

**ПЕРВЫЙ ШАГ
В НАУКУ**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ЛУГАНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО**

ПЕРВЫЙ ШАГ В НАУКУ

Сборник научных работ

Луганск
«Альма матер»
2016

УДК 082:378.09(477.61)-057.87
ББК 95.4я43+74.484.7(4Укр.Луг)
П26

Главный редактор – Ротерс Т.Т. – д. пед. наук, профессор

Редакционная коллегия:

- Бойчук С.С.** – к. филос. н., доцент кафедры философии и социологии ЛУ имени Тараса Шевченко.
- Дибас О.А.** – к. и. н., доцент кафедры всемирной истории и международных отношений ЛГУ имени Тараса Шевченко.
- Крысенко Д.С.** – к. и. н., доцент кафедры политологии и правоведения.
- Милокост Л.С.** – к. и. н., доцент кафедры всемирной истории и международных отношений ЛГУ имени Тараса Шевченко.
- Бабик А.О.** – аспирант кафедры всемирной истории и международных отношений ЛУ имени Тараса Шевченко.

Первый шаг в науку : сб. научн. работ / глав. ред. :
П26 Ротерс Т.Т.; ред. колл.: Бойчук С.С., Дибас О.А., Крысенко Д.С.,
Милокост Л.С., Бабик А.О. – Луганск : «Альма матер», 2016. – 396 с.

Сборник студенческих работ «Первый шаг в науку» включает в себя статьи, которые отображают основные направления научной деятельности структурных подразделений университета. Сборник имеет своей целью популяризацию научного поиска среди студенческой молодежи.

УДК 082:378.09(477.61)-057.87
ББК 95.4я43+74.484.7(4Укр.Луг)

*Рекомендовано к печати решением научной комиссии
Луганского государственного университета имени Тараса Шевченко
(протокол № 8 от 18 мая 2016 г.)*

© Коллектив авторов, 2016
© ГОУ ВПО ЛНР «ЛГУ имени Тараса Шевченко», 2016

Оглавление

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЕСТЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАУК	10
К.А. Грицько, А.Н. Караванский	10
ОБЗОР ПРОГРАММ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ	10
А.Г. Акопян	16
ОСОБЕННОСТИ СМЫСЛОЖИЗНЕННЫХ УСТАНОВОК СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	16
А.О.Бабик, К.А.Молчанова	22
ИСТОЧНИКОВЕДЧЕСКАЯ БАЗА ФОКЛЕНДСКОЙ ВОЙНЫ	22
А.О.Бабик	25
ПРАВЛЕНИЕ МАРГАРЕТ ТЭТЧЕР. ФОЛКЛЕНДСКИЙ КРИЗИС	25
Дяченко Ю.А	28
ПОЛИТИЧЕСКИЙ МИФ – КАК ИНСТРУМЕНТ УБЕЖДЕНИЯ МАСС	28
Семёнова О.Н.....	32
КРИЗИС ИНДЕНТИЧНОСТИ В СРЕДЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	32
Ю.А. Опара	37
ГУМАНИСТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В КОРРЕКЦИОННОМ ОБРАЗОВАНИИ	37
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КУЛЬТУРОЛОГИИ	43
Н.В. Бельчикова.....	43
ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕЖЭТНИЧЕСКОГО КОНФЛИКТА НА ЮГО-ВОСТОКЕ УКРАИНЫ	43
М.С. Куберская.....	47
МИГРАЦИОННЫЙ КРИЗИС НА СТРАНИЦАХ СЕТЕВЫХ СМИ	47
ОБВИНИТЕЛЬНЫЙ ПРИГОВОР ИЛИ ПРЕЗУМПЦИЯ НЕВИНОВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ	47
А. Б. Молодцов	53
КОНЦЕПЦИЯ ЧЕЛОВЕКА В “ВЫБРАННЫХ МЕСТАХ ИЗ ПЕРЕПИСКИ С ДРУЗЬЯМИ” Н. В. ГОГОЛЯ	53
Н.Н. Парфенюка	59
К ВОПРОСУ О ЗООНИМЕ «МЕДВЕДЬ» В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ	59
Е.Р. Рубан	62
ОРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ ВЫПУСКНИКОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ	62
О.Г. Тараненко.....	66
ОСОБЕННОСТИ ЭТНИЧЕСКОГО САМОСОЗНАНИЯ ВЗРОСЛЫХ ЖИТЕЛЕЙ ДОНБАССА	66

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА	73
Д.А. Попов	73
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	73
Т.С. Волошка	76
И.А. Щербинина	76
АКТУАЛЬНОСТЬ КОЭФФИЦИЕНТНОГО МЕТОДА ОЦЕНКИ	76
В.С. Гожедрянова	81
ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЛНР	81
Н.А. Григоренко	85
ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ	85
В. С. Зинченко	91
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ПЕРЦА ЧЕРНОГО МОЛОТОГО	91
Т.С. Волошка	102
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	102
А. С. Ивакина	108
МЕХАНИЗМ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕПРИЯТИЯ	108
О. А. Конюшенко	113
МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ. ПРОБЛЕМЫ ЛЮДЕЙ, ПРИБЫВШИХ НА ПОСТОЯННОЕ МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА В ГЕРМАНИЮ.	113
Ю.А. Литвинова	118
МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ	118
М.А. Соколова	121
ПЛАНИРОВАНИЕ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	121
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПСИХОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКИ	128
А. А. Востриков	128
ОСБЕННОСТИ РОЛЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНО НЕУСТОЙЧИВОЙ ЛИЧНОСТИ	128
Н. А. Левчук	132
ДИДАКТИЧЕСКАЯ ИГРА НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ	132
С.А. Спиваков	137
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ	137
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	137
В НРАВСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	137
В.Н. Сутчук	142

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ БУДУЩЕГО КОРРЕКЦИОННОГО ПЕДАГОГА	142
М.А.Малькова., Д.В.Спивакова	147
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЕ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ СПЕЦИАЛИСТА КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ.....	147
М.А. Малькова.....	150
И.В. Михайлова	150
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА.....	150
Д. А.Остапенко	156
СТУДЕНЧЕСТВО В РАМКАХ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	156
Т.Э.Стремовская.....	161
ИННОВАЦИОННЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПЕДАГОГА.....	161
ВЗАИМОСВЯЗЬ СТРАХА И ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ	168
Ю.А.Шкандыбин,С.П.Долгополов, Н.В. Иванова.....	174
СИСТЕМА ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ НЕЙРОННОЙ СЕТИ ДИАГНОСТИКИ СОСТОЯНИЯ	174
К.О. Долгополова	179
АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ КРЕАТИВНОСТИ И ПСИХОПАТОЛОГИЧЕСКИХ НАРУШЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ИЗВЕСТНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ЛИЧНОСТЕЙ.....	179
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ЛИЧНОСТИ, СКЛОННОЙ К НЕВЕРНОСТИ В ЖЕНСКО-МУЖСКИХ ОТНОШЕНИЯХ.....	185
И.А.Белецкая.....	191
СУЩНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ	191
А. В. Стоянов	195
PR-КОММУНИКАЦИИ В ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ.....	195
А. А. Тонких	198
СОВРЕМЕННЫЙ ОПЫТ ИЗУЧЕНИЯ КОПИНГ-ПОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ПРОФЕССИЙ	198
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК	207
Р.С.Абраменко, С.П.Гундарь	207
ЭКСПЕРТНЫЕ СИСТЕМЫ.....	207
Л.Е. Бабренок.....	211
ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ТЕОРИИ ВЕРОЯТНОСТЕЙ ПРИ СДАЧЕ ТЕСТОВ	211
П.Н. Гавриленко., П.Н. Иванков.....	214
ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ТЕМПЕРАТУРЫ ДЛЯ МАЛОЁМКИХ ОВОЩЕХРАНИЛИЩ.....	214
О.Л.Кононенко.....	221

ЭЛЕМЕНТЫ ТЕОРИИ ГРАФОВ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	221
А. С. Крицкая.....	227
ТЕОРЕМА ПТОЛЕМЕЯ И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ	227
М. Н. Ляшко	232
ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ПИЩЕВОЙ ИНЖЕНЕРИИ	232
А.К.Теленков	237
МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПОВЕДЕНИЕМ ЧЕЛОВЕКА	237
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФИЛОЛОГИИ И ЛИНГВИСТИКИ.....	243
М. В. Баганец	243
ПРИЛОЖЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ФРЭНСИСА СКОТТА ФИЦДЖЕРАЛЬДА «ВЕЛИКИЙ ГЭТСБИ»)	243
И.В. Безверхая	248
МЕТАФОРИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В НЕМЕЦКОЙ РОМАНТИЧЕСКОЙ СКАЗКЕ	248
Д.Д. Гридин.....	252
РОЛЬ ФИЛОСОФИИ ДЕКАРТА В РАЗВИТИИ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА	252
«ОСВЕЩЕНИЕ СОБЫТИЙ ВО ВЬЕТНАМЕ (1957 – 1975 ГГ.) В АМЕРИКАНСКИХ СМИ: ПОРАЖЕНИЕ ПЕНТАГОНА И БЕЛОГО ДОМА В ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЕ»	255
К.А.Молчанова, А.О.Бабик	261
ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ НЕОЛОГИЗМОВ В СМК. (СИТУАЦИЯ НА ДОНБАССЕ)	261
В.А.Стрижаченко	265
МЕСТО СРЕДНЕФРАНЦУЗСКОГО ПЕРИОДА В ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА.....	265
Ю.А. Рыкова	270
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЖАНРОВ.....	270
В ГАЗЕТЕ «ЖИЗНЬ ЛУГАНСКА»	270
А.В. Руснак.....	275
ИДЕЯ ВЕЛИЧИЯ ГОСУДАРСТВА В АНАЛИЗЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ.....	275
ШАРЛЯ ДЕ ГОЛЛЯ «НА ОСТРИЕ ШПАГИ»	275
А. О. Тихомирова	278
ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕКСТОВ РЕКЛАМЫ ОДЕЖДЫ	278
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ	284
В.А. Аноприев	284
РАЗВИТИЯ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	284
А.Ю. Горкун.....	287
Д.Д. Роговая	312

ЗНАЧЕНИЕ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	312
А. В. Стоянов.....	319
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ.....	319
В.А. Измайлова.....	322
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	322
К.А. Тактарова.....	329
МЕНЕДЖМЕНТ АНИМАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ В ТУРИЗМЕ	329
Б.Ю. Ямщиков	334
ПРОБЛЕМАТИКА РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПЦИИ ОПТИМАЛЬНОГО СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ СТРАН СНГ	334
Л.Е. Тришкина	340
МИРОВОЙ ОПЫТ ПО РАЗРАБОТКЕ МЕР БЕЗОПАСНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА	340
Е.Е. Чалая.....	344
ПРОЕКТ ГРУППОВОГО ТУРА В ТАИЛАНД «ЧИАНГРАЙ-ЧИАНГМАЙ»	344
Д.Т. Шевченко	351
ПРОЕКТ ГРУППОВОГО ТУРА В ТУРЦИЮ «СТОЛИЦЫ ОСМАНОВ»... ..	351
М.В. Вереина	358
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В КИТАЕ	358
Ж. Г. Караушу.....	362
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	362
В. Переваров	367
И. Ярченко.....	367
ИМПЕРАТИВЫ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА	367
И. Ярченко.....	372
В. Переваров	372
ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА: ИМПЕРАТИВНЫЙ ПОХОД	372
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ И СПОРТА.....	376
Е.Н. Асташова.....	376
ДВИГАТЕЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ И ФИЗИЧЕСКИЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ И СТУДЕНТОВ С ДЦП.....	376
М.В. Жукова.....	379
ХАРАКТЕРИСТИКА ЭСТЕТИЧЕСКОЙ ГИМНАСТИКИ.....	379
(ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)	379
А.С. Лимонченко	383
ДЕТСКО-ЮНОШЕСКИЙ СПОРТ В МИРЕ	383
В.Портной	387

ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ЗАЩИТНИКОВ ЮНОШЕСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ КОМАНДЫ ПЕРЕВАЛЬСКОГО РАЙОНА ЛУГАНСКА	387
В.С.Черный	390
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ	390
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕДИЦИНЫ	394
В.В.Тищенко	394
ЗАБОЛЕВАНИЯ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА. АРТРИТ ...	394

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЕСТЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАУК

К.А. Грицько, А.Н. Караванский
*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ОБЗОР ПРОГРАММ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ

Аннотация.Статья посвящена анализу программ и моделей исследования погодных условий, рассмотрены наиболее популярные системы метеорологического наблюдения. В результате анализа выделена наиболее точная компьютерная система исследования метеорологических данных. Перечислены основные отличия и недостатки программных средств.

Ключевые слова: метеорология, погода, анализ данных, GFS, обзор программ.

Постановка проблемы. Существует большое множество программных систем для сбора и анализа метеорологических сведений, но не все они являются выдаются актуальные данные, что может привести к негативным последствиям в сфере производства и жизни-деятельности человека. Обзор приложений позволит выделить систему, в которой спрогнозированные значения метеорологических величин являются наиболее точным.

Целью работы является обзор программ для исследования метеорологических данных. Рассмотрены такие приложения как модель GFS, веб-приложения Gismeteo, Meteoblue, Meteo, «Погода»,ForecaWeather, Accuweather, YoWindow

На сегодняшний день существует достаточно огромное количество программных средств для отслеживания значений погодных величин, таких как температура, скорость ветра, осадки, облачность и др. В зависимости от методов сбора информации метеорологические системы выдают совершенно разный результат. Наиболее актуальными способами сбора данных о погодных условиях, является использование метеорологического спутника, датчиков, таких как барометр, термометр, гигрометр, анемометр и др.

Метеорологические спутники оснащены приборами, которые позволяют наблюдать в частности за температурой поверхности Земли и облачным, снежным и ледовым покровом. На основе полученных данных со спутника, информационные системы позволяют формировать карту движения циклонов, что позволяет точно предугадать значения погодных величин на несколько дней, недель вперёд.

Использование наземного метода сбора метео-данных с помощью датчиков является менее точным. Прогноз погоды на основе значений

полученных наземным путём рассчитывается на основе математических формул.

Приложение Gismeteo – это официальное погодное приложение от популярного российского сервиса Гисметео. Приложение отображает информацию о погоде для огромного количества городов по всему миру, прогноз доступен по часам, дням и неделям, реализована возможность просмотра погоды в ближайших пользователю городах[6].

Можно выделить следующие достоинства Gismeteo:

- Интуитивно-понятный интерфейс;
- Возможность просмотра прогноза на короткий (день-неделя) и длительный (месяц) периоды.
- Наличие основных метеопараметров (температура, облачность, осадки, скорость и направление ветра, давление, влажность).
- Возможность получения информации о дополнительных метеопараметрах, а именно температуре воды и ветро-холодового индекса.

Из недостатков стоит отметить:

- Отсутствие метео-карт, графиков, детального прогноза;
- Программа не содержит уведомлений об опасных погодных условиях;
- Отсутствие информации о восходе и заходе солнца.

Стоит отметить, что Gismeteo позволяет пользователям использовать информеры, которые являются гибким средством демонстрации погодных условий конкретной местности на карте.

Программа «TheWeatherChannel» предоставляет информацию о погоде в любой точке земного шара. Функции приложения, позволяют получить метео-данные на ближайший час, 15 дней, а также текущие данные о погоде. Реализована процедура уведомления о сложных погодных условиях. В состав программ включена метео-карта, которая позволит оперативно следить за погодой[7].

Из достоинств можно выделить следующие функции: зависимость фона от текущей погоды, наличие основных метеопараметров, имеется метео-карт, наличие информации о восходе и заходе солнца, почасовой прогноз на 48 часов.

Из недостатков стоит отметить наличие яркой рекламы, отсутствие возможности изменения параметра скорости ветра с величины км\ч на м\ч.

Приложение «Погода» по умолчанию установлена в операционную систему Windows 10. Данное приложение позволяет получить прогноз погоды как через компьютер, так и через планшет (или мобильный телефон). Данная возможность была реализована благодаря «гамбургер-меню», оптимизированному специально для сенсорных устройств.

Приложение, предоставляет прогнозы на 10 дней с почасовым прогнозом и графиком температуры, а также текущие данные о погоде. Для визуализации метео-обстановки в приложении имеются метео-карты[7].

Достоинством программы «Погода» является наличие почасового прогноза, большое количество метео-карт, наличие архивных данных.

Одним из недостатков приложения можно считать отсутствие функции уведомления об опасных погодных условиях.

ForecaWeather– это приложение, предоставляющее информацию о погоде в 140 000 местоположений по всему миру, включая самые популярные туристические направления. Пользователю доступен детальный прогноз на 5 и общий на 10 дней вперед, карта осадков и облачности, данные о скорости и направлении ветра, времени рассвета и заката. Разработчиками реализована возможность закрепления на начальном экране плитки с прогнозом погоды для нужного города, наличие функции ручного указания и автоматического определения местоположения.

Недостатком приложения «ForecaWeather» можно считать ограниченное количество метеопараметров, отсутствует возможность уведомления об опасных погодных условиях, отсутствует детальный прогноз погоды.

YoWindow-приложение, отображающая прогноз погоды в виде анимированного изображения. YoWindow предоставляет пользователю информацию о температуре воздуха, направлении и скорости ветра, облачности, осадках, уровне атмосферного давления, продолжительности дня со временем восхода и заката, фазе луны, дальности видимости и многом другое[5]. Сформирована модель местности с учетом погодных условий и времени года.

Достоинством приложения YoWindow является наглядность прогноза, реализована функция отображения высоты солнца над горизонтом в течении суток.

Из недостатков следует отметить, что приложение является платным. В бесплатной версии прогноз погоды доступен только на 3 дня. Программа не содержит уведомлений об опасных погодных условиях, небольшое количество метеопараметров.

GFS– глобальная спектрально, гидростатическая модель прогнозирования. GFS имеет 91 уровень по вертикали и использует сигма-систему координат. Шаг по горизонтали становится приблизительно 27 км, а заблаговременно прогнозу – 384 часа, с которых 192 год, высокой часовой дискретизации. GFS модель является одним из двух лучших в мире глобальных моделей прогнозу погоды (другой является европейская ECMWF IntegratedForecastSystem). Модель постоянно развивается, увеличивается число прогнозируемых метеорологических величин, повышается качество прогнозов, усовершенствуются эксплуатационные характеристики[1].

Большинство данных GFS модели опубликованы в интернете, что представляет собой основу для деятельности численных негосударственных компаний, которые занимаются прогнозом погоды.

GFS модель реализована на основе данных полученных из спутника и математических моделей, которые позволяют с точностью получать прогноз

погоды. GFS модель обновляется четыре раза в день, кроме основных значений погодных величин позволяет спрогнозировать явление грозы. Особенностью модели является реализация API-функций ориентированных на разработчиков приложения для прогнозирования и анализа значений метео-величин.

Meteoblue предоставляет информацию о погоде высокого качества по всему миру для любой точки на суше или море в мире.

Meteoblue предоставляет продукты и услуги предназначены для предприятий, которые зависят от погоды и физическим лицам, имеющим специальный интерес к метеорологии. Для широкой общественности, этот сайт предлагает бесплатную высоким разрешением прогноз погоды.

Приложение предоставляет пользователям прогноз погоды на различный период: погода на неделю, 2 недели, текущая погода. Реализованы функции автоматического определения местоположения, так и ручного. На сайте имеется как основная информация о погоде, так и дополнительная, в которой можно увидеть вероятность выпадения осадков, значения относительной влажности, ощущаемой температуры.

В веб-приложении реализован график для отслеживания динамики температуры. Достоинством приложения является формирование метеограмм – графическая демонстрация следующих погодных величин: температура, осадки, направление и скорость ветра.

Недостатки:

- Отсутствие параметров грозы;
- Отсутствие предупреждения об опасных явлениями;

Meteo –погодный веб-ресурс предоставляет прогноз погоды на срок от 1 дня до месяца. Ресурс обладает функциями предупреждения, которые сигнализируют в случае шторма, погоде на дорогах, а также геомагнитных бурях. Параметра `meteomed+` поможет определить влияние погодных условий на самочувствие человека. Также с помощью этого веб-ресурса можно определить время восхода и захода Солнца.

Достоинством данного веб-ресурса является возможность просмотра штормовых предупреждений.

Недостаток – довольно большое количество рекламы на странице веб-ресурса.

Accuweather – американская коммерческая погодная служба на основе модели GFS с 2 миллионами локаций по всему миру в базе данных. Служба специализируется на платных сервисах для метеорологов, продажей прогнозного контента виде файлов XML и разработкой удобного «погодного» софта для PC, смартфонов и планшетов.

Что касается обычных пользователей, то здесь можно найти прогноз по часам и многое другое для хорошо владеющих английским [1].

Достоинства:

- Довольно подробный прогноз погоды;
- Возможность просмотра времени восхода и захода Солнца.

Недостатком является отсутствие информации о динамике метеопараметров.

На основе наблюдения погоды и сравнивая ее с прогнозом погоды была составлена следующая таблица достоверности прогноза в процентах, а также график (рис 2.7).

Приведем сравнительный анализ приложений для исследования метеорологических данных в табл. 1.

Таблица 1. Сравнительная таблица приложений для прогноза погоды

Программа	Подр. прогноз	Динамика изменений по годных явлений	Метео карты	Прогноз параметров грозы	Пред. об опасных явлениях
Gismeteo	+	-	-	-	-
Accuweather	+	-	-	-	+
Meteoblue	+	+	+	-	-
TheWeatherChannel	+	+	+	-	+
Погода	+	+	-	-	-
Meteo	+	-	-	-	+
ForecaWeather	-	-	-	-	-
YoWindow	+	+	-	-	-
GFS	+	+	-	+	-

Следующим шагом анализа является процент определения качества. Для этого была использована следующая формула [2]:

$$P = \frac{a_1 + a_n}{n}$$

где а – процент оправдаемости 1 прогноза (0 – не оправдался, 0,1-0,9 – оправдался не полностью, 1- полностью оправдался), n – количество наблюдений.

В ходе сравнения было выявлено, что наиболее высокие показатели среди проанализированных источников имеет метео-модель GFS, а именно прогноз на 2 дня, 10 дней и средний показатель (табл. 2).

Таблица 2. Сравнительная таблица источников прогноза погоды

Срок прогноза	Источники прогноза				
	GFS	Gismeteo	Meteoblue	Meteo	Accuweather
1 день	64 %	63 %	66 %	72 %	61 %
2 дня	97 %	76 %	91 %	77 %	90 %
3 дня	75 %	76 %	73 %	68 %	57 %
5 дней	68 %	31 %	74 %	16 %	60 %
10 дней	86 %	22 %	-	71 %	52 %
Среднее	78 %	54 %	76 %	61 %	64 %

Выводы. Программы для исследования метеорологических данных позволяют выполнить прогноз погоды, что позволяет заранее предвидеть надвигающиеся погодные изменения, отследить динамику температуры, давления и других метеорологических величин.

Каждая из предложенных программ имеет свои достоинства и недостатки. По мнению автора, приложение, которое предоставляет наиболее точные данные является модель GFS. Данная оценка обусловлена широким функциональным составом определения погодных величин, формирования графиков отслеживания динамики значений метео-данных, а также высоким процентом качества.

Литература

1. Богаткин О.Г. Авиационные прогнозы погоды / Богаткин О.Г. – СПб-П.: БХВ-Петербург, 2010. – 288 с.
2. Гордин В.А. Математика, компьютер, прогноз погоды и другие сценарии математической физики / Гордин В.А. – М.: Физматлит, 2010. – 736 с.
3. Лыкосов В.Н. Суперкомпьютерное моделирование в физике климатической системы: учебное пособие / Лыкосов В.Н., Глазунов А.В., Кулямин Д.В., Мортиков Е.В., Степаненко В.М. – М.: Изд.-во Московского университета, 2012. – 408 с.
4. Самин Д. К. 100 великих учёных, изд. / Д.К. Самин. – М.: «Вече», 2004. – 295 с.
5. Хромова С.П. Метеорология и климатология / Хромова С.П., Петросянца М.А. – М.: Издательство МГУ, 2012. – 584 с.
6. GISMETEO: О ПРОЕКТЕ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gismeteo.ua/about.html> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 8.04.2016.
7. The Weather Channel [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.microsoft.com/ru-ru/store/apps/the-weather-channel/9wzdncrfhwsd> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 8.04.2016.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИСТОРИИ, ПОЛИТОЛОГИИ, СОЦИОЛОГИИ И ФИЛОСОФИИ

А.Г.Акопян

*Луганский государственный
университет имени Тараса Шевченко*

ОСОБЕННОСТИ СМЫСЛОЖИЗНЕННЫХ УСТАНОВОК СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В статье представлен анализ смысложизненных ориентаций личности в юношеском возрасте в контексте личностного и профессионального самоопределения студентов вуза. Автор делает вывод о том, что становление смысложизненных ориентаций личности в юношеском возрасте имеет свою специфику в зависимости от ряда влияющих факторов. Конкретная историческая, этническая общественная форма может характеризоваться специфическим набором и иерархией ценностей, система которых выступает в качестве наиболее высокого уровня социальной регуляции. В ней зафиксированы те критерии социального признания, на основе которых разворачиваются более конкретные и специализированные системы нормативного контроля.

Ключевые слова: система смысложизненных ориентаций, межличностные отношения, направленность личности, этническая культура, смысложизненная концепция.

Особенности смысложизненных установок современной студенческой молодежи

Современное общество является свидетелем кризиса нравственности и правосознания, социальной нестабильности, политической дезориентации, деморализации и фашизации молодежи. Поиски новых, созидательных ценностных ориентаций, тяжелые сами по себе, усложняются боевыми действиями и социально-культурным кризисом, но они являются жизненно необходимыми для каждого. Актуальность исследования определяется теми изменениями, которые происходят в нашем обществе, потребностью общества в активных гражданах своей Республики, в необходимости помощи студенческой молодежи в получении и укреплении гуманных смыслообразующих жизненных ориентиров, поскольку в современном обществе происходит потеря идеалов, разрушение исторической памяти, подмена ценностных ориентиров личностной выгодой, отсутствие религиозной, этнической культуры, изменение престижа профессий.

Студенческие годы являются периодом интенсивного формирования системы ценностных ориентаций, оказывает влияние на становление характера и личности в целом. Молодые люди стремятся определить важнейшие цели, идеалы, жизненные смыслы, согласно которым

осуществляют свою жизнедеятельность и выбирают основные средства для реализации планов. Однако сегодня юноши и девушки поставлены в условия самостоятельного выбора системы ценностей и их понимание. Поэтому нередко процесс интериоризации ценностей у современной молодежи отличается склонностью к случайным воздействиям, непредсказуемостью, стихийностью. В работах Д.А. Леонтьева, Л.И. Божович, И. В. Дубровиной, Т.Н.Сахарова указывается на необходимость целенаправленного формирования ценностных ориентаций в юношеском возрасте, создания условий для развития культурных и нравственных ценностей в молодежной среде. В то же время недостаточная изученность ценностных ориентаций как психологического феномена не позволяет разработать эффективные приемы, оптимизирующие процесс развития производительных ценностей современных студентов. Смыслжизненные ценности можно определить как ценности, не просто имеющие определённую значимость (смысл) для человека, но неразрывно связанные со смыслом жизни и потому являющиеся опорой для него; смыслжизненные ценности включены в общую структуру ценностей как наиболее значимые из них и опосредованные смыслом жизни человека. Смыслжизненные ценности студентов можно представить как систему, состоящую из четырёх взаимосвязанных компонентов: 1) смысложизненной ориентации «Я» (ориентации на себя), 2) «Деятельность» (ориентации на различные виды деятельности); 3) «Среда» (ориентации на среду, естественную и искусственную); 4) «Мир-жизнь» (ориентации на мир и жизнь в целом).

Многие авторы считают (Б.С.Братусь, Н. П. Гурина, Н. А. Коваль, Т.Н.Сахарова и др.), что сегодня школа и вузы, ориентируясь на общечеловеческие ценности, не владеют в достаточной мере пока ни содержательной стороной приобщение молодежи к усвоению ценностей (мало вариантов программ, учебных пособий, методических разработок), ни процессуальной (не ясно, какими методами влиять, какие технологии использовать). Очевидно, необходим поворот к личностно-ориентированному образованию, способному учесть потребности в жизненном и профессиональном самоопределении молодежи. Д.Я. Райгородский дает следующее определение смысложизненной концепции – «это, индивидуальная обобщенная система взглядов на цели, процесс и результат своей жизни. Смысложизненная концепция начинает складываться к подростковому возрасту, может изменяться и трансформироваться на протяжении жизни человека, но на определенном этапе онтогенеза является достаточно устойчивой» [6,с.194]. В основе этой концепции лежат ценности и потребности, отношения и конструкты конкретной личности. Таким образом, можно сказать, что смысложизненная концепция – это стержневая направленность личности, ее смысл жизни. Она содержит в себе те жизненные смысловые универсалии, те ценности, которые и составляют основу личности. А смысложизненные ориентации - это целостная система сознательных и избирательных связей, отражает направленность личности,

наличие жизненных целей, осмысленность выборов и оценок, удовлетворенность жизнью (самореализацией) и способность брать за нее ответственность, влияя на ее ход [7].

Исследование проводилось на базе ЛГУ им. Тараса Шевченко в г. Луганска (ЛНР), исследуемые студенты 1 курса дневного и заочного отделения 50 человек (18-21год); 1 курсов ВУЗов РФ 50 человек (18 - 21 год); 1 курсов ВУЗов Украины 50 человек (18 - 21 год), гендерный аспект не учитывался. Наиболее интересные данные мы получили по Методике «Ценностные ориентации» М. Рокича. Система ценностных ориентации определяет направленность личности и составляет основу ее отношений к окружающему миру, к другим людям, к себе самой, основу мировоззрения и ядро мотивации жизненной активности, основу жизненной концепции и «философии жизни». Методика изменения ценностных ориентаций М. Рокича, основанная на прямом ранжировании списка ценностей. М.Рокич различает два класса ценностей: Терминальные - убеждения в том, что какая-то конечная цель индивидуального существования стоит того, чтобы к ней стремиться. Инструментальные - убеждения в том, что какой-то образ действий или свойство личности является предпочтительным в любой ситуации.

Молодежь всегда наиболее чутко реагирует на все изменения, причем ее ценностные ориентации отличаются неустойчивостью и подвергаются воздействию случайных факторов. За годы становления рыночной экономики в динамике ценностных ориентаций и процессах адаптации молодежи появился ряд противоречивых тенденций. Как показывают социологические исследования, часть молодежи считает, что появилось больше возможностей использовать свои возможности и знания. В то же время многие недооценивают значение профессионализма. В новых экономических условиях происходит переоценка ценностей, и не в пользу моральных ориентиров, вызывает необратимые потери в духовном развитии молодежи. По методике «Ценностные ориентации» М. Рокича мы получили следующие показатели.

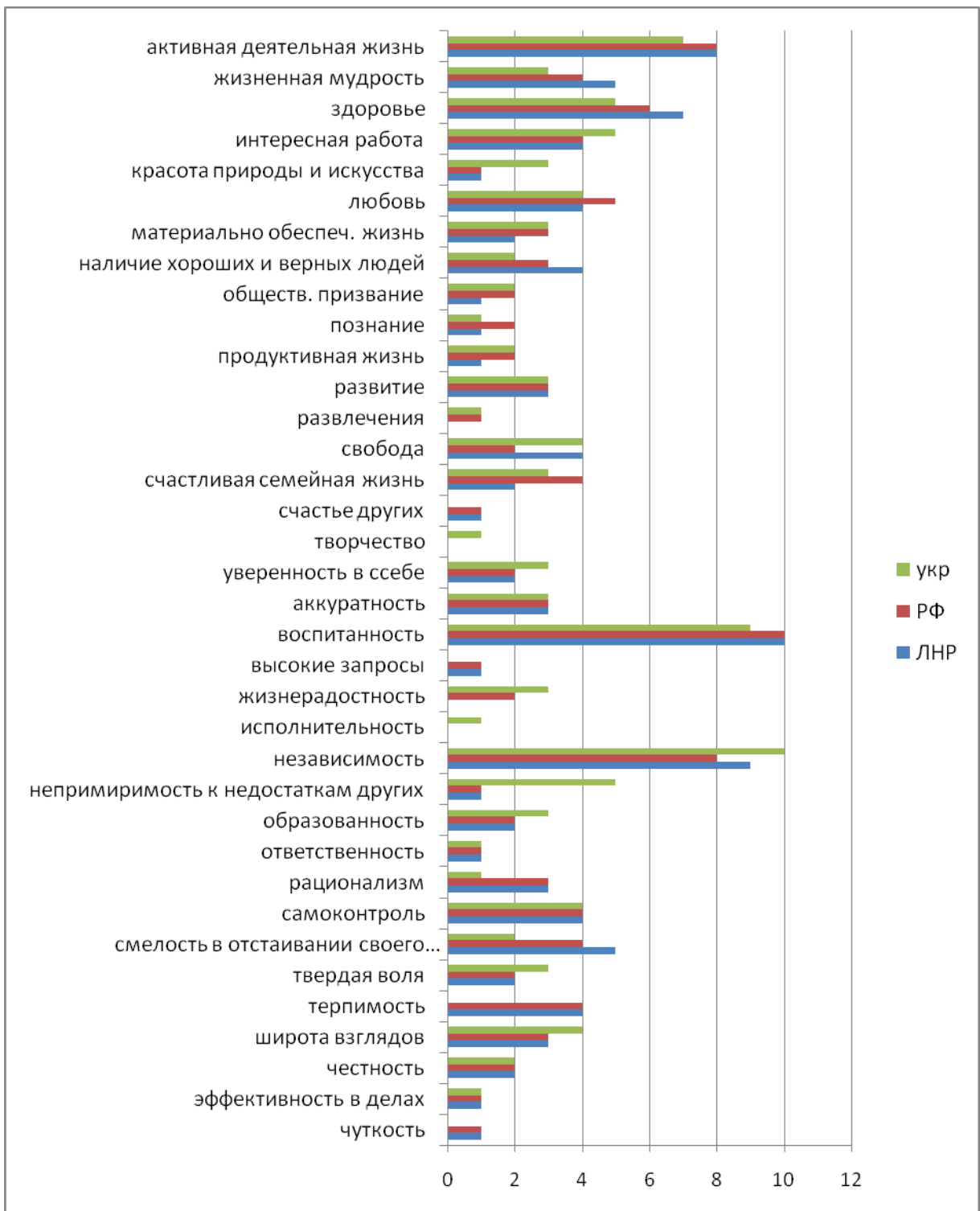


Рис. 1. Сравнительные результаты ценностных ориентаций студентов первых курсов по методике «Ценностные ориентации» М. Рокича. На Рис. 1. можно увидеть сравнительные результаты ранжирования ценностных ориентаций первокурсников ЛНР, РФ и Украины.

Сделав сравнительный анализ рейтингов терминальных ценностей первокурсников ЛНР, РФ и Украины мы пришли к следующим выводам:
 1. Наибольшую значимость для 1 курса ЛНР, РФ имеют: «активная деятельная жизнь»(8и 8 соответственно), «здоровье»(7 и 6), «любовь»(4 и 5),

«жизненная мудрость»(5 и 4), «наличие хороших и верных друзей»(4 и 3); «интересная работа»(4 и 4). Следует отметить установку данной выборки групп на «здоровье» как на терминальную ценность, важна сама по себе, (особенно в ЛНР - где идет война и значимость показателей «здоровье» и «жизненная мудрость», «наличие хороших и верных друзей», «свобода» особенно актуальны). В первых двух группах (ЛНР и РФ) в значительной степени выражена направленность на поиск эмоциональной близости с близкими людьми, это обусловлено особенностями же восприятия и выраженной потребностью в эмоциональной поддержке.

Для 1 курса украинских ВУЗов большую значимость получили такие показатели: «активная деятельная жизнь»(7), «здоровье»(5), «интересная работа»(5), «любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)» (4), а показатель «жизненная мудрость» ниже, чем в первых двух группах.

2. На последние места первокурсники (ЛНР и РФ) ставят «развлечения»(0 и 0 соответственно), «творчество (возможность творческой деятельности) (0 и 0)».

Для 1 курса украинских ВУЗов на последние места ставят: «познание»(1), «развлечения»(1), «счастье других» (0).

Проанализировав рейтинги инструментальных ценностей первокурсников мы пришли к следующим выводам:

1. Первокурсники (ЛНР и РФ) важнейшими ценностями-средствами для себя считают «воспитанность (хорошие манеры, вежливость)» (10 и 10), «независимость»(9 и 8), «смелость в отстаивании своих мнений и взглядов»(5 и 4)». Важный показатель у этой выборки - «терпимость» (4 и 4).

Для первокурсников украинских ВУЗов важнейшими являются: «независимость»(10), «воспитанность»(8) «непримиримость к недостаткам других»(5), Эти особенности говорят о сложностях принять другую (отличную) точку зрения. Критерий «Терпимость» имеет показатель (0)!

Таким образом, мы видим, что самые важные инструментальные ценности в выборках (ЛНР и РФ) почти совпадают, для украинских первокурсников, также важны «независимость»(10), и «воспитанность»(8). Мы это объясняем тем, что ранняя зрелость характеризуется оптимизмом, ведь молодой человек приступает к осуществлению своих жизненных планов. Эти особенности отражают развитую социально-психологическую адаптивность, но смысловое наполнение термина «независимость» у студентов ЛНР и Украины значительно отличаются.

2. На последние места первокурсники (ЛНР и РФ) ставят «непримиримость к недостаткам в себе и в других», «высокие запросы (высокие требования)». Это объясняется тем, что они проявляют желание принимать людей такими - какие они есть.

Согласно Рис 1. мы можем увидеть, что значимых различий между доминирующими инструментальными ценностями первокурсников ЛНР и РФ нет. Но есть разногласия, которые проявляются на уровне интерпретации

определений по таким ценностям: «смелость в отстаивании своего мнения, своих взглядов», «твердая воля (умение настоять на своем, не отступить перед трудностями)» и «эффективность в работе (трудолюбие, продуктивность в работе)».

После тщательного анализа рейтингов терминальных ценностей первокурсников ЛНР и РФ и первокурсников Украины, мы пришли к следующим выводам:

1. Ценность «активная, деятельная жизнь», занимает у всех трех групп доминирующее положение (8;8;7). Это объясняется возрастными и социальными факторами (желанием состояться в этой жизни, найти применение своим способностям, принести пользу обществу и повысить самооценку).

2. Более высокая, чем у других, значимость «жизненной мудрости» (5) у студентов ЛНР. Связана с обретением своего собственного, уже большого, жизненного опыта (связанного с войной и страданиями, принесенными ею), студенты ЛНР активно стремятся к жизненной мудрости.

3. Рейтинг ценностей «интересная работа» показатели (4;4;5) и «любовь» (4;5;4). Такую ситуацию можно объяснить с точки зрения социальной ситуации развития. Студенты всех трех категорий уже находятся в том возрасте, а стороны социальной ситуации развития в этом возрасте - выбор спутника жизни, овладение профессии.

4. Стремление к высокой материальной обеспеченности у всех студентов РФ и Украины имеет примерно одинаковый показатель (3). Студенты ЛНР этот показатель ценят ниже.

5. Отмечается достаточно высокий уровень ценности «наличие хороших и верных друзей» у студентов ЛНР (4). Это связано с тем, что у наших студентов в критический период - войны сложился определенный круг знакомых (единомышленников, со сходным мировоззрением, личностными ценностями) и взаимоотношения с этими людьми вышли на качественно новый уровень развития.

6. Стремление к «независимости» примерно равное у всех трех групп (9;8;10), показатель «свобода» более высокий у студентов ЛНР и Украины (4;4). Это обусловлено стремлением студентов ЛНР и Украины к возможности жить в и реализовывать себя в самоопределившемся государстве.

9. Показатель «уверенность в себе» у студентов ЛНР и РФ имеет равный показатель (2), а студентов Украины он выше, возможно это можно объяснить активной пропагандой «исключительности украинцев» в СМИ.

Ценностные ориентации отражают отношение человека к социальной действительности и в этом своем качестве определяют широкую мотивацию его поведения. Формирование личности можно рассматривать как интериоризацию общественных ценностей, превращение их в систему личностных ценностей. Анализ содержательной стороны и иерархической структуры ценностных ориентаций показывает также, в какой мере

выявленные ценностные ориентации студентов соответствующие общественному и этническому эталону, насколько они адекватны целям воспитания.

Список используемых источников и литературы

- 1.Божович Л.И. Проблемы формирования личности. Избран. психол. труды /Под ред. Д.И. Фельдштейна. – Москва; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1997. – 352 с.
- 2.Братусь Б.С Аномалии личности. М.: Мысль, 1988. – 608 с.
- 3.Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – 3-е изд., доп. – М.: Смысл, 2007. – 511 с.
- 4.Райгородский Д.Я. Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие. – С.: Бахрах-М, 2009. – 672 с.
- 5.Сахарова Т.Н. Особенности смысложизненных ориентаций личности в подростковом и юношеском возрасте // Среднее профессиональное образование. – 2013. – №8. – С.37-39.

А.О.Бабик, К.А.Молчанова.

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ИСТОЧНИКОВЕДЧЕСКАЯ БАЗА ФОКЛЕНДСКОЙ ВОЙНЫ

Аннотация. Восприятие и оценка того или иного исторического события, исторического периода в целом и степень достоверности накопленного знания зависит от полноты и репрезентативности источниковой базы.

Ключевые слова: источники, Фолкленды, Фолклендский кризис, ООН, Маргарет Тэтчер, война.

Исходя из задач исследования и его структуры, комплекс источников можно представить тремя группами: 1. документальные источники; 2. пресса; 3. источники личного происхождения.

Первая группа источников – документальные – представлена опубликованными документами. Это прежде всего такие источники как: Резолюция ООН от 14 декабря 1973 г. [2], Резолюция ООН от 1 декабря 1976 г, Резолюция ООН от 16 ноября 1983 г. [3], Резолюция ООН от 4 ноября 1982 г.[1]. В этих документах содержатся все принятые формулировки, касающиеся Фолклендских остров и их принадлежности Великобритании.

Вторая группа, которая представлена материалами прессы, носит комплексный характер, исходя из сущности прессы как исторического

источника. Общая характеристика прессы предусматривает ее многогранность, что проявляется в наличии разных по форме и содержанию источников и их структурировании, подборе соответствующей общей линии редакции. В работе использовались материалы таких периодических изданий как: «Правда» [5], «Известие» [6], «The Times» [4]. В них содержится информационная база, которая дает представление о событиях, составляющих тему дипломного исследования. Эти данные дали возможность проследить реакцию на происходящие события между англо-аргентинскими и советско-аргентинскими отношениями, и на основе этого сделать выводы о позиции правительств данных по вопросу о территориальной принадлежности Фолклендов и общественном мнении относительно данного конфликта.

Газета «Известие» – советская общественно-политическая и деловая ежедневная газета, учрежденная в марте 1917 года. Во времена СССР — официальный орган руководящих органов Советской власти, в частности Верховного Совета СССР. Газета «Правда» являлась до 1991 года основным ежедневным печатным средством массовой информации КПСС и наиболее влиятельным печатным изданием в стране. По сути «Правда» была главной газетой в СССР, посредством которой формировалось общественное мнение по всем наиболее острым вопросам, как внутренней жизни, так и международных событий [7-62].

Газета «The Times» высококачественная ежедневная газета Великобритании, которая, придерживаясь традиционно нейтральной позиции в освещении тех или иных событий, все же принадлежит к консервативному спектру периодических изданий Великобритании, имеющих тесные связи с политическими эстеблешментом страны [141;142].

Газета «Правда» газета, до 1991 года основное ежедневное печатное средство массовой информации КПСС и наиболее влиятельное печатное издание, фактически — главная газета в СССР.

В газетах «Правда» и «Известие» предоставляется мнение разных держав по поводу фолклендского кризиса, идет осуждение действия Великобритании и США, а так же ряда других стран, которые их поддерживали. Идут позитивные отзывы в сторону СССР и Аргентины, которая по данным газетам выступает пострадавшей стороной, а США и Великобритания в особенности агрессорами.

Третья группа источников представлена автобиографией Маргарет Тэтчер «Гордость человечества» [6]. Она первая и пока что единственная женщина, сумевшая добиться должности премьер-министра Великобритании и трижды быть переизбранной. В источнике представлены документы о том, как патриархальные законы и условности мешали ей добиться успехов. М. Тэтчер смогла улучшить экономические показатели Великобритании, что лишней раз продемонстрировало недооценку ее деятельности политическим оппонентам. В автобиографии расписаны все жизненные и политические ситуации до мельчайших подробностей. Особенно 11 недель весны 1982

года, когда Британия сражалась и победила в Фолклендской войне. Как указывает М. Тэтчер «Мы защищали свою честь как нации и принципы, имевшие основополагающее значение для всего мира - прежде всего заключающиеся в том, что агрессоры никогда не должны побеждать, и что международное право должно превалировать над использованием грубой силы. Продолжает мысль вопрос об правильности агрессии Великобритании, еще один труд М.Тэтчер «Искусство управления государством. Стратегии для меняющегося мира» [6]. Глубокий научный труд, написанный общественным деятелем мирового значения. В книге можно выделить четыре больших блока вопросов. Во-первых, это подведение итогов ушедшей эпохи - размышления над уроками «холодной войны», прошлой и нынешней ролью США. Во-вторых, оценка путей развития России, Китая, Индии и стран Дальнего и Ближнего Востока. В-третьих, угрозы, которые представляют для мира нестабильность на Балканах, государства-изгои, исламский экстремизм и международный терроризм, а также стратегии, позволяющие противостоять им. И, наконец, - процесс интеграции в Европе, таящий в себе опасность незаметного расширения власти международных институтов в ущерб независимости национальных государств.

Картина мира, представленная Маргарет Тэтчер, ее видение сегодняшних и завтрашних проблем могут вызвать целую гамму чувств от полного одобрения до бурного протеста, за исключением одного - равнодушия. Систему взглядов, которые представлены и последовательно отстаиваются в книге, сама Маргарет Тэтчер лаконично называет «консерватизм» [6].

Литература

1. Резолюция 2065 (XX) –Вопрос о Фолклендских (Мальвинских) островах , 1398-е пленарное заседание, 16 декабря 1965 года /ООН : официальный отчет.-Нью-Йорк,1982.
2. Резолюция 2002-е (XXVIII) –Вопрос о Фолкленд14 декабря 1973 года /Генеральная Ассамблея : официальный отчет.-Нью-Йорк,1973.
3. Резолюция 85-е пленарное заседание (XX) –Вопрос о Фолклендских (Мальвинских) островах , 1398-е пленарное заседание, 1декабря 1976 года /ООН : официальный отчет.-Нью-Йорк,1976.
4. Татарков Д.Б. «Конфликт в Южной Атлантике: Фолклендская война 1982 года»// Татарков Д.Б.М.:2007.-С. 452;
5. Тетчер М. Х. Искусство управления государством. Стратегии для меняющегося мира / М. Х. Тетчер – М.: Альпина, 2007. – 469 с.
6. Тетчер М. Х. Гордость человечества/ М. Х. Тетчер.-Москва: АСТ.-2014.- с. 800

ПРАВЛЕНИЕ МАРГАРЕТ ТЭТЧЕР. ФОЛКЛЕНДСКИЙ КРИЗИС

Аннотация. Говоря сегодня о женщинах в политике, мы не в состоянии обойти вниманием женщину, которая в Англии была большим политическим деятелем, а именно - Маргарет Тэтчер. Она занимала пост премьер-министра в период с 1979 года по 1990 год. Она была лидером Великобритании второй половины XX в., которая трижды избиралась народом на политический пост и опередила в этом смысле даже Уинстона Черчилля.

Ключевые слова: Маргарет Тэтчер, Фолкленды, Мальвинские острова, политика, кризис, война.

Эта «железная леди» была самой властной женщиной в мире в течение десяти лет. Ее проницательность, сосредоточенность, целеустремленность позволили ей остаться у власти дольше любого другом британском лидере XX в.

Маргарет Робертс Тэтчер родилась 13 октября 1925 году. Отец - Альфред Робертс, мать - Беатрис Ител (Стефенсон). Юная Маргарет провела свое детство вместе с сестрой Мьюриел в городе Грэнтеме, где ее отец владел двумя бакалейными лавками. Отец Маргарет принимал очень активное участие в местной политике, при этом, будучи членом муниципального совета и методистским пастором. Поэтому его дочери воспитывались в строгих методистских традициях [4 с.42-43].

Маргарет посещала школу на Хантингтауер-Роуд, а затем получила стипендию на обучение в школе для девушек Кестевена и Гретеми. Даже уже в школьные годы, составленные отчеты из учебного года свидетельствовали о ее усердии и самосовершенствовании в обучении. Уже в 1943 году она приехала в Оксфорд и получила почти три года диплом второй степени, став при этом бакалавром естественных наук.

В 1946 году Маргарет стала председателем Ассоциации Консервативной партии Оксфордского университета. Влияние на ее политические взгляды оказала работа Фридриха фон Хайека «Дорога к рабству», в которой вмешательство правительства в экономику страны рассматривалось как крах авторитарного государства. В это время она поступила в местную ассоциацию Консервативной партии. Председателя ассоциации были настолько поражены действиями и словами Маргарет, даже уговорили ее принять участие в выборах, но при этом она еще не входила в принятый список кандидатов в Консервативной партии. Ее включили в список только в 1951 году. В ходе предвыборной компании ее поддерживали родители. Несмотря на поражение, Маргарет удалось уменьшить поддержку лейбористов на 1000 голосов. Но эта женщина так не казалась, через

некоторое время на выборах 1959 года в ходе тяжелой предвыборной кампании, Маргарет все-таки одержала победу, став членом Палаты общин [4, с.55].

В период с 1960 года по 1967 год Маргарет пришлось пройти нелегкий путь, чтобы уже в 1967 году быть избранным в Посольство США в Лондоне, для участия в Программе международных визитов. Эта программа дала ее возможность встретиться с различными политическими фигурами и посетить различные международные организации.

На парламентских выборах 1970 победила Консервативная партия Эдварда Хита. В новом правительстве М. Тэтчер в период с 1970-1974 года была назначена министром образования и науки. Она снизила расходы на государственную систему образования, благодаря чему была отменена выдача бесплатного молока школьникам в возрасте от 7-11 лет, чтобы сохранить больше молока для самых маленьких детей. Это вызвало шквал негативных эмоций партии лейбористов. Они обозвали Маргарет «Margaret Thatcher, Milk Snatcher» («Маргарет Тэтчер, похитительница молока») [2, с.220-222].

На выборах 1974 консервативная партия потерпела поражение, и Тэтчер вступила в борьбу за пост главы Консервативной партии, пообещав провести партийные преобразования. В первом туре победу одержала Тэтчер и Хит ушел в отставку. Во втором туре она победила В.Уайтлоу и уже 11 февраля 1975 стала официально головой Консервативной партии. После того, как ее выбрали она стала регулярно посещать официальные обеды, где, знакомясь с новыми людьми, менялся ее мировоззрение. Со временем она стала лицом идеологического движения, выступал за идею общего государственного благосостояния.

Лейбористское правительство столкнулось с проблемой общественных беспокойство по поводу дальнейшего развития страны. Консерваторы в это время устраивали регулярные нападки на лейбористов, обвиняя их в высоком уровне безработицы. Консервативная партия М.Тэтчер, построила свои предвыборные обещания экономических вопросах. Они обещали бороться с инфляцией и помогать ослаблению реформ, потому что те забастовки, которые уже зарождались на тот период времени только вредили экономике.

4 мая 1979 после победы Консервативной партии на парламентских выборах Маргарет, становится первой женщиной премьер-министром Великобритании. Идеологией становится монетаризм (деньги рассматриваются как решающий фактор экономической структуры общества), который предусматривал жесткую финансовую политику и сокращение государственных расходов [5, с.199 -222].

Тэтчер пришла к власти с философией, основанной на осуждении действий правительства, и с придирчивым отношением к происходящему. Ее отец, который был сам политическим деятелем, внушал воспитанию своей дочери доктрину независимости, способности отстаивать свое мнение. Большинство бюрократов ненавидели ее, потому что Маргарет не собиралась

ходить вокруг вопросов, а решилась быть непохожей на других и всегда сосредотачивалась на достижении цели. «Железная леди» руководствовалась девизом: «Цель и направление» [5, с. 222].

Маргарет Тэтчер была сильной женщиной и ее невозмутимость, проницательность, сосредоточенность на цели помогли подняться к лидерству в английской партии Тори. Придя к власти она не думала, что у нее выйдут такие политические изменения грандиозного масштаба. Ей настолько удалось поднять почти угасшую экономику. Ей удалось сделать это, только опираясь на свою веру в себя, и в свое умение видеть в чем заключается истинное благо.

Собственно ей больше всего нравилось называть себя «политиком убеждения», и основывалось это тем, что в своей политике в основном руководствовалась обстоятельствами, но последовательно при этом соблюдалась нелиберального подхода.

Премьер-министр была очень популярна во многих странах Европы. Особенность ее действий заключалась в том, что М. Тэтчер смогла почувствовать, какие нужно сделать изменения предыдущей модели развития Великобритании, чтобы с «увядающей страны» превратить ее в «волшебный цветок». И все ее действия в сочетании с интуицией и умением ориентироваться в ситуации, привели к мировому феномену под названием «тетчеризм» [3, 5].

В 1981 году представители Ирландской национальной освободительной армии устроили в тюрьме голодовку. Бибби Сэндс, который был инициатором, требовал вернуть своим друзьям статус политических заключенных. Конечно, Тэтчер не идет на уступки - инициатор акции протеста и еще девять его соратников умирают от голода. В этом же году проблема безработицы вызывает много общественных беспорядков. Учитывая напряженную внутривнутриполитическую ситуацию, Лондон оказался в ситуации, когда во внешней политике Уайтхолл начал терять свои позиции.

Так в 1982 году правительство Аргентины во главе с президентом Л. Гальтиери находился в кризисном состоянии. Чувствуя недовольство населения из-за ухудшения состояния экономики страны, чтобы отвлечь народ от тягот жизни и удержаться у власти, Гальтиери решил силой захватить Фоклендские острова, надеясь, что Великобритания не станет воевать за такой не большой кусочек скалистых островов, и это была его большая ошибка [1, с. 1-5].

В начале фолклендского противостояния М.Тэтчер проявила себя, как очень решительный политик и лидер государства. Она задействовала все военные и дипломатические возможности по восстановлению суверенитета Великобритании над островами. Своими решительными действиями и непоколебимой последовательности курса, Тэтчер закрепилось прозвище «Железная леди».

Придя к власти Маргарет Тэтчер начала создавать новый политический стиль и систему управления страной. Она поставила перед собой и

правительством задачу добиться перелома и перейти к преодолению проблем, которые начали тянуть страну в пропасть, к реализации возможностей, которые открыли новые горизонты. Вопреки традициям она повела страну к решительным переменам, которые должны были возродить экономику.

Литература

1. Leonardo A. Z. Malvinas: The Argentine perspective of the Falkland's conflict// A. Z. Leonardo – MAJ.: Argentine Army, 2010.- 59 С.
2. Заболотный В. М. Новейшая история стран Европы и Северной Америки конец XX – начало XXI века.: Учебное пособие для студентов / Заболотный В. М. – Москва: Астрель, 2004. – 495 С.
3. Іваницька О. П. Новітня історія країн Європи та Америки (1945-2002): Навчальний посібник. – Вінниця: Фоліант, 2003. – 560 С.
4. Остапенко Г.М. Новейшая история Великобритании XX- начало XIX века.: Учебное пособие / Г.М.Остапенко, А.Ю.Прокопов – М: Вузовский учебник: Инфра –М, 2012.- 472 с.
5. Тьерсо Жан Луи Маргарет Тэтчер// Жан Луи Тьерсо–М.: Молодая гвардия, 2010.–528 С.

Дяченко Ю.А

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МИФ – КАК ИНСТРУМЕНТ УБЕЖДЕНИЯ МАСС

В статье определяется политический миф как одна из ячеек в системе политической манипуляции сознанием.

Ключевые слова: политический миф, манипуляция сознанием, средства массовой информации и коммуникации, мифологизация, массовое сознание.

Политический миф – тривиальный способ толкования политической реальности, политических событий, представляющих собой причудливое сочетание бытия и вымысла. Как правило, это статичный образ, опирающийся на верования и позволяющий слаженно интерпретировать приводящие в недоумение факты и события, структурировать видение коллективного настоящего и будущего.

Проблемы мифологизации политических явлений получили серьезное научное обоснование во многих работах как зарубежных, так и отечественных ученых. В частности, в трудах И. Дзялошинского, С. Кара-Мурзы, Н. Кириллова, Г. Почепцова, А. Цуладзе. Они акцентируют основное внимание массово-коммуникационным технологиям создания политических

мифов. Место и роль мифообразования и героизации лидеров в современном обществе изучают Полосина и Н. Щербинина и многие другие.

Анализируя совокупность выделенных работ и работ других авторов, можно сделать вывод, что обращения политических исследователей к мифам вызвано конкретными историческими предпосылками, которые ставят проблему поиска новых форм отождествления и привлечения масс в политической жизни. В современности, когда существует обилие политических технологий, способы создания идентичности, механизмы политического управления, прослеживается рост мифотворческого процесса в средствах массовой коммуникации и, соответственно, их распространение через современные системы массовой коммуникации.

Детализировав понятие, мы определили, что мифы возникают тогда, когда индивид пытается толковать политические события и не состыковки исходя из накопленного личного опыта (часто ограниченного). Он не имеет жизненного опыта в объяснения этих событий, у него нет информации и нет желания в ее поиске, а также он не может теоретически анализировать информацию, будучи ограниченным в данных.

Следуя исторической справке, в те или иные периоды во всех государствах четко прослеживается мифологизация процессов и явлений в политической жизни. Для этого есть логическое объяснение: социально-политические и экономические условия и кризисные явления в этих системах не позволяют решать проблемы за счет существующих средств. И тут на помощь приходит миф, который принудительно и латентно воздействует на массы людей и тем самым, временно уводит внимание от текущих и трудно разрешимых проблем.

Анализ предпосылок возникновения мифотворчества показывает, что они возникают в момент столкновения общества с неизвестными и не управляемыми событиями. Большей частью, эти события несут угрозы для властвующей элиты, для их задач и целей. Этим объясняется повышения активности мифологизации в период кризисов, войн и катастроф в обществе. Миф лежит вне логического осмысления, но помогает обычным людям понять самоволие и принять коренные перемены в обществе, которые идут в разрез с большей частью населения. К тому же, среднестатистический индивид, подсознательно хочет понимать, что происходит в обществе, опираясь на скудный жизненный опыт. Естественно, реальный ход действий не намеренно откидывается, и принимаются во внимание легко усваиваемые мифы.

Аналитическая психология К. Юнга, доказывает, что миф является проекцией коллективного бессознательного на реально существующие объекты в обществе. В критических ситуациях, о которых я говорил выше, возможно активизация архетипов. Это означает, что транспортировка архетипов на социально-политические события является очагом и коллективного сознания и создает коллективные мифы [4, с. 107-132].

Симптоматичность и неизбежность в коммуникации провоцирует создание символического поведения, прямо связанное с созданием «отдельного» мира, в котором символизм ощутимо значительнее реальности. Функционируя в строгом символическом контексте, поведение рождает или приходит на смену нашей реальности. Желание общество питают мир и трансформируют его в соответствии со своими нуждами.

Теряется защита «здорового смысла» и индивиды строят мир по своим понятиям. Основанием мира есть миф, усвоенный в коммуникативном смысле. Миф - это реально доступный способ усвоить недоступную для общества информацию. Он ликвидирует угрозу когнитивного диссонанса между разумами индивидов и реальным положением вещей. Он помогает не потерять веру в разумность мира, помогает «устанавливать простейшие равенства между видимым и сущим, поддерживая такой образ мира, в котором нет ни промежуточных звеньев, ни переходов, ни развития, он создаст однородный мир, где человек уютно огражден от волнений и рискованных соблазнов» [1, с. 129]. Человек стремится не выходить за грани доступного осознания информации, властвующей элите это только на руку. Когда у правительства нет возможности сделать обещанием реальным, это делается символически. Яркий пример лозунг советского времени эпохи Перестройки: «Каждой семье отдельную квартиру к 2000 году». Речь идет о будущем и опровергнуть информацию не возможно.

Война является страшным бедствием для всех граждан. Люди пытаются оградить себя от ужасов войны и повторяют все более примитивные формы мышления и поведения. Тоталитарные системы создавались на тщательном использовании мифологического обрамления сознания обывателей [3 с. 58—65].

В современном обществе создание мифов в коммуникационном процессе происходит при помощи нескольких приемов:

- смешение условий и возможностей воображаемых миров и контекста их материального воплощения;
- целенаправленная активизация массового сознания, связанная с его архаизацией;
- создание института «информационных миссионеров», толкователей тех или иных событий, фактов, явлений;
- эмоциональная дестабилизация.

Современное общество невозможно без коммуникационных актов манипуляционного характера. Производство и тиражирование идей важно так же, как и производство объектов потребления и средств производства [2, с. 23].

Методы насилия в государственном управлении всегда использовались в политической жизни. Но их цель – материальный результат. Наиболее жесткие деспотические режимы не стеснялись повсеместно использовать метод навязывания определенных установок гражданам. Чувства и мысли людей отходили на второй план, для них был важен результат. В

современности ситуация изменилась. Современные политические мифы начинают не с санкционирования или запретов на неудобные действия. Они изменяют поведения людей и их взгляд на необходимость самим пересмотреть взгляды на уже знакомые вещи и события, что бы в будущем контролировать их деяния.

Политическое насилие, методы принуждения не могут помочь воспитать «послушных» граждан. Даже под тотальным политическим прессом в обществе, люди не перестают жить личной, частной жизнью. В любом деспотическом режиме остается сфера личностного противостояния и сопротивления. В современном обществе мифы уничтожают подобные ценности.

Коммуникация посредством мифов весьма эффективна в психологических операциях: в паблик рилейшенз и разного рода рекламе. Она функционирует на не достигаемом для сознания уровне восприятия. Информацию трудно опровергнуть, тем более для массового сознания. Происходит стереотипизация информации для скоростной информационной обработки и повторяющиеся установки не анализируются, а усваиваются без предварительного осмысления.

Принимая во внимание, что массовое сознание требует четкие картины мира, которые подпадают под систему стереотипов, предвыборная борьба «кишит» мифотворчеством и политики и партии создают и подстраиваются под определенные мифы. Например: Левые партии, используют мифологию, которая присуща социализму, а правые опираются на мифологическую опору западного мира. Правящие партии создают государственные мифы для удержания и обоснование своей правоты.

Политическая мифологизация событий и явлений один из методов манипуляции сознанием. Политическое манипулирование - это скрытое управление политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать или бездействовать в интересах манипуляторов, навязывание воли манипулятора манипулируемому в форме скрытого воздействия.

Специалисты в сфере паблик рилейшнз, журналисты работающие в СМИ являются создателями, корректировщиками и контролерами по распространению информации. Информация формирует наши представления, четкие установки и, конечно же, поведение. Искажая информацию в частных или государственных целях, указанные выше личности, становятся манипуляторами сознанием.

Процесс интеграции информации в обществе можно описать одной схемой: заказчик – исполнитель - потребитель. И власть является основным пластом, на котором держатся все общегосударственные процессы.

В системе манипуляции сознанием через мифы занимают важную ячейку, спустя столетия не утрачивая свою актуальность и результативность. Миф в современности отвечает самым сокровенным нуждам человека, но в отличии от архаического, он актуален и четкий и отвечает вызовам времени.

Это устоявшие мифы о вожде, мудром политике и о скорых позитивных переменах. Миф разрушается с изменением обстоятельств, со временем, а чаще всего со сменой власти на оппозиционную правящей. Оппозиция намеренно пытается или развеять миф, или исказить. Тем не менее, актуальность мифа, только лишь, увеличивается и используется как весомый аргумент легитимации власти и политики. Миф работает лишь в коллективном сознании, он создает собственный миропорядок, психологические и идеологические установки, которые обладают стойкостью предрассудка.

Литература:

1. Барт Р. Мифологии // Р. Барт, — М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996, — 312 с.
2. Каландаров К. Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов // К.Х. Каландаров, — М.: Гуманитарный центр «Монолит». — 1998. — 37 с.
3. Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Э.Кассирер, - Вестн. МГУ. Сер. 7, Философия. 1990. № 2. - 149 с.
4. Юнг К.Г. Психология бессознательного // К.Г. Юнг, Пер. с англ. — Издание 2-е., М.: «Когито- Центр», 2010. - 352 с.

Семёнова О.Н.

*Луганский государственный
университет имени Тараса Шевченко*

КРИЗИС ИДЕНТИЧНОСТИ В СРЕДЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Статья посвящена обзору проблемы идентичности в среде студенческой молодёжи. Рассмотрены концепции идентичности как фундамента дальнейшего благоприятного развития личности – Эриксон и Кон, а так же идентичности как постоянно меняющегося социального конструкта – Бауман. Описан кризис идентичности в студенческой среде на сегодняшний день.

Ключевые слова: идентификация, идентичность, студенческая молодёжь, ВУЗ, студенты Западных стран.

Процесс идентификации сопровождает личность на всех этапах её жизнедеятельности. Сущность идентификации (от лат. *identifico* — отождествлять) заключается в самоотождествлении личности с другим человеком, группой, образцом по совокупности общих и частных признаков. Идентификация делится на личностную и социальную. Личностной идентификацией является процесс поиска, установления, утверждения и

сохранения глубинных, неизменных, устойчивых характеристик, по которым человек может сказать «это я», не потеряться за набором своих ролей, т.е. процесс установления и сохранения личностного ядра. Социальной идентификацией выступает процесс отождествления себя с социальными группами по общим характеристикам (общность проблем, интересов, симпатий, антипатий и т. д.) [6].

Конечным продуктом процесса идентификации является формирование устойчивой идентичности личности. Идентичность (лат. *identicus* — тождественный, одинаковый) — осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и статусов.

В современном мире идентичности одной личности складываются и наслаиваются одна на другую. Идентичность складывается из множества разных аспектов идентичности (политической, гражданской, этнической, социальной, профессиональной, культурной и т.п.).

В процесс идентификации человек включается с первых дней, идентичности формируются на протяжении всей жизни, иногда ранее сформированные идентичности теряют свою актуальность и заменяются более значимыми, другие же, в свою очередь, с течением временем, могут претерпевать лишь частичные изменения.

Существует мнение, что наиболее осознанным и актуальным процесс идентификации становится в юношеский период жизнедеятельности личности. Именно в этот период становится остро проблема выбора вектора движения по жизненному пути.

Понятие идентичности является ключевым для американского психолога Эрика Хомбергера Эриксона. В его трактовке данный термин обозначает твердо усвоенный и личностно принимаемый образ себя во всем богатстве отношений личности к окружающему миру. Автор говорит о том, что идентичность, в первую очередь является показателем зрелости личности, которая берёт своё начало на предшествующих стадиях развития. Это такая конфигурация, в которую интегрируется конституционная предрасположенность, особенности либидных потребностей, предпочитаемые способности, действенные защитные механизмы, успешные сублимации и осуществляющиеся роли. Согласно Эриксону, процесс идентификации личности проходит на восьми возрастных этапах жизнедеятельности, претерпевая на каждом из них определённый кризис. Преодолевая кризисные точки, человек приобретает положительную идентичность, усиливая своё личностное ядро. Если же кризис остаётся нерешённым, идентичность становится нецелостной, что определяет негативный характер последующего развития личности. Наиболее ответственным периодом формирования идентичности, определяющим все остальные этапы идентификации, Эриксон считает юношеский период, период с 11 по 20 лет, знаменующий 5 стадию формирования идентичности. Именно эту стадию автор называет ключевой в процессе формирования

чувства идентичности, так как именно на этой стадии молодому человеку необходимо объединить всё то, что он знает о себе в единое целое, проанализировать, установить связь с прошлым и спроектировать всё это на будущее. Если данный процесс пройдет успешно, то личность получит устойчивое чувство идентичности, осознание себя и своего места в группе, в случае неблагоприятного прохождения данного кризисного момента у личности формируется спутанная идентичность, которая связана с постоянными сомнениями по поводу себя, своего места в группе и обществе, неопределённостью жизненных перспектив [5].

В свою очередь советский и российский социолог, антрополог, философ Игорь Семёнович Кон говорит о том, что издавна идентичность была данностью, которая определялась культурными, правовыми, социальными нормами. Тем самым обуславливая бескризисное, спокойное протекание процесса идентификации. Но эпоха модерна превратила идентичность в задачу, решая которую личность вынуждена создавать себя сама. Автор говорит о том, что в процессе идентификации личность сталкивается с трудностью правильного совмещения ближней и дальней перспектив (определения используемые А.С. Макаренко). Под ближней перспективой подразумевается непосредственная сегодняшняя и завтрашняя деятельность, её цели и задачи. Дальняя перспектива выступает у И.С. Кона в виде долгосрочных жизненных перспектив, как личностных так и социальных, определение жизненных целей, а также перспектив жизненного развития, через что происходит процесс поиска смысла жизни, осмысление жизни, построение жизненного плана. Для автора интерес раскрытия феномена идентичности состоит в попытке изучить человеческое Я в его единстве. Как такового определения данного феномена Кон не даёт, но он выделяет типы идентичности, определяя их следующим образом:

- психофизиологическая идентичность – единство и преемственность физиологических и психических процессов и структуры организма;

- социальная система свойств, благодаря которым особь становится социальным индивидом, членом сообщества, группы и предполагает разделение индивидов по их социально-классовой принадлежности социальным статусом и усвоенным нормам;

- личная – единство и преемственность жизнедеятельности, целей, мотивов, смысложизненных установок, осознающий себя как самость.

Для автора идентичность выступает условным конструктом личности, которая не является статичным конструктом, она ([идентичность]) динамична и претерпевает изменения во времени.

Можно предположить, что у Кона психофизиологическая идентичность является основой, которая определяет дальнейшее здоровое развитие человека в биологической и социальной сфере, и на которую навешиваются и заменяются всевозможные проявления социальной и личностной идентичности [4].

Кардинально иную концепцию феномена идентичности предлагает британский социолог Зигмунд Бауман. Он применяет аналогии с физическими телами для описания процессов, происходящих в современном обществе. Ранее возведённые массивные социальные конструкты переходя в современность, попадают в некий плавильный тигель, который переплавляет «твёрдые», устойчивые, статичные социальные конструкты в «жидкие», «текущие», динамичные, что в свою очередь обуславливает текучее состояние современной общественной жизни – характеризуется понятием «liquid modernity» («текущая современность») [3]. Современную эпоху называют «эпохой индивида», автор говорит, что говорить об индивидуализации и о современности – это говорить об одном и том же социальном явлении. Этим объясняется возрастание в индивидуализированном обществе дезинтеграционных процессов (разрушаются традиционные связи, всё более ослабевает межличностная, а, следовательно, и социальная солидарность, ослабевает социально–политическая активность людей) [1]. А, следовательно, ослабевают, а то и вовсе исчезают, конструкты, которые ранее служили надёжными ориентирами для идентификации личности. Классические тезисы о глубинности и незыблемости идентификационных процессов личности, как основ её психофизиологического здоровья, оказываются не применимы к современным реалиям. Главными формами идентичности современного человека становятся идентичности «туриста», «бродяги», «игрока», «фланёра», которые скользят по жизни постоянно изменяя свою идентичность [2].

Если для Эриксона и Кона идентичность выступает как внутренне тождество личности с самой собой, для Баумана же идентичность является социальным конструктом, который не привязан к биологическому организму.

Существует мнение в преподавательской среде ВУЗов, что у современных студентов отсутствует реальная идентичность, а в лучшем случае сводится к статусно–ролевой типизации, при этом роль студента не выражена. У студенчества отсутствует ощущение себя представителем определённого ВУЗа, представителем определённой профессиональной группы, представителем студенческого сообщества в целом. У подавляющего большинства отечественных студентов отсутствует чувство важности и необходимости получения качественного образования, в отличии от студентов Западных стран.

Для представителей студенческого сообщества Запада характерно серьёзное отношение к выбору специальности и университета/колледжа задолго до поступления. Молодёжь для получения специальности вынуждена оплачивать дорогостоящее обучение, при неимении средств возникает необходимость получения стипендии и права на бесплатное обучение на основании интеллектуальных способностей, спортивных или культурных достижений. Кроме того, для Западного общества характерна узкая специализация, выпускающие университеты/колледжи ориентированы на вполне определённый сегмент рынка труда.

У студентов постсоветских стран отсутствует понимание того, какой профессиональной деятельностью они хотят заниматься после окончания ВУЗов. Современными мотивами поступления в ВУЗ становятся решение родителей, выбирающих какую специальность получит их ребёнок без учёта его способностей; материальная доступность специальности; престижность той или иной профессии, без учёта спроса на выпускников данной специальности на рынке труда; желание продлить детство, отсрочить вступление во взрослую жизнь. Поэтому студенты, приходящие на первый курс на определённую специальность, ко второму курсу не понимают, что они тут делают, и как им быть дальше. Соответственно и представителями определённого ВУЗа они себя не ощущают, а идентификация со студенческим сообществом в целом отсутствует, так как отсутствует чёткая иерархия ВУЗов (в отличие от университетов Лиги плюща в США) и нет ощущения значимости поступления в ВУЗ. Так же получение большинством студентов диплома только для «корочки» свидетельствует о невыполнении функции подготовки высококвалифицированных специалистов по определённой профессии. Следовательно, отсутствие социальной структуры высшего образования, как социального института является основной причиной отсутствия базовой идентификации студентов как представителей студенчества в целом, как представителей определённого ВУЗа, и как представителей определённой социально–профессиональной группы. В этом и заключается кризис идентичности в среде студенческой молодёжи на сегодняшний день.

Литература

1. Бауман З. Индивидуализированное общество [Электронный ресурс] / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005. – 390 с. – Режим доступа: http://socioline.ru/files/5/39/bauman_zigmunt_-_individualizirovannoe_obshchestvo-2005.pdf
2. Бауман З. От паломника к туристу, или краткая история идентичности [Электронный ресурс] / Пер. с англ. О.А. Оберемко. // Социологический журнал. – 1995,-№4. – С. 133 – 154. – Режим доступа: <http://jour.isras.ru/index.php/socjour/article/viewFile/218/219>
3. Бауман З. Текущая современность [Электронный ресурс] / Пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. — СПб.: Питер, 2008. — 240 с. – Режим доступа: <http://booksee.org/book/1434123>
4. Кон И.С. В поисках себя личность и ее самосознание [Электронный ресурс]. – М.: "Политиздат", 1984. – Режим доступа: <http://www.psylib.org.ua/books/konis01/index.htm>
5. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис: Пер. с англ. [Электронный ресурс] / Общ. ред. и предисл. А.В. Толстых – М.: Издательская группа «Прогресс», 1996. – 344 с. – Режим доступа: https://vk.com/doc134183653_225056190?hash=2e8653c53eb39562cc&dl=74c9c42f9fc794c604

6. Ядов В.А. Социальная идентификация в кризисном обществе [Электронный ресурс] // Социологический журнал. — 1994,- №1. — С. 35 – 52. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/527067/>

Ю.А. Опара

Стахановский педагогический
колледж Луганского государственного
университета имени Тараса Шевченко

ГУМАНИСТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В КОРРЕКЦИОННОМ ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. В данной статье будет рассмотрена проблема гуманистического воспитания на современном этапе в коррекционном процессе обучения.

Ключевые слова: гуманистическое воспитание, гуманно – личностный подход, личностно ориентированное воспитание.

В контексте гуманной педагогики в настоящее время разрабатывается теория личностно-ориентированного общения, в котором многие видят альтернативу авторитарному воспитанию.

Основываясь на современных теориях и взглядах, сталкиваешься с противоречием между необходимостью воспитания коммуникативных черт личности с одной стороны и традиционным авторитарным стилем общения взрослого и ребёнка с другой стороны.

Понимая несовместимость этих двух позиций, встает проблема смены стиля взаимоотношений взрослого и ребёнка.

Данная проблема широко освещена в литературе. Так психолог М. И. Лысина отмечает: "Становление личности продолжается всю жизнь. В детском возрасте закладываются основы личности, её исходные отношения к миру и к себе". [1]

Гуманистическая основа воспитания - путь к личностному росту ребенка. Гуманистическое воспитание имеет своей целью гармоничное развитие личности и предполагает гуманный характер отношений между участниками педагогического процесса. Для обозначения таких отношений употребляется термин «гуманное воспитание». [3].

В 80-х годах XX в. гуманно-личностный подход у воспитанников обосновал и практически реализовал в «Школе жизни» известный грузинский психолог и педагог Ш.О. Амонашвили.

Немало исследований в области влияния демократического стиля общения на взаимоотношение детей в группе у А. М. Виноградовой, Л. П. Стрелковой, И. Л. Княжиной, Т. А. Пономаренко, М. В. Воробьёвой, которые показали, что дефицит общения с окружающими вызывает задержку психического развития ребёнка. В настоящее время этому направлению много внимания уделяют Г. Любина и Н. Арушанова, которыми разработаны тематика и сценарии активизирующего общения взрослого и ребёнка [5]

Интересная мысль была высказана Н. Г. Савиной на встрече учителей - экспериментаторов в 1986 году. Она звучала так: "Педагог должен знать и использовать такие приёмы, при которых каждый ребёнок чувствует себя личностью, ощущает внимание педагогов лично к нему, он уважаем, никто не может его оскорбить"[4]

Для воспитания личности, способной самостоятельно принимать решения и отвечать за их последствия, необходим другой подход: воспитывать умение думать раньше, чем действовать, без внешнего принуждения, уважать выбор и решение личности, считаться с ее позицией и принятыми решениями. Этим требованиям отвечает гуманистическое личностно- ориентированное воспитание. Оно создает новые механизмы моральной саморегуляции воспитанников: от состояния «Я должен» - к состоянию «Я хочу».

Личностно ориентированное воспитание — это организация воспитательного процесса на основе глубокого уважения к личности ребенка, учете особенностей его индивидуального развития, отношения к нему как к полноправному участнику воспитательного процесса. Это формирование целостной, раскрепощенной личности, осознающей свое достоинство и уважающей достоинство и свободу других людей. Ученика не принуждают выполнять те или иные требования, а различными способами создают такие условия, чтобы он сам пришел к пониманию значения данного требования лично для себя и захотел выполнить его. Для большей эффективности воспитательного влияния педагог считает ребенка своим единомышленником. За ребенком признается его уникальность, наполненная различного рода стремлениями, интересами. Поскольку многие качества у ребенка заложены на подсознательном уровне, то воспитатель лишь создает условия для детского саморазвития.

Система гуманных отношений педагога с детьми распадается на три неразделимые части: понимание, признание и принятие ребенка. А важнейшая потребность ребенка – быть правильно понятым, принятым, признанным. Он подсознательно надеется, что его поймут в любом состоянии.

Только воспитатель видит ребенка в реальной обстановке и его настоящих отношениях: в труде, поведении, контактах со сверстниками, старшими и младшими, - словом, в реальных жизненных ситуациях. Он ближе всех к ребенку в процессе его повседневной деятельности. И, следовательно, только воспитатель может составить наиболее правильное и,

главное, целостное суждение о нем. А поняв, он может предотвратить неблагоприятное развитие событий.

Признание права ребенка быть самим собой – еще один принцип гуманистической педагогики. Признание – это примирение педагога с индивидуальностью, ее взглядами, оценками и позицией. Ненавидим поступки – любим ребенка.

Для каждого своего воспитанника педагог определяет личную стратегию воспитания. Определившись с системой воспитательных целей, он подбирает такие средства воспитательного воздействия, которые актуализируют присущие ребенку функционально-психологические особенности. При этом учитывается, что независимо от своих индивидуальных особенностей и возможностей все воспитанники должны знать и выполнять необходимые моральные требования.

Принципиальное положение гуманизации воспитания – принятие ребенка. Принятие – это признание того, что ребенок имеет право быть таким, какой он есть. Если педагог принимает ребенка, то принимает и его особенности, не выделяя и оценивая их. Чаще приходится принимать неблагополучных. В основе принятия – любовь. Любящий ребенка воспитатель всегда воспитывает лучше, т.к. он действует не только умом, но и сердцем. Путь к любви лежит через справедливость. Невозможно требовать от воспитателя, чтобы он был интеллектуально и нравственно совершенным, но справедливым он должен быть обязательно. Состояние полного принятия максимально способствует самоутверждению воспитанника, предоставляя ему свободу для саморегуляции.

Чтобы формы и методы воспитания «повернуть» в гуманистическое русло, необходимо придерживаться правил, выработанных практикой личностно ориентированного воспитания. Итак, воспитатель должен:

1. Постараться понять, что они - дети, потому и ведут себя как обычные дети.
2. Постараться принять ребенка таким, каков он есть на самом деле - с "плюсами" и "минусами".
3. Возможно, более полно узнать, почему он стал "таким", и постараться "выработать" в себе понимание, сострадание и сочувствие к ребенку.
4. Найти позитивное в личности ребенка, постараться включить его в общую деятельность (с заранее прогнозируемой позитивной оценкой).
5. Установить личный контакт с помощью средств невербального общения, создавать "ситуации успеха", оказывать ребенку позитивную словесную поддержку.
6. Не упустить момент словесного или эмоционального отклика с его стороны, принять действенное участие в проблемах и трудностях ребенка.
7. Не стесняться проявлять свою любовь к детям, закреплять дружеский тон в практике повседневного общения. Стремится быть таким учителю очень важно. Учитель – это посредник между ребенком и духовными ценностями прошлых и современных поколений. Гуманный педагог, приобщая детей к

знаниям, одновременно передает им свой характер, предстает перед ними, как образец человечности. Для ребенка знания не существуют без учителя, только через любовь к своему учителю ребенок входит в мир знаний, осваивает моральные ценности общества. В младшем школьном возрасте самый высокий авторитет для детей - учитель.

Главная задача при формировании навыков общения - это развитие речи. В занятия по развитию речи вводятся упражнения по развитию памяти, воображения, логического и нестандартного мышления. Это возможно с использованием на занятии развивающей технологии Н.А.Цыпиной и И.Н.Волковой.[2] Использование её в процессе ознакомления с художественной литературой в сочетании с творческой, продуктивной и игровой деятельностью, тем самым способствует развитию у детей внимания, памяти, мышления, пространственных направлений, речи, мелкой моторики. Изучив всё это и осмыслив, нужно выделить для себя главную идею, основываясь на которую можно осуществить переход к личностно ориентированной модели общения - это расположить ребёнка к воспитательному процессу, сделать его своим помощником в его же воспитании.

Также это выделенные принципы гуманного отношения к построению воспитательно-образовательного процесса:

- Не рядом, не над, а вместе.
- Педагог не подгоняет развитие каждого ребёнка к определённым канонам, а предупреждает возникновение возможных тупиков личностного развития детей.
- Знания, умения и навыки рассматриваются не как цель, а как средство полноценного развития личности.
- Способы общения предполагают умение встать на позицию ребёнка, учесть его точку зрения и не игнорировать его чувства и эмоции.
- Позиция педагога исходит из интересов ребёнка и перспектив его дальнейшего развития.
- Взгляд на ребёнка как на полноценного партнёра в условиях сотрудничества.

Личностно-ориентированный подход все более стремительно завоевывает дошкольное образовательное пространство. Значимость такого подхода сегодня очевидна для всех сторонников гуманистической педагогики.

Создание атмосферы, ориентированной на индивидуальность ребенка, обеспечивается как через использование форм, методов и приемов, уже апробированных в образовательной практике, так и через авторские технологии.

Особую актуальность приобретает личностно ориентированный подход в коррекционной логопедической работе. Как правило, дети с речевыми нарушениями разной этиологии имеют повышенный уровень тревожности, плохо адаптируются к социальной среде, не сразу идут на контакт, вялы либо расторможены, что в дальнейшем может привести к эмоциональной

депривации. Правильная, хорошо организованная коррекционная работа в сочетании с личностно ориентированным подходом позволяет сгладить имеющиеся отклонения и помочь ребенку максимально комфортно адаптироваться к социальной среде.

Таким образом, основной целью личностно-ориентированного подхода является помощь ребенку в социализации с ориентацией на общечеловеческие ценности, в адаптации ребенка к окружающей среде.

Педагогическое сопровождение основывается на субъект – субъектных связях с ориентацией на личностные характеристики ребенка. Все занятия ориентированы на психическую защищенность ребенка, его комфорт и потребность в эмоциональном общении с педагогом. Форма организации занятий – фронтальная, по подгруппам и индивидуальная.

Педагогу необходимо:

- учитывать возрастные особенности детей и естественную мотивацию к занятиям, которая обеспечивается за счет включения каждого ребенка в процессы самореализации;
- обеспечивать развитие речи и мышления;
- вызывать эмоциональную сопричастность к процессу и результату собственной умственной деятельности и деятельности других;
- создавать условия для перехода из зоны актуального развития, опираясь на созревающие, а не на созревшие функции, что способствует развитию познавательных способностей ребенка;
- способствовать полноценному психическому и физическому развитию, а также укреплению здоровья каждого ребенка;
- обеспечивать уважение к личности ребенка, развитие творческих способностей и успешность каждого ребенка

Вывод: существенными чертами гуманистической школы воспитания являются:

- 1) особое ценностное отношение к воспитаннику, признание развития личности (интеллектуального, физического, нравственного, эстетического, трудового) - главная задача школы, а становление индивидуальности личности - ее главный результат;
- 2) гуманистические модели предусматривают создание культурно-воспитательной среды, в которой происходит большой выбор личностью способов творческой самореализации;
- 3) гуманистическая направленность предполагает свободу и творчество как воспитанников, так и воспитателей;
- 4) воспитатель является наставником и другом ребенка, он постоянно учитывает его потребности, помогает реализовать возможности; поддерживает каждого воспитанника.
- 5) между детьми устанавливаются социальные контакты с помощью всех доступных им средств - речевых и несловесных, развиваются коммуникативные навыки;

- б) дети раскрепощены в общении, не боятся быть непонятыми, не боятся ошибиться, становятся более уверенными в себе, повышается их самооценка;
- 7) обеспечивается сохранение психического и физического здоровья детей.

Список используемых источников и литературы

1. Бондаревская Е.В. Ценностные основания личностно-ориентированного воспитания // Педагогика. – 1996. - № 4. – С. 29-36.
2. Выготский Л.С. Педагогическая психология. – М., 1999. – 536 с.
3. Званцова М. Е. Гуманистическая система воспитания детей в России: Традиции и современность// Фундаментальные исследования. - 2008. №5 - С. 71 – 73.
4. Осмоловская И. Начать с изучения личностных качеств / И. Осмоловская // Нар. образование. – 1996. – № 6. – С.67.
5. Якиманская И.С. Технология личностно-ориентированного образования. М.: Сентябрь, 2000.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КУЛЬТУРОЛОГИИ

Н.В. Бельчикова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕЖЭТНИЧЕСКОГО КОНФЛИКТА НА ЮГО-ВОСТОКЕ УКРАИНЫ

В данной статье рассмотрены языковые особенности конфликта на Юго-Востоке Украины, который помимо геополитического и социально-экономического является также и межэтническим. Любое глобальное преобразование государства, общества, мира непременно отражаются в языке. Появляются новые слова, которые могут заключать в себе как нейтральную, так и негативную семантику. Словесные новшества рождаются в неформальном общении, выходят за его рамки и проникают в СМИ, и становятся в них широко употребительными. В данном исследовании приведены наиболее популярные слова, возникшие в период конфликта на Юго-Востоке Украины, а также превращение их в «маркеры», обозначающие ту или иную сторону противостояния. Кроме того, на примерах выявлена манипулятивная функция СМИ при употреблении слов с негативной семантикой.

Ключевые слова: конфликт, межэтнический конфликт, языковая политика, политическая диглоссия, СМИ.

Суть межэтнического конфликта заключается в столкновении противоположных интересов, целей, взглядов, идеологий наций, которые проживают на территории одного государства. В основе могут быть социально-экономические, культурно-языковые причины, а также стремление, направленное на отделение части государства и создание нового государства, получение автономии для части страны.

Глубокая разница в мировоззрении и взаимонепонимание двух воюющих между собой наций – русских и украинцев – привели к конфликту, который достиг огромных масштабов, и надежда на мирное его урегулирование почти потеряна. Кроме многочисленных человеческих жертв, политической борьбы, конфликт на Юго-Востоке характеризуется возникновением словесных новшеств. Целью данной работы является изучение и анализ проблемы возникновения и употребления оценочной лексики в период межэтнического конфликта на Юго-Востоке Украины. Наше исследование связано с проблематикой дискурса, оно отображает функционирование языка в период кризисных состояний общества и

направлено на выявление новых слов, характеризующих тот или иной период коренных изменений в нем, и поэтому является актуальным.

В данной области работали такие ученые-лингвисты как А.С. Герд, который отметил особенность языковой политики как одно из средств воздействий на население, проживающее в стране или на определенной ее территории; В.Е. Чернявская, раскрывшая в своем учебном пособии «Дискурс власти и власть дискурса» суть понятия «языковая манипуляция», что помогло нам разобраться с применением этой функции в языке политиков и СМИ. Так же нами была использована статья О.В. Красовской «О политической диглоссии современных информационных войн».

СМИ выполняет не только информативную, но и манипулятивную функцию. «<...> Цель речевой манипуляции – склонить манипулируемое лицо (адресата) к тому, чтобы принять определенные высказывания за истинные без учета всех аргументов» [5, с.19]. Таким образом, получается, что СМИ является не обычным источником информации, а вспомогательным средством для достижения политиками своих целей. В этом проявляется языковая политика государства. А.С. Герд выделяет несколько направлений языковой политики (выбор и определение положения официального государственного языка, определение положения других языков по отношению к государственному языку; определение сфер и типов языковых состояний функционирования государственного и местных языков, разработка алфавита, ликвидация неграмотности и др.) [2]. На наш взгляд, среди указанных направлений не хватает еще одного – это скрытое воздействие средств массовой информации с целью управлять народом, проживающим в стране. Телевизор является авторитетом; подавляющее большинство людей безоговорочно верит тому, что увидят в мерцающем экране, обдумывает это, делает выводы.

Говоря о манипулятивности СМИ, нельзя не отметить, как одна и та же информация или событие освещается в разных источниках. Наглядные примеры мы можем увидеть в статье «О политической диглоссии» современных информационных войн» О.В. Красовской, доктора филологических наук, доцента, профессора кафедры социальных коммуникаций Луганского государственного университета имени Тараса Шевченко. О.В. Красовская пишет, что «политическая диглоссия» – это «кодировка оппонентами одного и того же события в разных номинациях. Использование противоборствующими силами «разных языков» неизбежно, поскольку стороны конфликта создают тексты, в которых конструируются противоположные картины действительности [3]:

Объект номинации	Пророссийские СМИ	Проукраинские СМИ
События на Майдане осенью 2013	Еврошабаш	Революция достоинства
Присоединение Крыма к России	Возвращение Крыма домой Путь на родину	Аннексия Оккупация Нарушение

	Воссоединение с Россией	международного права
Летний выход ополченцев из Славянска	Консолидация сил ополчения	Бегство
Поведение украинской армии под Дебальцево (2014 г.)	Паническое бегство с поля брани	Плановый вывод войск
Арсен Павлов (позывной «Моторола»)	Герой Новороссии	Убийца украинских солдат Террорист
Надежда Савченко	Украинская военная преступница	Героиня современности Героическая украинка
Первый руководитель ЛНР/ДНР	Глава	Главарь Вожак

Из приведенных примеров видно, как в сознании человека формируется представление об одном и том же явлении, представленном разными словами. Поэтому неудивительно, что между двумя нациями царит такое взаимонепонимание, только усиливающее межэтнический конфликт на Юго-Востоке Украины.

Кроме того, следует отметить, что многие словесные новшества, которые носят оценочно-экспрессивный характер и активно используются СМИ, являются продуктами речевой деятельности обычных людей, но они стали настолько популярны и широко употребительны, что проникли во все сферы общественной жизни, и стали активно использоваться и СМИ, и политиками.

По тому, какое слово произносит человек можно сразу определить, к какому этносу он принадлежит и какие у него политические взгляды. Основываясь на данных различных информационных сайтов, нами была составлен небольшой глоссарий из самых популярных слов:

- ✓ «Сепаратист» – чаще сокращенно «сепар» – пособник раскола суверенной Украины;
- ✓ «укропы» – так жители Юго-Востока называют украинских военных и властей;
- ✓ «бандеровец» – это слово «маркирует» и украинских военных, и жителей Западной Украины. Оно носит особо негативный характер, так как обозначает националистов-радикалов из ОУН-УПА пособников фашизма, борцов против СССР. Жители Восточной Украины проводят аналогию между действиями украинских националистов в 1930-е г., под руководством С. Бандеры и Р.Шухевича, и теперешними – украинских военных.
- ✓ «Ватник» – русский или украинец, сторонник России, ностальгирующий по СССР;
- ✓ «колорад» – так украинские военные стали называть ополченцев ЛНР и ДНР, поскольку те носят георгиевскую ленточку на своей форме, проводя аналогию нынешней освободительной борьбы с Великой Отечественной

войной, считая, что освобождают свою Родину от фашизма, как их отцы и деды.

- ✓ «майданутый» – особо экспрессивное, ругательное слово, обозначающее зомбированного человека, охваченного определенной националистской идеей. Появилось в период Евромайдана в Киеве в конце 2013- начале 2014 гг.
- ✓ «москаль» – так западноукраинец пренебрежительно называет всех русских, живущих как в России, так и в Украине.
- ✓ «хохол» – так в отместку «москалям» восточники именуют западенцев»;
- ✓ «хунта» – в толковом словаре это слово обозначает группу военных, которая пришла к власти насильственным путем и которая осуществляет диктаторское правление террористическими методами. Донбасское ополчение в момент начала конфликта так называло украинских националистов, находящихся у власти, а позже – и украинских военных, и новопришедшее украинское правительство в целом. Кроме того, часто этим словом называют радикальных националистов из объединения Д. Яроша «Правый сектор»;
- ✓ «кацап» – прозвище, которым украинские националисты наделяют русских, считая их грубыми, нечистоплотными, алчными людьми;
- ✓ «лугандон», «Лугандония» – оскорбительное слово, которым украинские националисты именуют Луганскую область и ее жителей [4].

Кроме этого, широко употребительными являются слова «фашист» и «оккупант», звучащими с обеих враждующих сторон для обозначения друг друга. «Фашист» и «оккупант» – это отсылка к историческому прошлому 1941–1945 гг. Обозначение военных событий, происходивших в то время, также различается у Украины и России, у двух наций – русских и украинцев. Украина придерживается термина «Вторая мировая война», определяя период 1941-1945 гг. как часть истории. Россия же придерживается иной точки зрения; 1941-1945 гг. – для нее это Великая Отечественная война, война за освобождение родной земли, ради счастья и мира. Этот момент также не способствует «потеплению» отношений между двумя этносами.

Исходя из всего вышеизложенного, мы можем сказать, что особая лексика, появляющаяся в период кризисных состояний общества, выходит за рамки так называемого «неформального» употребления – теперь слова с заниженной, оценочной лексикой активно употребляются в СМИ. Отсюда – скрытое давление на психику человека, подсознательно формирующее негативное представление о событиях, показываемых на телевидении или освещаемых в газетах. Все СМИ – «подневольны». Они выполняют свою непосредственную задачу – информирование людей – тем способом, который им указывают. Поэтому поведение СМИ – это отражение языковой политики государства, которая реализуется непосредственно в СМИ.

Очень важно помнить, что любое необдуманное слово может посеять ненависть, неприязнь участников конфликта друг к другу, и шансы на его завершение будут катастрофически снижаться; людей нельзя воспитывать в

духе ненависти друг к другу, какой бы нации они ни были – иначе никогда в нашем мире не будет благополучия и спокойствия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авксентьев В.А. Этнические конфликты: история и типология / В.А. Авксентьев // Социологические исследования. – 1996. – №12. – 43-50.
2. Герд А.С. Введение в этнолингвистику/А.С. Герд. – СПб.: СПбГУ, 2005. – 457 с.
3. Красовская О.В. О политической диглоссии современных информационных войн // Современная политическая лингвистика: проблемы, концепции, перспективы: сб. науч. тр. / О.В. Красовская. – Екатеринбург: УрГПУ, 2015. – С. 146 – 149.
4. Новини на порталі 24.tv [Электронный ресурс]// Укропы, ватники и еще 30 новейших слов. – 2015. – Режим доступа: http://24tv.ua/ru/ukropy_vatniki_i_eshhe_30_novejshih_slov_n564050 – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 16.06.2015.
5. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие/В.Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.

М.С. Куберская

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

МИГРАЦИОННЫЙ КРИЗИС НА СТРАНИЦАХ СЕТЕВЫХ СМИ: ОБВИНИТЕЛЬНЫЙ ПРИГОВОР ИЛИ ПРЕЗУМПЦИЯ НЕВИНОВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ

Рассмотрены основные задачи СМИ и их вклад в решение разнообразных вопросов, связанных с миграционными процессами. Проанализированы основные подходы к освещению миграционного кризиса на страницах различных сетевых СМИ и их интерес к этой актуальной проблеме. Показаны различные точки зрения журналистов и читателей на ситуацию с беженцами и мигрантами, дана этико-правовая оценка высказываниям и содержанию журналистских текстов на тему беженцев.

Ключевые слова: беженец, миграция, кризис, СМИ, журналистская этика, презумпция невиновности.

Одной из наиболее ключевых мировых проблем человечества являются современные процессы миграции, связанные с перемещением населения между различными регионами и обусловленные стремлением людей к благополучию и безопасности.

Основными причинами миграционных процессов являются природные и техногенные катастрофы, локальные или региональные военные конфликты, политические процессы, низкий уровень жизни, голод, эпидемии

и многие другие.

Миграция оказывает существенное влияние на политическое, культурное и социально-экономическое развитие тех стран, куда прибывают мигранты, а также на судьбы сотен тысяч людей, по той или иной причине ставших беженцами, внутренне или внешне переселенными лицами. Поэтому в последние годы проблеме беженцев и вынужденно переселенных лиц в средствах массовой информации посвящается все больше и больше материалов, направленных на осмысление взаимосвязанных событий и фактов, связанных с судьбой многих людей, в одночасье оказавшихся без элементарных условий для жизни.

Создание условий для позитивного общественного восприятия всего драматизма судеб беженцев и вынужденных переселенцев является одной из важнейших задач СМИ, а глубокие по подходу и творчески содержательные материалы по этой многогранной проблеме позволят по-новому ввести ее в масштабы международного обсуждения и организовать эффективный информационный обмен между сторонами, заинтересованными в ее позитивном разрешении.

Профессиональные журналисты, посвящающие статьи миграционным вопросам, должны уметь переступить через искусственно созданные барьеры, когда герои публикаций называются не иначе как «террорист», «предатель», «колорад», «бандеровец», «ватник», не искать врагов, а просто слышать плач детей, боль стариков и своей нелегкой работой способствовать спасению людей.

Одной из основных задач современных СМИ должна быть просветительская работа среди населения, воспитание у людей чувства доброты, терпимости, неприятие ксенофобии. Особенно трепетно и профессионально необходимо относиться к публикациям, связанным с межнациональными вопросами, которые иногда могут использоваться недобросовестными политиками для манипуляции массами [9].

Серьезным моментом в материалах средств массовой информации о беженцах является правильное использование понятий, касающихся обозначенной тематики. Журналисты, пишущие о миграционных вопросах и проблеме беженцев, обязаны разбираться в терминологии, используемой в данной области. Так, например, очень часто работники СМИ путают понятия «беженец», «незаконный мигрант», «экономический мигрант» и др.

Постоянными темами современных публикаций, связанных с миграционными процессами, являются:

- миграционная политика страны и решение проблем беженцев;
- социальная адаптация беженцев и отношение к ним местного населения;
- опросы различных социологических центров, посвященные распространенности ксенофобии, отношению коренного населения к иммиграции и эмиграции;
- эмигрантская преступность;

– публичные выступления ведущих политиков и представителей правоохранительных органов;

– обнаружение мест незаконного расселения мигрантов и др.

Анализ многих публикаций, в которых, так или иначе, поднимается тема беженцев, показывает, что авторы чаще всего ограничиваются заметками об отдельных фактах. Однако для более весомого вклада СМИ в решение разнообразных вопросов, связанных с защитой прав беженцев, необходимо публиковать серьезные журналистские исследования, репортажи и художественно-публицистические очерки, посвященные судьбе человека-беженца.

Очень часто в публикациях СМИ миграционным проблемам находится место после возникновения каких-либо инцидентов, связанных с серьезными межнациональными конфликтами, незаконным перемещением и задержанием мигрантов [10]. Большой объем информации, публикуемой в СМИ, посвящается скандалам и преступной деятельности отдельных групп мигрантов, что существенно сказывается на восприятии коренными жителями всей этнической группы, а также способствует формированию агрессии по отношению к людям, которые по различным причинам покинули свою родину в поисках мирной и благополучной жизни [2]. В погоне за скандалами и сенсациями СМИ практически не замечают тех мигрантов, которые в силу своих возможностей добросовестно трудятся, внося посильный вклад в развитие стран и регионов, ставших для них второй родиной.

В сентябре 2015 г. в Европу хлынуло беспрецедентное количество мигрантов из Сирии и Афганистана. Сотни тысяч беженцев и мигрантов, спасающиеся из охваченных войной стран, стали причиной наиболее крупного со времен Второй мировой войны перемещения населения. Агентство по делам беженцев Организации Объединенных Наций (УВКБ ООН) сообщает, что только в 2015 году более чем 380000 мигрантов и беженцев пересекли Средиземное море, стремясь попасть в Европу [12]. Во время этого путешествия беженцы и мигранты часто подвергают свою жизнь риску, в результате чего с начала кризиса погибло уже около 3000 человек.

Наиболее резонансной стала гибель Айлана Курди трёхлетнего мальчика из Сирии, тело которого было найдено на пляже турецкого курортного города Бодрум 2 сентября 2015 года. Фото утонувшего ребенка буквально всколыхнуло общественность и стало очередным сигналом для власти имущих о серьезности проблемы и необходимости экстренного решения миграционных вопросов. Фотографии погибшего мальчика, шокировали мировую общественность и были опубликованы на страницах большинства крупных печатных и интернет-изданий [11].

В последнее время некоторые журналисты и издания в своих публикациях о проблемах миграции и беженцах могут позволить себе высказывать достаточно резкие мнения относительно статуса мигрантов, необходимости оказания им помощи и решения актуальных насущных

вопросов.

Так, львовский журналист Остап Дроздов в своей публикации «Беженцы или беглецы из Донбасса» призывает читателей к дискуссии на злободневную для Украины тему. При этом автор называет мужскую часть беженцев «здоровые двухметровые бугаи, которым бы только футбол с пивом посмотреть» и классифицирует их как «беглецов, снимающих с себя ответственность и претендующих на статус жертвы», подчеркивая, что «мужчины-галичане сейчас воюют и погибают не ВМЕСТЕ, а ВМЕСТО дончан» [4]. Не забывает автор упомянуть и о политической приверженности беженцев Юго-Востока, называя их стадом, которое своим голосованием на выборах удерживало возле «корыта» Партию регионом. Есть в этой публикации и другие высказывания, не имеющие ничего общего с журналистской этикой.

Авторы журналистского расследования, проведенного украинской телепрограммой «Абзац», отмечают, что переселенцы, нашедшие свой приют в Харькове, жаждут победы ЛДНР, не хотят признавать унитарную Украину и новую украинскую власть. Поэтому «этих людей не стоит жалеть» [7]. Всецело это расследование было «пропитано» обвинениями и непониманием. Журналистка брала интервью у жителей лагеря для беженцев. Осматривала их условия проживания, посетила кухню, разузнала, чем же кормят называемых ею предателей. Акцент она поставила на том, что их кормят МЯСОМ, фруктами в достаточном количестве. После чего следовало заявление: «Это просто прекрасно! Тех, кто еще вчера поддерживал террористов, сейчас щедро кормят и поят на Харьковщине» [7]. Исходя из таких высказываний, сделанных журналистами «Нового канала», складывается впечатление, что наверняка было бы целесообразно пострадавших посадить на хлеб и воду. С точки зрения журналистской этики и презумпции невинности данное поведение не приемлемо для профессионального работника СМИ.

После данных высказываний современных журналистов каждый мог прочесть «голос народа» в комментариях к их статьям, среди которых есть как позитивные, так и явно наполненные жестокостью и нетерпимостью к попавшим в сложнейшую ситуацию таким же гражданам Украины, как и они.

Вот некоторые из них [8]:

«Да, давайте им поможем, давайте, они еще и детей воспитают так, чтобы нас ненавидели». «Срочно требуется помощь врагам Украины!» «Ребята, ненавистью ненависть не остановишь. Нормальные люди со временем разберутся, кто им помогал, а кто их использовал. Но ситуация удручающая. С одной стороны, хочется помочь беженцам, с другой – отвращение к таким тупым созданиям, как на видео». «Кожен з нас, щирих українців, повинен залишатися перш за все людиною, якій властиві такі чесноти, як людяність, жалісливість і людинолюбство, не дивлячись на політичні погляди, лише тоді ми зможемо залишитися людьми». «Ролик

многое показывает – это обычные люди, не специально собранные «ополченцы» (т.е. террористы, разумеется), они – вот такие, и они ненавидят нас, Украину, западные страны и... все, что скажет пуйло, он для них – икона, их не исправить, да и зачем»? «Да, мы можем оставить этих людей без жилья, еды и заботы, мы можем поместить их в лагеря, можем сажать, высылать из страны – и тогда мы будем точь-в-точь такими же, как они нас и описывают! И это будет уже настоящий геноцид и приведет к реальной гражданской войне и расколу страны»!

Агрессивная позиция журналистов, попирающие профессиональной этики обсуждаются и многими блогерами. Например, такое высказывание в социальных сетях: «А вот беззащитные беженцы из городков и поселков Донбасса на виду. Им нужна помощь, работа и сочувствие, ведь многие находятся в состоянии тяжелой депрессии. Нечистоплотные журналисты ищут среди них «сепаратистов» и «быдло», чтобы представить на суд возмущенной общественности свои яркие репортажи. Причем, часто ссылаются на слова брата, друга, соседки и т.д.»; «В понимании шароварных патриотов беженец должен петь гимн Украины перед едой и сходу отвечать на известную кричалку – «Смерть врагам!» При этом весело улыбаться и выпрашивать автомат, чтобы вернуться домой для убийства своих неблагонадежных соседей. Иначе он «ватник», «сепаратист», «террорист» и, конечно же, «быдло из Донбасса» [1].

Публикация, из которой взято данное высказывание, была посвящена жизни беженцев на Западной Украине. Блогер рассказал о нелегкой судьбе бедных людей, сбежавших от войны из Донецка, которые, несмотря на все сложности, бесплатно ремонтировали игровые площадки детских домов, выполняли различную волонтерскую работу, чтобы развеять все мифы о их хамском и неуважительном поведении, которые часто звучат из уст «принимающей» стороны.

Весьма актуальным в освещении миграционных процессов является принцип презумпции невинности, гарантированный Конституцией: любое лицо, обвиняемое в совершении преступления, считается невиновным до тех пор, пока его виновность не будет установлена законным порядком путем гласного судебного разбирательства, при котором ему обеспечиваются все необходимые гарантии для защиты [5, с. 19]. Презумпция невинности должна быть не только конституционной гарантией, но и нормой журналистской этики.

Несмотря на все вышеупомянутые негативные высказывания работников средств массовой информации, все-таки находятся такие журналисты, которые не утратили свою человечность, которые тактично и без «грязи», не нарушая профессиональную этику, подают информацию о беженцах и переселенцах в «свет».

Примером такой работы может быть рассказ российской журналистки Ирины Мерковой под названием «Нас здесь держат за быдло и кормят по талонам» [6]. Она решила посетить пострадавших на Донбассе беженцев,

которые проживают в общежитии в Карелии. Авторского текста в статье немного, но журналистка через выбранные реплики из беседы с переселенцами смогла передать весь трепет своего отношения к этим несчастным людям. Меж строк проступает дух сочувствия, переживания и понимания. Она обращала внимание на мельчайшие детали и познакомила читателей с ними.

Один из киевских журналистов тоже не смог остаться равнодушным к рассматриваемой проблеме и в блоге написал статью под названием «История о том, как я пытался помочь беженцам из Донбасса» [3], в которой рассказал об общении с многими жителями ЛНР и ДНР. Он советовал людям выезжать на безопасную для их жизни территорию и столкнулся с неоднозначной ситуацией: «Мне пишут в соцсетях жители Донбасса. У них – противоречивые чувства: с одной стороны, им страшно оставаться, но, с другой стороны, – ехать им тоже некуда» [3]. Его собеседники задавали много вопросов, на которые сложно было дать исчерпывающий ответ. Поэтому он пытался найти ответы у чиновников, ответственных за ту или иную сферу деятельности, но абсолютно все, к кому он обращался, пытались уйти от внятных ответов или попросту не могли дать качественный профессиональный совет людям в сложившейся ситуации.

Таким образом, по представленному выше материалу можно сделать следующие основные выводы:

– современные процессы миграции являются одной из наиболее ключевых мировых проблем человечества и всесторонне освещаются в материалах СМИ;

– СМИ являются катализатором в формировании общественного мнения и в существенной степени определяют отношение читательской аудитории к проблеме беженцев;

– весьма актуальным в освещении миграционных процессов является принцип презумпции невинности который по-разному трактуется представителями медиа и может влиять на дальнейшую судьбу героев их репортажей.

Литература

1. Беженцы. Архив журналиста. 28.06.2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pauluskp.com/news/bf3e3a5f0>.

2. Винокуров А. На протяжении последних 10 лет российские СМИ в основном реагировали на негатив, связанный с нелегалами / Андрей Винокуров // «НГ-Политика». – 2015. – 21 апреля.

3. Дмитриев А. История о том, как я пытался помочь беженцам из Донбасса. LB.ua. / А. Дмитриев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://blogs.lb.ua/anton_dmitriev/270162_istoriya_tom_pitalsya_pomoch.html&gws_rd=cr&ei=3LvmVvv-JYu_ygPC05KQDA.

4. Дроздов О. Беженцы или беглецы из Донбасса. 112.ua / О. Дроздов

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://112.ua/mnenie/bezhency-ili-beglecy-iz-donbassa-77078.html>.

5. Конституция Российской Федерации. Официальное издание. – М.: Юрид. лит., 2011. – С. 19.

6. Меркова И. Нас здесь держат за быдло и кормят по талонам / И. Меркова // ИГ-Столица [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stolica.onego.ru/articles/239519.html>.

7. Морозова Е. Беженцы в Харькове заявили, что ждут победы ДНР. Росбалт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosbalt.ru/video/2014/06/20/1282720.html>.

8. Опрос о беженцах из Донбасса. Харьков Форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kharkovforum.com/showthread.php?page=11&t=3750173>.

9. Роль СМИ в формировании миграционной политики России. Круглый стол. – М.: Центральный Дом журналиста. Домжур. 27 апреля, 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.domjour.ru/news/rol_smi_v_formirovanii_migratsionnoi_politiki_rossii.

10. Сухарев Е.С. Освещение проблем миграции в СМИ. Центр миграционных исследований. ЦМИ / Е.С. Сухарев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://migrocenter.ru/conferences-kavkaz-m_kavkaz056.

11. Трагическая смерть 3-летнего сирийского мальчика в трогательных иллюстрациях художников со всего мира // Foboxs [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://foboxs.com/fakty..2515>.

12. Sam Berkhead. Как журналисты используют социальные медиа, освещая вызванный притоком беженцев кризис в Европе. Международная журналистская сеть. 14.09.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ijnet.org/ru/blog/>

А. Б. Молодцов

*Луганский государственный
университет имени Тараса Шевченко*

КОНЦЕПЦИЯ ЧЕЛОВЕКА

В “ВЫБРАННЫХ МЕСТАХ ИЗ ПЕРЕПИСКИ С ДРУЗЬЯМИ”

Н. В. ГОГОЛЯ

В работе рассматривается последнее произведение Гоголя как отпечаток его собственного сознания, представляющий переплетение различных идей, составляющих концепцию идеального человека. Чтобы

раскрыть общий смысл содержания Переписки, в работе анализируется композиция, жанр, художественность произведения с точки зрения центральной исходной концепции целостности; заново рассматривается критика "Выбранных мест" на основе письма В. Г. Белинского Гоголю; определяется место Переписки в творчестве Гоголя.

Ключевые слова: целостность, многосторонность, сущность, самосовершенствование, болезнь.

«Выбранные места из переписки с друзьями» как зеркало переходного состояния Гоголя последних лет жизни и написания второго тома «Мертвых душ» вызвали широкий общественный резонанс. В неприятии Переписки объединились люди самых разных лагерей и направлений мысли. В ней все так неясно, что любая теория выбирает лишь одну выдающуюся на фоне других, близкую им часть, и характеризует с ее позиции всю книгу. В связи с этим окончательного слова в определении концепции человека Гоголя не было сказано. Однако именно о человеке и прежде всего о человеке писал он в своей книге. Определение гоголевской концепции человека поможет современному гоголеведению создать целостный портрет личности писателя, учитывая его душевные и нравственные изменения на протяжении всей жизни, а также те его идеи, которые остались неизменными, объединяя вокруг себя все творчество Гоголя.

«Выбранные места» неоднократно пытались проанализировать. Почти мгновенной реакцией на книгу было письмо Белинского к Гоголю из Зальцбрунна 1847 года. В нем критик негодовал против ограниченного, "публицистического" содержания книги, поэтому вопросы нравственные вовсе не были им замечены, а то, что было все-таки замечено, не было удостоено внимания из-за общественной бесполезности. Критика Серебряного века писала о Гоголе очень плодотворно. Д. С. Мережковский в своем исследовании «Гоголь и черт» рассматривает творчество писателя в непрерывной связи и следовании к христианскому идеалу. Он отмечает, что Гоголь первым из русских писателей заболел так называемым "двойничеством", стараясь совместить христианство и язычество, плоть и дух. Н. А. Бердяев в работе «Русская идея» рассматривал Гоголя как творца, стремившегося к созданию теократического государства, как поэта ужаса. Кроме того, К. В. Мочульский в книге «Гоголь. Соловьев. Достоевский» анализирует Николая Васильевича с той же точки зрения, т.е. как писателя, обратившегося на религиозный путь и желавшего обратить на этот путь всю Россию. Критики уходили в крайности, рассматривая Гоголя либо как сочинителя общественных теорий, "прожектов", либо замыкаясь только в парадоксах его личности. Сама книга и творчество не были рассмотрены полно, автономно и независимо.

Целью данной работы является определение смыслового ядра, центральной и общей концепции в “Выбранных местах” Гоголя. Для ее достижения необходимо решить следующие задачи:

- изучение литературы по теме исследования;
- изучение гоголевских идей и объединение их в одну концепцию;
- выявление концепции в произведении и в творчестве Гоголя.

Объектом исследования является книга “Выбранные места из переписки с друзьями” Н. В. Гоголя.

Предмет исследования – концепция человека в “Выбранных местах”.

Сложность в том, что Гоголь прибегает к заведомому обману, что очень усложнило восприятие книги, на что он жалуется в «Авторской исповеди»: “<...> моя собственная темнота и неумение выразиться<...> все это споспешествовало тому, чтобы сбить не одного читателя и произвести бесчисленное множество выводов и заключений невпопад” [3, с. 276]. Но более значимо следующее место: “Словом, книга может послужить только доказательством великой истины слов апостола Павла, что весь человек ложь” [3, с. 275]. Мы сделаем поправку, воспользовавшись выражением Тютчева, – “мысль изреченная есть ложь”. Впрочем, для более полной картины можно вспомнить и иные слова: на зеркало неча пенять, коли рожа крива.

Однако, приняв во внимание и насильственное стремление Гоголя к идеалу, и вечную односторонность, и раздробленность тем Переписки, и вынужденную натянутость автора в частностях, – приняв все это во внимание, следует сказать, что произведение, тем не менее, цельно держится на одной концепции – прекрасного человека.

Этот человек-Россия видит себя посреди XIX века, т.е. “именно в нынешнее время, когда таинственною волей провидения стал слышаться повсюду болезненный ропот неудовлетворения, голос неудовольствия человеческого на все, что ни есть на свете: на порядок вещей, на время, на самого себя. Когда всем, наконец, начинает становиться подозрительным то совершенство, на которое возвели нас наша новейшая гражданственность и просвещение; когда слышна у всякого какая-то безотчетная жажда быть не тем, чем он есть, может быть, происшедшая от прекрасного источника быть лучше; когда сквозь нелепые крики и опрометчивые проповедования новых, еще темно услышанных идей, слышно какое-то общее стремление стать ближе к какой-то желанной середине, найти настоящий закон действий, как в массах, так и в отдельно взятых особях<...>” [3, с. 62]. Это прекрасная самохарактеристика произведения, почти ядро его проблематики.

Прекрасный человек находит себя окруженным светом, однообразным, развратным, пустым, и ему, естественному, буквально становится больно от этой бессмысленной и грозной отчужденности. Он переживает болезнь. Эта категория широко используется Гоголем: жизнь “больна” и мы “больны”. Однако именно посредством болезни человек освобождается. Болезнь сама по себе не случайна и напоминает человеку о смерти, о его ограниченности.

Человек должен смириться с этим фактом и, осознав свою конечность, приобщиться к бесконечности, к более великому, чем он сам. Не было бы болезни – не было бы и связи с божественным. Принимая конечность, человек не останавливается, а продолжает отталкивать свой предел еще на шаг вперед, делает этот шаг и снова упирается в свой него – так и достигается величие.

Болезнь у Гоголя имеет множество толкований, ею пропитан свет, она развивается из вырождающегося ума. Приблизительно можно сказать, что ее суть – это вечное дробление, вечный распад, и, как следствие, вечная односторонность, т.е. ограниченность. Это "черт" Гоголя, мировое зло, ужасающее в своей разрушительной силе, о чем замечательно пишет Д. Мережковский в своем исследовании «Гоголь и черт». Злом оказывается постоянное уменьшение, выветривание человека, он становится "серединой", лишенной сущности, – "хлестаковской легкостью" и "чичиковской основательностью".

Человек целостный сражается с "болезнью" внутренне. Гоголь говорит о развитии духа вопреки действительности. Основа прекрасного человека – это его натура и близость к богу. Она внутри, а все внешнее, т.е. действительность, должно застыть в ее настоящих формах, и дух вознесется над ними. Гоголь не единожды отмечает, что весь существующий порядок и иерархия не случайны и уже хороши. Все, казалось бы, можно обратить в пользу, нужно только ввести все в свои рамки и прямые назначения, наполнить общество изначальным смыслом: "А относительно всяких нововведений ты умен и смекнул сам, что не только следует придерживаться всего старого, но всмотреться в него насквозь (курсив наш), чтобы у него же извлечь для него улучшение"[3, с. 158]. Для Гоголя теперь не существует окончательно испорченного человека и безвыходной ситуации. Он, стараясь соответствовать идеалу целостного человека, активно применяет к жизни другое качество его натуры – многосторонность. С позиций каждой должности он смотрит на службу и государство, подобно своему ведущему актеру, проигрывающему все роли до единой, а не только свою. За каждого человека говорит сам Гоголь. Он же допускает и вынужденную ошибку: он не проигрывает роли вместе со всеми, он проигрывает их сам, заочно, и как сам же характеризует такое поведение, теряет естественность, становится напыщенным и ложным. Опять побеждает раздробленная односторонность жизни. Однако не сама жизнь плоха, не сам строй плох, а то, что с ними стало, когда целостность исчезла, когда все полезли из кожи вон, чтобы взять себе побольше, чтобы себя раздуть. "Возвратить всякую должность в ее законный круг тем более стало теперь трудно, что сами чиновники сбились в своих понятиях о ней. Получая ее по наследству от предшественника в том виде, какой дал ей последний, они все соображаются более или менее с этим видом, а не с первообразом ее, который уже почти вышел у всех из головы" – пишет Гоголь [3, с. 194]. Но не забыл его целостный человек, он всегда помнит идеал и правду, он честен и благороден. Но нет еще такого человека,

и Гоголь им не может стать, и в каждом слове во славу этого идеала кроется "оплеуха" самому себе.

Вернемся к болезни. Чтобы ее обнаружить, Гоголь обращается не столько к идеалу, сколько к прошлому. Это входит в долг поэта. Гоголь писал Языкову, что сатирой ничего не возьмешь, "<...>простой картиной действительности, оглянутаго глазом современного светского человека, никого не разбудишь: богатырски задремал наш век" [3, с. 103]. Но лирика способна разбудить его, особенно историческая. Сравнив настоящую жизнь спрощенной, можно запросто обнаружить, что все стремительно летит в бездну. Поэтому Гоголь и хвалит «Одиссею, переводимую Жуковским», которая "поразит величавою патриархальностью древнего быта, простой несложностью общественных пружин, свежестью жизни, непритупленной, младенческою ясностью человека" [3, с. 62]. Приняв все это во внимание, мы соглашаемся с К. Мочульским, указывающим, что сознание Гоголя было средневековое: долг, честь, феодализм, идеалы, христианство.

Когда человек увидел болезнь действительности, жизнь становится своего рода чистилищем. Ему постоянно бросается вызов устоять перед наплывом бесчисленных соблазнов, чтобы сохранить целую натуру в мире, который стремится все разрушать, в обществе, которое жаждет все анализировать. Но «Христианин идет вперед», отодвигая свой предел возможностей и приобщаясь к богу. Разум руководит этим процессом, но сам по себе еще не много значит – натура сильнее его. Поэтому разуму нужно "победить страсти" – как видим, смирение Гоголя больше головное, чем естественное. Так, видя картину в целом, многосторонне, человек видит весь мир учителем, предлогом к совершенствованию. От соблазна – до руки помощи. Если человек решит, что ему уже нечему учиться, некуда развиваться – это его конец. Он закоснеет в раздробленности, отвергнет "начинку" и будет бесконечно пережевывать безвкусную жвачку формализма и ханжества. Тогда мир двигает только фанатизм прогресса, любовь ко всему новому и суета. Но какими путями идет человечество – бог знает! Оно радо, что видит хоть что-то, куда можно ступить, и смело ставит ногу в новую трясиину. "Русь, куда ж несешься ты? дай ответ. Не дает ответа" [4, с. 223]. Гоголь уже не видит истинного развития в этом движении светской жизни, приличий, голой науки и доктринерства, потребления и стяжательства. Эти плоды "просвещения" скрывают болезнь, но человек прекрасный добывает мудрость в жизненной борьбе: "Страданиями и горем определено нам добывать крупинки мудрости, не приобретаемой в книгах" [3, с. 107]. И так постепенно разрушается образ человека и образ вообще: он вырождается в "хлестаковскую легкость" и "чичиковскую основательность". В связи с этим Гоголь обосновывает необходимость для человека воспитаться вдали от света. Таким образом, человек вырабатывает способность оценивать, выбирать, решать, зная идеал и бога. Но в это же время человек рискует стать и доктринером, и односторонним, если опять-таки не будет смирения – ведь это монашеский образ. И вновь Гоголь показывает его не только на себе, но и

примеряет к народу, потому что понятно, что такое воспитание имеет абсолютный смысл, если только каждый так познает себя. Целое складывается из частей, наделенных теми же качествами, что и целое. Нужен не только анализ, но и синтез.

Однако законы внутреннего самосовершенствования не могут быть равноправно преломлены в общественном измерении. Более того, вся внешняя действительность вообще, по Гоголю, должна застыть. Так, сохраняется крепостное право, поощряется самодержавие и третейский суд, поддерживаются и дворяне, и мужики. Гоголь верит, что все вдруг вспомнят о всеобщем братстве и любви, бросятся выполнять свое дело ради общей пользы. Христианское смирение сыграло злую шутку с ним. Казалось бы, гоголевское саморазвитие должно привести к экзистенциальной свободе, а на деле сохраняется округленная, неуклюжая, как Собакевич, иерархия. Гоголь становится на сторону Филемона и Бавкиды в конфликте с прогрессом Фауста. Гоголь не приемлет разрушительного прогресса и ищет путь для свободного братства и призывает всех искать вместе с ним.

Однако нельзя, подобно классической критике Белинского рассматривать Переписку как общественную программу и ставить во главу угла публицистическое направление, потому что направленность книги – нравственная. И еще более невозможно, подобно И. Золотусскому и К. Мочульскому, выделять "путь Белинского" и "путь Гоголя", первый из которых ведет радикально к революции 1917 года, а второй – консервативно к теократическому государству. Во-первых, Белинский не разделял радикальных идей, а во-вторых, его оценка Переписки ограничена. Гоголь говорил о государственных делах лишь постольку, поскольку они являлись предметом и для публицистики и для литературы, вообще касались любого современного образованного человека. Он писал о вопросе нравственном, Белинский читал о вопросах публицистических, государственных. Белинский искал исцеления России вовне, а Гоголь – внутри, и даже более искал болезнь, чем исцеление, чтобы сама изначально прекрасная человеческая натура, осознав степень своего падения, воспарила над ничтожеством.

Итак, вот каков человек «Выбранных мест» – это гоголевская душа, преломленная в жизненном срезе, застигнутая в развитии, в стремлении к идеалу – человеку-брату, человеку-России, части целого, которая соответствует своему существу, т.е. выражает общее, отчего этот человек многосторонен в себе и односторонен в мире, он постоянно учится и самосовершенствуется, он приобщен к культуре и искусству; он – олицетворение христианского смирения, и он же – несчастный диктатор поневоле. Он изначально прекрасен и добр, но в мире, где царствует развращающая "болезнь ума", ему необходимо отстаивать свою чистоту.

Список использованной литературы

1. Белинский В. Г. О русских классиках. – М.: Худож. лит., 1979. – 525 с.
2. Бердяев Н. А. Русская идея // О России и русской философской культуре: Философы русского послеоктябрьского зарубежья. – М.: Наука, 1990. С. 43-271.
3. Гоголь Н. В. Выбранные места из переписки с друзьями / Сост., вступ. ст. и коммент. В. А. Воропаева; Худож. М. К. Шевцов. – М.: Сов. Россия, 1990. – 432 с.
4. Гоголь Н. В. Мертвые души: Поэма / Предисл. С. Машинского, Примеч. М. Качурина. – М.: Просвещение, 1982. – 256 с.
5. Гоголь Н. В. Собрание сочинений. В 7-ми т. Т. 6 Статьи / Коммент. Ю. Манна. – М.: Худож. лит., 1986. – 543 с.
6. Золотусский И. П. Гоголь. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1984. – 527 с., ил.
7. Мережковский Д. С. Гоголь и черт // В тихом омуте: Статьи и исследования разных лет. – М.: Советский писатель, 1991. – С. 213-309.
8. Мочульский К. В. Гоголь. Соловьев. Достоевский. – М.: Республика, 1995. – 607 с.
9. Переписка Н. В. Гоголя. В 2-х т. Т. 2: / Редкол.: В. Вацуро, Н. Гей, Г. Елизаветина и др.; Сост. и коммент. А. Карпова и М. Виролайнен. – М.: Худож. лит., 1986. – 543 с.

Н.Н. Парфенюка

*Луганский государственный
университет имени Тараса Шевченко*

К ВОПРОСУ О ЗООНИМЕ «МЕДВЕДЬ» В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

В данной работе автор попытался выявить характерные особенности бурого медведя, русского менталитета и точки их соприкосновения. Таких точек немало, поэтому исследователь затрагивает множество тем и пользуется разнообразными методами. Актуальность работы объясняется современностью зоонима, выбранного для анализа.

Ключевые слова: медведь, символ, Россия, менталитет.

Великое множество государств планеты Земля ассоциируется в сознании людей с каким-либо зверем. Так, символом Китая выступает панда, для Австралии это кенгуру, для Англии – лев, для Франции – петух. США «представляет» белоголовый орлан, Казахстан – снежный барс. Жители Монголии считают народным животным коня, индийцы – тигра, над Арабскими Эмиратами парит зоркий ястреб и т.д. Россия в сознании

большинства людей ассоциируется с зоонимом «медведь». Целью данной статьи является исследование причин возникновения такой тесной связи.

Л.А. Введенская и М.Ю. Семенова в своей книге «Путешествие в удивительный мир слов» приводят возможные причины, связанные с особенностями этого животного. «Куда бы мы ни приехали, в какой уголок мира ни попали бы, всюду нас спрашивают о медведях. Часто мы даже обижаемся и не хотим задумываться о причинах возникновения подобного стереотипа. А каковы же они? Конечно, медведь стал символом Олимпиады-80, но это лишь следствие всенародной любви к нему в нашей стране... <...>Но как бы ни были разнообразны функции Мишки олимпийского, он прежде всего хозяин. Хозяин леса, земли, хозяин гостеприимный, добрый, но со своим характером, достоинством: милый веселый медвежонок и сильный большой медведь, только с виду неуклюжий и неповоротливый, а на самом деле ловкий и проворный»[1, с. 122].

Помимо Олимпиады-80, медведь, наряду с Леопардом и Зайцем, стал талисманом и зимних Олимпийских игр 2014 г. в Сочи. Бурому медведю предпочли белого, ввиду специфики Олимпиады. А в голосовании на лучший талисман для чемпионата мира по футболу 2018, который будет проходить в России, медведь вошел в десятку претендентов, уступив волку, тигру и коту. Может быть, футбольный талисман все-таки видится более проворным и ловким, либо жюри считает, что медведю пора некоторое время отдохнуть. Россияне тесно связывают собственное индивидуальное и всеобщее «я» с могучим, но добрым мишей. По всей видимости, русский человек позиционирует себя исходя из тех же духовных качеств, присущих медведю. Русские широки душой, как и их земля, они гостеприимны и добросердечны, однако когда нежеланный гость становится врагом, сложно совладать с русским человеком и вряд ли найдется столь же стойкий, храбрый и смекалистый тип. В нескольких своих выступлениях В. Путин сравнивал Россию с медведем, давая понять, что терпеть он может долго, но если разозлится, многим несдобровать. К примеру, журнал «Профиль» цитирует следующие слова президента РФ: «Я приводил, знаете, на Валдайском форуме, так называемом, пример и вспомнил наш символ: медведя, который охраняет свою тайгу. Вы знаете, в чем дело? Если продолжать такие аналогии, мне самому иногда приходит в голову мысль: может быть, мишке нашему надо посидеть спокойненько, не гонять поросят и подсвинков по тайге, а питаться ягодками, медком. Может быть, его в покое оставят? Не оставят, потому что будут всегда стремиться к тому, чтобы посадить его на цепь. А как только удастся посадить на цепь, вырвут и зубы, и когти. В сегодняшнем понимании это силы ядерного сдерживания. Как только, не дай бог, это произойдет, и мишка не нужен, так Тайгу будут сразу прибирать»[4]. Мы видим, что исходя из физических признаков медведя (когти, зубы), происходит аналогия с ядерным оружием. То есть медведь понимается В.Путиным как символ государства, а его признаки - как атомный запас.

На портале www.politrussia.com находим радиорепортаж, посвященный реакции западных СМИ на упомянутую выше пресс-конференцию. «Пресс-конференция Путина в этот четверг в очередной раз показала, что у президента нет никакой идеи или концепции, с помощью которой можно было бы выйти из нынешнего кризиса», - пишет Юлиан Ханс. «Правда, патриотический пафос и разговоры о русском медведе, которого нельзя подчинить, пока что выполняют поставленные перед ними задачи и сплачивают народ и президента»[2]. Помимо осуждения, автор высказывания признаёт зооним «медведь» современным и актуальным для России. Интересно, что В. Путин приводил данное сравнение не единожды. Ранее, на Валдайском форуме в Сочи президент заявил: «В этом случае я вспоминаю все время то, что говорили по этому поводу древние. Помните замечательную фразу: «То, что позволено Юпитеру, не позволено быку». Но мы не можем согласиться с такими формулировками. Может быть, быку и не позволено, но хочу вам сказать, что медведь ни у кого разрешения спрашивать не будет»[3]. В данном случае, параллель проводится по внутренним, а не внешним качествам медведя (бесстрашие, готовность выстоять в одиночку). Акцент делается на решимости и жесткости в принятии дальнейших решений во внешней политике.

Существует еще несколько доказательств безоговорочного важного места медведя в русской истории. Медведь дал жизнь ряду фамилий.

«Медведеров – Медведев. Отчество от нецерковного мужского имени Медведь. Имена от названий животных были достаточно широко распространены на Руси. Были и еще имена с «медвежьей» основой: Медведко, Медведица, Медвежье ухо и другие, которые могли образовать фамилии. Медвецкий, Медвединцев могут быть от географической основы, указывая на место прежнего жительства или службы, селений с названием Медведевоили с берегов рекиМедведицы. Фамилии на – их (Медведевских) характерны для Сибири, но пришли туда с севера Руси и Черноземья» [1, с.127]. Интересен тот факт, что фамилия трехкратного олимпийского чемпиона по вольной борьбе – Медведь, а фамилия предыдущего президента Российской Федерации, ныне премьера – Медведев.

В русских народных сказках: «Мужик и медведь», «Маша и медведь», «Медведь и лиса», «Бабка и медведь», «Волк, медведь и лиса», «Медведь и собака», -медведь неоднократно был главным действующим персонажем. Данный зооним встречается и в русской литературе. Басня Крылова, «Трудолюбивый медведь». В своем сне Татьяна из «Евгения Онегина» убегает от медведя. У А. Пушкина же Дубровский «проходит испытание», убивая медведя. Медведь встречается в стихотворении Ф. Тютчева «Британский леопард...». Известна сказка Л. Толстого «Три медведя» и «Сказка про Комара-Комаровича» Д. Мамина-Сибиряка. В рассказе «Медведи» В. Гаршин изображает в образе медведей русский народ, а у Чехова есть водевиль под названием «Медведь». Мы также можем взглянуть на русские полотна. Это и картина И. Шишкина «Утро в сосновом бору», и

«Охота царя Михаила Федоровича на медведя» В. Сурикова, и «Преподобный Сергий с медведем» П. Рыженко и т.д.

Медведь оставил свой след на географии России: Медвежье, Медведицкое, Медведь-гора и пр. Он изображен на гербе Новгорода, Ярославля, Перми, Хабаровска, Екатеринбурга, Норильска. Этот же образ мы встречаем и в символике российской политической партии «Единая Россия». Полное название этой организации – «Межрегиональное движение «Единство», сокращённо МеДвЕдь. В данном случае медведь ассоциируется с силой и надёжностью.

Таким образом, мы убедились, что сравнения России с зоонимом «медведь» во всём мире далеко не случайны, имеют свои основания, и востребованы в современном языковом пространстве.

Список используемых источников и литературы

1. Путешествие в удивительный мир слов / Л.А. Введенская, М.Ю. Семенова. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 279, [2] с. – (Справочники).
2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ РОССИЯ – ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛ [Электронный ресурс] // С пеной у рта: реакция западных СМИ на пресс-конференцию Путина. – 2014. – Режим доступа: <http://politrussia.com/control/sobaka-laet-584/> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 11.04.2016
3. РИА НОВОСТИ [Электронный ресурс] // Путин о политике РФ: русский медведь в другие земли не хочет. – 2014. – Режим доступа: <http://ria.ru/politics/20141024/1029951137.html> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 11.04.2016
4. Эхо Москвы [Электронный ресурс] // Большая пресс-конференция Владимира Путина. – 2014. – Режим доступа: <http://echo.msk.ru/blog/echomsk/1457812-echo/> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 11.04.2016

Е.Р. Рубан

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ОРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ ВЫПУСКНИКОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Ключевые слова: риторика, ораторское искусство, коммуникативная компетентность, общение, деловое общение, культура делового общения, деловой этикет.

В процессе развития образования компетентный подход представляет особый интерес для освоения его выпускниками высших учебных заведений. Именно поэтому так важно обращать внимание на формирование организаторских и коммуникативных способностей будущих специалистов, так как в профессиональной деятельности необходимо придерживаться правил риторики, соблюдать культуру делового общения, уважительно относиться к партнёру. Риторика развивает в человеке не только личностные качества. Поэтому в высших учебных заведениях с самого начала обучения каждый студент должен овладеть ораторским искусством, культурой делового общения, и для этого на протяжении всего образовательного процесса должны создаваться соответствующие условия.

Целью статьи является исследование особенностей риторических законов делового общения.

Деловое общение на сегодняшний день проникло практически во все сферы общественной жизни. Компетентность в области делового общения связана с успехом или неудачей в каждой отрасли, например: наука, искусство, образование и тому подобное. Деловое общение способствует продуктивной деятельности людей. От того, насколько партнёры владеют деловым общением, а также правилами делового этикета зависит умение бесконфликтно и продуктивно решать любые проблемы, которые возникают практически везде.

Исходя из проведённого анализа источников, мы выяснили, что двусторонний обмен информацией, способствующий пониманию друг друга – это коммуникация. Если не достигается взаимопонимания, то общение не состоялось [6, с. 27–28]. Если Вы хотите понять успешно ли ваше общение, то следует наблюдать за реакцией делового партнёра на ситуацию, обращать внимание на его желание находить компромиссы, а также оценить его жесты, мимику, которые выдают поведение человека практически всегда.

Для быстрого разрешения проблемы нужно уметь понимать друг друга, учитывать сложившуюся ситуацию, чётко представлять предмет общения для того, чтобы предоставлять необходимую информацию и не тратить своё время и время деловых партнёров впустую.

Сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), в котором производится обмен информацией, целями; восприятие и понимание партнёра называют общением [2, с. 224].

Мы уверены, что деловое общение играет не только важную роль в профессиональной деятельности, но и определяет дальнейший успех дел.

Деловое общение – это межличностное общение с целью организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, коммерческой, управленческой и т. д. Цель делового общения – организация плодотворного сотрудничества, а также отмечается, что оно неразрывно связано с самыми различными сферами деятельности людей [1, с. 512].

Для эффективности коммуникации нужно соблюдать систему принципов, норм и правил общения, а также последовательность их выполнения и соблюдения, называют культурой делового общения. Такое общение предполагает знание, понимание и соблюдение таких норм межличностного общения, которые: соответствуют гуманистическому подходу к интересам, прав и свобод личности; не противоречат взглядам и убеждениям самой личности; предполагают ее готовность и умение соблюдать эти нормы.

Для культуры делового общения важны многие факторы: моральные, психологические, социокультурные. Наиболее тесно уровень культуры делового общения связан с моральными установками, ценностями и стереотипами – всё это называется нравственной культурой [3, с. 3–15].

Исходя из проведённого анализа источников мы выяснили, что успешность делового общения, переговоров и любых других контактов полностью зависит от того, в какой мере человек владеет ораторским искусством. Имея риторические навыки, можно добиться успеха в деловом мире, особенно, когда говорящий обращается к многочисленной аудитории с целью убеждения.

При общении с кем-либо оратор должен учитывать следующее: громкость голоса или его силу, дыхание, свою дикцию, темп речи, интонацию, не мало важно делать паузы, если хотите выделить что-то важное, то, на что следует обратить внимание и тому подобно

Хороший оратор должен обладать грамотной речью, иметь хорошо поставленный голос, быть начитанным, уметь ясно выражать свои мысли, справляться со своим волнением, владеть дикцией, а также уметь отвечать на вопросы, поддерживать контакт с аудиторией и многое другое.

Риторика, именно данная наука учит говорить правильно и красиво, во многих источниках её называют наукой о красноречии. Она учит законам подготовки и произнесения публичных речей для того, чтобы произвести желаемое воздействие на аудиторию.

Риторика – это не просто наука о способах красивой подачи информации посредством устного слова, но свод конкретных законов и правил, обеспечивающих действенность речи, превращающих слово в средство влияния на других людей. Знание законов и правил красноречия особенно важно для деловых людей. Пренебрежение ими – одна из существенных причин неудач многих предпринимателей, их низкого рейтинга в среде профессионалов – бизнесменов и в среде потребителей. Поэтому в самых общих чертах опишем сущность ораторского искусства [3, с. 3–15].

Ораторское искусство – это деятельность, направленная на убеждение аудитории средствами живого слова. Ораторское искусство означает не просто «говорение», мастерство произнесения речи, а язык как социальное действие благодаря которому можно эффективно воздействовать на аудиторию.

Риторика, по мнению О. Олейник – это наука о законах управления мыслительно-речевой деятельностью. Она развивает в человеке целый ряд личностных качеств: культуру мыслить (самостоятельность, оперативность), выразительность речи, её ясность, точность, целесообразность, поведение (вежливость, тактичность, корректность, раскованность), уважение к собеседнику через изучение его интересов, выразительность и целесообразность жестов, мимики, правильность дикции и интонации [5, с. 5–7].

Оратор должен чётко представлять цель своего выступления, и соответственно применять нужные приёмы, такие как: умение убедить, воодушевить, уметь уместно развлечь аудиторию и так далее.

Хорошего оратора выделяет не только умение говорить, но и его особые личностные качества. О личности говорящего Аристотель писал: «Есть три причины, возбуждающие доверие к говорящему, потому что именно столько вещей, в силу которых мы верим без доказательств, – это разум, добродетель и благорасположение. Если, таким образом, слушателям кажется, что оратор обладает всеми этими качествами, они непременно чувствуют к нему доверие» [4, с. 194–201].

Как и многие, мы убеждены в том, что оратор обязан говорить своими словами, найти свой стиль речи, определиться с ритмом, который ему удобен и тогда успех ему обеспечен, по его речи его будут узнавать.

Психологами установлено то, что на популярность оратора влияет его общий облик, его стиль в одежде, манера держаться.

Положительно слушатели оценивают такие качества, как искренность и дружелюбие говорящего, что во многом определяет эффективность выступления. Но несмотря на эти качества оратор должен быть компетентным в вопросе, который выносится на обсуждение, то есть изучить его со всех сторон. Например: найти необходимые и уместные факты, примеры, выводы должны основываться на достоверной информации, так как при таком выступлении у аудитории формируется доверие к оратору.

В риторике выделяют факторы, которые заметно влияют на общение:

1. Состав аудитории, ее культурно-образовательные, национальные, возрастные и профессиональные особенности;

2. Содержание и характер самого выступления. Не нужно говорить авторитарным тоном, оказывать давление. Выступая перед аудиторией необходимо доверять людям, советоваться с ними.

3. Объективная самооценка докладчиком своих личностных и деловых качеств, компетенции в тех вопросах, с которыми он выступает перед людьми. Очень важно не переоценивать, а также не занижать свою подготовленность [3, с. 3–15].

Основные признаки нравственной культуры личности в деловом общении – это: уважительное отношение к партнеру, сдержанность, вежливость; ясность целей общения, готовность понять, оценить и принять суждения собеседника; постоянное самосовершенствование, подготовка себя

к общению. Не мало важно следить за тем, что вы говорите и когда, так как сказанное неуместное слово может задеть человека и повлиять на дальнейшее развитие деловых отношений.

Очевидно, что эти признаки не возникают сами по себе. С одной стороны, они требуют упорной работы над собой, с другой стороны, это то, в чем человек может оказать помощь не только деловому партнёру, но и обычному человеку [2, с. 224].

Таким образом, на эффективность делового общения в значительной степени влияет умение участников использовать лексическое богатство слов, правильно выбрать интонацию, слово, реплику, что является важным аспектом культуры речи личности. Культура речи – это приобретение навыков устного и письменного литературного общения, умение использовать изобразительные средства языкового кода в различных условиях и сферах общения в соответствии с целями и содержания коммуникации.

Список используемых источников и литературы

1. Введенская Л. А. Деловая риторика : учебное пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2002. – 512 с.
2. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування : навч. посіб. – 2-е вид., перероб. і доп. / В. Я. Зусін. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 224 с.
3. Кузин Ф. А. Культура делового общения : практическое пособие / Ф. А. Кузин. – М. – Ось-89, 2010. – 175 с.
4. Кузнецов И. Н. Деловое общение. Деловой этикет : учеб. пособие / И. Н. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 431 с.
5. Олійник О. Б. Основи ораторської майстерності : навч. посібн. / О. Б. Олійник . – К. : Кондор, 2010. – 181 с.
6. Столяренко Л. Д. Психология делового общения и управления. Учебник / Л. Д. Столяренко. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 416 с.
7. Шепелева А. Ю. Современный деловой этикет и протокол : краткий справочник / А. Ю. Шепелева. – М. : Дашков и К, 2010. – 22 с.

О.Г. Тараненко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ОСОБЕННОСТИ ЭТНИЧЕСКОГО САМОСОЗНАНИЯ ВЗРОСЛЫХ ЖИТЕЛЕЙ ДОНБАССА

В статье представлен анализ этнических стереотипов взрослых жителей Донбасса в отношении других национальностей. Автор делает вывод о том,

что сложившиеся этнические стереотипы являются важным показателем взаимоотношений между разными этническими группами и прогнозирования развития этих отношений, в том числе межэтнических конфликтов. Особую важность для прогнозирования межэтнических отношений имеют этнические стереотипы, сложившиеся в молодежной среде. Ухудшение стереотипных представлений о других национальностях могут создать препятствия в развитии взаимоотношений с представителями этих национальностей.

Ключевые слова: этническое самосознание, этнический стереотип, этнический автостереотип, этнический гетеростереотип, этнический «я-образ», уровень этнического «я».

Возрастающая роль этнического сознания и самосознания в современном мире делает актуальной задачу их всестороннего изучения, условий сохранения и развития. Знание особенностей этнического сознания и самосознания этносов и отдельных социальных групп этноса может оказывать воздействие на межэтнические отношения, этнополитику государств, на ход возникновения и разрешения конфликтов.

Особую важность для автора данной статьи приобрел вопрос изучения этнического самосознания жителей Донбасса в связи с общественно-политическими событиями на Украине, произошедшими в 2014-2015 гг., и вооруженным конфликтом на Донбассе.

Отечественными и зарубежными этнографами, историками, социологами, психологами проводились исследования различных аспектов этнического самосознания как общего понятия, так и самосознания отдельных этносов. Так, в Российской Федерации проводились исследования особенностей этнического самосознания бурят, жителей Самары и Самарской области, китайцев, хакасов и др.

В Украине проводились исследования этнолингвистических факторов картины мира современной учащейся молодежи, психологических особенностей социализации студентов – представителей национальных меньшинств в условиях высшего учебного заведения, этнических стереотипов как фактора структурирования коммуникативного поля личности, особенностей восприятия и интерпретации внешности представителей других этнических групп, социально-психологических особенностей этнонациональной идентичности украинско-российских билингвов и некоторые другие.

Что касается особенностей этнического самосознания жителей отдельных регионов Украины, в том числе Донбасса, то исследования таких особенностей проводились, по мнению автора данной статьи, недостаточно.

Следует отметить, что на наличие у жителей Донбасса особенностей в мировоззрении, поведении, ценностных ориентациях, политических предпочтениях, исторических взглядах и других сферах неоднократно указывалось в литературе общественно-политического, исторического, научно-популярного, публицистического направлений. Однако работ по

результатам психологических исследований этнического самосознания жителей Донбасса практически нет. Между тем, выяснение особенностей этнического самосознания жителей Донбасса имеет большое значение для составления достоверной и объективной картины этнического самосознания населения Украины, выявления особенностей этнического самосознания жителей ее отдельных регионов, выявления закономерностей этнического взаимодействия жителей различных регионов, способов эффективного их взаимодействия, предупреждения социальных и межэтнических конфликтов, разработки способов их мирного урегулирования, выбора приемлемой формы государственного устройства и других проблем. Как отмечалось выше, особую значимость эти вопросы приобретают для Украины в связи с общественно-политическими событиями 2014-2015гг.

Самосознание этноса - сложное, многофакторное духовно-социальное явление со своей структурой и внутренними связями.

Ю. Чернявская определила этническое самосознание как представление народом собственной сущности, своего положения в системе взаимодействий с другими народами, своей роли в истории человечества, в том числе, осознание своего права на свободное независимое существование. По ее мнению, этническое самосознание включает в себя такие важнейшие компоненты, как: этноним; комплиментарность; этнические установки и ориентации; этнические авто- и гетеростереотипы; этнический нрав и темперамент; этнические интересы; психологический настрой и умонастроение этноса; этнические ценности и идеалы и др. [3, с. 30].

Налчаджян А.А. предлагал обсуждать проблему этнического «я» на нескольких уровнях: 1) на уровне личности (этнофора); 2) на уровне этноса в целом (общеетнический уровень); 3) на уровне отдельных социальных групп этноса [2, с. 286].

Как указывал Налчаджян А.А., этнический «я-образ» - «это система общих представлений значительного числа или большинства членов этноса о своей этнической группе, ее происхождении, основных особенностях ее культуры и психического склада...В эту социально-психологическую систему входят также самооценки этноса, его сравнения с другими этносами (вследствие чего в состав этнической «я-концепции» входят также некоторые представления о других этносах, но не самостоятельно, а в связи со сравниваемыми качествами собственного этноса)» [2, с. 197].

Таким образом, Налчаджян А.А. также рассматривал стереотипные представления этноса о самом себе (автостереотипы) и стереотипные представления о другой этнической общности (гетеростереотипы) как элементы этнического «я-образа».

По мнению Налчаджяна А.А., «под этническими или национальными стереотипами понимают относительно устойчивые мнения обобщенного характера о той или иной этнической группе. В состав такого мнения входят оценки различных качеств определенной нации» [2, с. 197].

Для выявления этнических авто- и гетеростереотипов взрослых жителей Донбасса, среди прочих, была выбрана методика исследования представлений испытуемых о качествах четырех национальностей (украинцы, русские, немцы, поляки) [1, с. 105-110].

В рамках заданной темы было проведено исследование 150 испытуемых, проживающих в различных районах Луганской Народной Республики и Донецкой Народной Республики.

Характеристика выборки по полу, возрасту, национальному признаку:

1) по возрасту: 17-23 года – 85 испытуемых, 24-30 лет – 17, 31-45 лет – 24, 46-60 лет – 17, 61-75 лет – 7.

2) по полу: женщины – 101, мужчины – 49.

3) по национальному признаку (как испытуемые сами определили свою национальную принадлежность): русские - 66, украинцы - 69, русские-украинцы – 2, новороссы – 2, еврей-славянин – 1, ЛНР-ровец – 1, человек – 2, не отметили свою национальность – 7.

Для выяснения содержания этностереотипов в отношении четырех национальностей (украинцев, русских, поляков, немцев) испытуемым было предложено оценить выраженность каждого психологического качества для типичного представителя каждой из национальностей из перечня черт, состоящего из 28 пунктов, по шкале от -5 до +5.

По мнению подавляющего большинства испытуемых, у типичного представителя каждой из четырех национальностей такие качества как трудолюбие, ответственность, доброта, воспитанность, патриотизм, работоспособность, организованность и т.п., значительно преобладают над качествами-антиподами. На основании этого можно сделать вывод, что испытуемые в целом имеют позитивное представление об указанных четырех национальностях.

При сравнении представлений испытуемых относительно выраженности качеств у представителей разных национальностей получены следующие результаты.

У типичного представителя украинской национальности больше чем у типичных представителей других национальностей выражена хитрость. На выраженность этого качества у типичного украинца указал 81% испытуемых. Для сравнения: на наличие хитрости у русских указали 73% испытуемых, у немцев и поляков – по 77% испытуемых.

Наименее по сравнению с тремя другими национальностями у типичного украинца выражены качества, приведенные в таблице 1.

Таблица 1– Таблица выраженности качеств у типичных представителей украинской, русской, немецкой и польской национальностей

№ п/п	Название качества	Испытуемые, отметившие наличие качества у типичного украинца, %	Испытуемые, отметившие наличие качества у типичного русского, %	Испытуемые, отметившие наличие качества у типичного немца, %	Испытуемые, отметившие наличие качества у типичного поляка, %
1	Законопослушность	53	84	95	80
2	Педантичность	55	77	92	80
3	Национальная терпимость	57	94	74	71
4	Голос совести	58	90	73	70
5	Религиозность	65	89	73	84
6	Честность	67	92	85	75
7	Организованность	67	89	97	82
8	Свободолюбие	67	93	79	81
9	Нравственность	68	93	79	81
10	Простота	68	95	75	73

В то же время у типичного представителя украинской национальности больше чем у типичных представителей других национальностей выражены такие качества-антиподы как: высокомерие – (37% испытуемых), безалаберность – (35%), небрежное отношение к закону – (33%), национальная нетерпимость – (32%), бессовестность – (30%), склонность к подчинению - (25%), неорганизованность – (23%).

Полученные в результате проведенного исследования данные об этнических стереотипах жителей Донбасса в отношении представителей украинской национальности могут свидетельствовать об ухудшении восприятия представителей этой национальности вследствие проводимой в Украине политики дискриминации жителей Донбасса и поддержкой этой политики частью населения Украины. В пользу данной гипотезы свидетельствует тот факт, что выявленный более ранними исследованиями стереотип восприятия представителей украинской национальности жителями восточной части Украины был более позитивным.

У типичного представителя немецкой национальности больше чем у типичных представителей других национальностей выражены: организованность – 97% испытуемых, законопослушность – 95%, ответственность – 95%, трудолюбие – 94%, педантичность – 92%. Из качеств-антиподов более чем у представителей других национальностей выражена формальность отношений с близкими (13%).

У типичного представителя русской национальности более чем у типичных представителей других национальностей выражены:

- творчество – 99%;

- душевность отношений с близкими – 97%;
- национальная гордость – 97%;
- доброта – 97%;
- оптимизм – 97%;
- патриотизм – 96%;
- образованность – 96%;
- дружелюбие – 95%;
- культура – 95%;
- простота – 95%;
- национальная терпимость – 94%;
- нравственность – 93%;
- свободолюбие – 93%;
- честность – 92%.

Качества-антиподы у типичного русского более чем у типичных представителей других национальностей не выражены.

Выявленный исследованием стереотип восприятия типичного представителя русской национальности как самого творческого, душевного, патриотичного, образованного, терпимого дружелюбного и т.д. в сравнении с типичными представителями других национальностей, по мнению автора данной статьи, может быть как следствием этнической идентификации жителей Донбасса с русскими, так и результатом реакции жителей Донбасса на проводимую в Украине этническую политику.

У типичного представителя польской национальности, по мнению испытуемых, менее чем у типичных представителей других национальностей выражены: трудолюбие – 82%; работоспособность – 86%; любовь к физическим удовольствиям – 81%; творчество – 79%. В то же время более чем у типичных представителей других национальностей выражены следующие качества-антиподы: лень, неработоспособность, замкнутость, неспособность к творчеству.

Этнические стереотипы отражают обобщенные, устойчивые, эмоционально насыщенные, сложившиеся в исторической практике образы этнических групп, которые регулируют восприятие ее представителей и планирование взаимодействия с ними. Поэтому сложившиеся этнические стереотипы являются важным показателем взаимоотношений между разными этническими группами и прогнозирования развития этих отношений, в том числе межэтнических конфликтов. Особую важность в контексте прогнозирования развития межэтнических отношений имеют этнические стереотипы, сложившиеся в молодежной среде.

Исследование, описанное в данной статье, проводилось в основном в молодежной среде (испытуемые в возрасте от 17 до 23 лет составили 57% выборки), поэтому выявленные стереотипы восприятия представителей четырех национальностей можно считать характерными для молодежной среды.

В целом позитивное восприятие всех четырех национальностей дает основание для позитивного прогноза развития отношений жителей Донбасса со всеми четырьмя национальностями. В то же время значительно худшее представление о ряде качеств, имеющих важное значение для развития межэтнических отношений, таких как национальная терпимость, совестливость, честность, законопослушность, нравственность, у типичных представителей украинской национальности в сравнении с другими национальностями дает основание прогнозировать препятствия в развитии взаимоотношений с представителями данной национальности. Это вызывает особую обеспокоенность, поскольку жители Донбасса являются гражданами Украины.

Литература

1. Бажутина С.Б. Диагностика этнического самосознания личности / С.Б. Бажутина // Научный журнал НПУ им. М.П. Драгоманова. Психологические науки. – К.:НПУ им. М.П. Драгоманова, 2006. - №11 (35). – С. 105-110.
2. Налчаджян А.А. Этнопсихология / А.А. Налчаджян. – Изд. 2-е. – СПб.: Питер, 2004. – 381с.
3. Чернявская Ю. Народная культура и национальные традиции [Электронный ресурс] / Ю. Чернявская // Библиотека Гумер – культурология. – Режим доступа: www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Chern/index.php - Заголовок с экрана. – Дата обращения: 15.04.2016.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Д.А. Попов

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассмотрены основные показатели коммерческой деятельности предприятия, задачи и особенности их прогнозирования. Проанализированы основные подходы и методы прогнозирования. Выявлена и обоснована необходимость осуществления прогнозирования для эффективного развития предприятия и улучшения результатов его деятельности.

Ключевые слова: коммерческая деятельность. планирование. прогноз, методы, предприятие.

Коммерческая деятельность - это сложная оперативно-организационная система, направленная на обеспечение совершения процессов купли-продажи с учетом всех изменений ситуации на рынке в целях своевременного и качественного удовлетворения спроса населения и получения прибыли. Процесс коммерческой деятельности предприятия представляет собой непрерывную разработку управленческих решений и их применение на практике. От этих решений зависит эффективность развития предприятия и финансовый результат его деятельности. В связи с этим возникает необходимость в прогнозировании показателей коммерческой деятельности предприятия - умения предвидеть, анализировать показатели и их предполагаемые изменения в будущем. Задача прогнозирования состоит в том, чтобы на основании максимально обоснованных предположений о качественном развитии ситуации и других имеющихся данных дать количественную оценку будущих результатов коммерческой деятельности предприятия.

Основными показателями коммерческой деятельности предприятия являются:

- сумма затрат, связанные с закупкой товаров, их доставкой и реализацией;
- объем реализации товаров и услуг в целом и по ассортименту, в том числе по видам и месту продаж;
- объем закупки товаров и услуг;
- объем товарных запасов и их оборачиваемость, соответствие нормативам товарных запасов в целом и по ассортименту;

- валовой доход предприятия от реализации товаров и услуг;
- валовой доход на единицу использованного капитала;
- величина прибыли от коммерческой деятельности;
- показатели конкурентоспособности предприятия.

Прогноз носит вероятный характер, поэтому в его обоснованиях обычно формулируется, при каких обстоятельствах достигаются те или иные прогнозные показатели. Важной частью методологии прогнозирования являются методологические принципы, под которыми следует понимать исходные положения и главные правила формирования прогнозов. Они обеспечивают целенаправленность, целостность, определенную структуру и логичность прогнозов. Правильный подбор методов прогнозирования, факторов, влияющих на развитие показателей коммерческой деятельности предприятия, достоверность и полнота информации обеспечивают достоверность прогноза.

При прогнозировании не рекомендуется ограничиваться только выявлением и предсказанием будущих процессов. Прогноз коммерческой деятельности должен предусматривать достижение поставленных целей и содержать рекомендации, касающиеся всех изменений сформировавшихся тенденций, повышения конкурентоспособности предприятия, а так же включать систематизированный порядок действий предприятия в перспективе, обоснование прогнозных показателей, разработанный комплекс мероприятий и определение ресурсов, необходимых для достижения прогнозных показателей.

Процесс прогнозирования включает следующие основные подходы:

- прогноз от достигнутого уровня по трендовым моделям, т. е. распространение сформировавшихся в прошлом и настоящем тенденций на будущее, факторы внешней среды при этом учитываются как развивающиеся по сложившейся траектории (экстраполяция сложившихся темпов и пропорций в будущее);

- прогноз от ресурсных возможностей, при котором на первом этапе определяется финансовые и материальные возможности предприятия в перспективе, и раскрываются ограничения в допустимом развитии коммерческой деятельности (этот методологический подход позволяет, исходя из ожидаемых ресурсов, определить оптимальные темпы, пропорции и качественные изменения коммерческой деятельности предприятия в будущем);

- прогноз от конечных целей, т. е. предполагается, что цель определяет средства для ее достижения. Этот подход основан на наиболее полном использовании результатов исследований, прогнозе сложившейся ситуации на рынке, поэтому он позволяет получить ответы на вопросы, связанные с возможным формированием потребностей потенциальных покупателей, а также с значительными изменениями на рынке товаров и услуг. С помощью прогноза от конечных целей можно рассчитать перспективные показатели объемов реализации продукции и услуг, активно воздействовать на объем,

структуру и виды торговых процессов, добиться более эффективного развития всех аспектов коммерческой деятельности предприятия.

Каждый вариант прогноза имеет свой основной метод, наряду с которым могут использоваться и другие методы. Так, прогноз от достигнутого уровня предполагает применение метода экстраполяции; в прогнозе от ресурсных возможностей преобладают технико-экономические расчеты с привлечением оптимизационных моделей; прогноз от конечных целей предполагает использование программно-целевого и нормативного методов [1].

Форма прогноза представляет собой документ, в котором отражаются основные показатели перспектив развития коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров и услуг, а также характеристика этих показателей. Документ включает общие положения, относящиеся к состоянию коммерческой деятельности предприятия в настоящее время и целевые установки по его развитию; анализ текущего состояния коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров и услуг; прогноз основных показателей, характеризующих развитие коммерческой деятельности в плановом периоде; проблемы, касающиеся сбытовой деятельности продукции и услуг в перспективе и наиболее эффективные пути их решения.

Прогнозирование показателей коммерческой деятельности предприятия является неотъемлемой частью их планирования.

Литература

1. Голощапова А. И. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие / А. И. Голощапова, К. Н. Пармененков, Р. В. Савкина. - М.: Изд-во МГУК, 2000 – 170 с.

2. Дашков Л. П. Коммерция и технология торговли: учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчянц. - М.: ИКЦ "Маркетинг", 2001 - 596 с.

3. Планирование на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://studme.org/10740516/finansy/prognozirovanie_pokazateley_kommerchesko_y_deyatelnosti

Т.С. Волошка

И.А. Щербинина

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

АКТУАЛЬНОСТЬ КОЭФФИЦИЕНТНОГО МЕТОДА ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

В рыночных условиях залогом выживаемости и основой стабильного положения предприятия служит его финансовая устойчивость. Для оценки финансовой устойчивости и платежеспособности применяются различные коэффициенты, которые являются основным элементом анализа их финансового состояния. Обосновано, что при расчете коэффициентов необходимо учитывать индивидуальные характеристики рассматриваемой организации и использовать их значения с учетом вида и масштабов этой деятельности предприятия. Раскрыто значение показателей финансовой устойчивости для принятия верных управленческих решений внутри предприятия и для обоснования инвестиционных проектов.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость, финансирование, финансовая независимость, финансовый леверидж.

Научные исследователи, в частности, специалисты в области экономики В. Ковалев [1], О. Коваленко [2], А. Шеремет [3] и другие справедливо говорят о том, что финансовая устойчивость – это одна из важнейших характеристик финансового состояния предприятия, определяющая стабильность его деятельности.

На современном этапе своего развития мировая экономика находится в достаточно сложной ситуации. Существует огромное количество факторов, оказывающих влияние не только на мировую экономику в целом, но и на финансовую устойчивость предприятий всех отраслей. К таким факторам можно отнести, например: кризисы, неопределенность законодательства, налоговую и кредитную политику, степень развития финансового рынка, страхового дела и внешнеэкономических связей и другие.

Многие современные экономисты в своих научных работах особое внимание уделяют изучению самого понятия финансовой устойчивости и средствам, ее обеспечивающим, так как до сих пор не существует четкого

определения этого понятия. Проанализировав различные его трактовки, дадим следующее определение: финансовая устойчивость – это такое состояние финансовых ресурсов, при котором доходы предприятия стабильно превышают его расходы, оно гарантированно обеспечено собственными средствами, на предприятии постоянно расширяется производственный процесс. То есть финансовая стабильность любого предприятия напрямую зависит от того, что финансово устойчиво оно или нет. Чтобы оценить положение хозяйствующего субъекта в долгосрочной перспективе, определить целесообразность инвестиций в данное предприятие, необходимо провести анализ финансовой устойчивости [4].

Понятие «финансовая устойчивость предприятия» можно рассматривать как в широком, так и узком смысле. В узком смысле финансовая устойчивость определяется коэффициентами, которые характеризуют структуру капитала, это является характеристикой стабильности финансового состояния предприятия, связанной с наличием определенной доли собственного капитала в общей сумме финансовых средств [5]. При рассмотрении финансовой устойчивости в широком смысле это понятие определяется не только показателями, определяющими финансовую устойчивость в узком смысле, но и другими показателями, которые определяют ликвидность, рентабельность, оборачиваемость и многое другое. То есть проводится анализ не только структуры капитала, но и вместе с тем анализируется общее состояние финансов предприятия.

Нормативные значения коэффициентов, оценивающих финансовую устойчивость предприятия, являются усредненными и не учитывают тот факт, что в зависимости от отрасли, к которой принадлежит то или иное предприятие, могут варьироваться [6–8]. Достаточно сложно оценить долю собственного капитала с помощью каких-либо нормативных значений, так как она индивидуальна для каждого предприятия. Поэтому существующие коэффициенты, которые показывают уровень финансовой устойчивости, должны уточняться в каждом отдельном случае.

Основной базой для оценки финансовой устойчивости является финансовая отчетность предприятия, исходя из которой можно рассчитать большое количество относительных аналитических показателей. Например, такие как коэффициент независимости, коэффициент инвестирования, коэффициент соотношения собственных и привлеченных средств, коэффициент маневренности собственных оборотных средств и другие.

Одним из наиболее важных коэффициентов, показывающих независимость предприятия от заемного капитала, является коэффициент финансовой независимости (K_n), который рассчитывается по формуле:

$$K_n = \frac{СК}{A},$$

(1)

где СК – собственный капитал предприятия;

А – активы предприятия.

Данный коэффициент показывает долю собственных средств в составе активов предприятия. В существующей практике считается, что доля собственного капитала должна составлять 50 % всех активов. То есть, если значение коэффициента независимости свыше 0,5, то предприятие сможет погасить свою задолженность перед кредиторами, реализовав свои собственные активы.

С другой стороны, если значение коэффициента независимости близко к 1, то это свидетельствует о том, что предприятие лишается возможности дополнительного финансирования, несмотря на финансовую независимость от внешних заимствований. Еще одним не менее важным коэффициентом является коэффициент финансирования (Кф), показывающий ту часть активов, которая финансируется за счет собственных и заемных средств:

$$K\phi = \frac{CK}{ЗК},$$

(2)

где ЗК – заемный капитал.

Значение коэффициента финансирования не должно быть менее 1. Обратная ситуация свидетельствует о том, что большая часть имущества сформирована за счет заемных средств, а следовательно, платежеспособность и финансовая устойчивость предприятия снижается.

Если проанализировать значения некоторых коэффициентов, то можно сделать выводы о том, что один и тот же аспект финансовой устойчивости экономического субъекта может раскрываться в нескольких показателях. Производя расчеты, необходимо учитывать тот факт, что многие коэффициенты взаимно дополняют друг друга.

Так, например, рассмотренные выше коэффициенты независимости и финансирования показывают зависимость предприятия от заемных источников. Оценивая уровень финансовой устойчивости, необходимо разграничивать все заемные источники финансирования на краткосрочные и долгосрочные. Это связано с тем, что необоснованно большие краткосрочные заемные источники могут спровоцировать неплатежеспособность предприятия, в то время как долгосрочные источники часто приравниваются к собственным.

Коэффициентом, который уточняет состав заемных источников, является коэффициент долгосрочной финансовой независимости.

$$K_{\partial n} = \frac{CK + ЗСд}{A},$$

(3)

где ЗСд – долгосрочные заемные средства.

Данный коэффициент раскрывает, какая часть активов предприятия сформирована за счет собственных средств и не зависит от краткосрочных заимствований. Значение этого коэффициента не должно быть менее 0,7, но необходимо учитывать отрасль, к которой относится предприятие.

Коэффициентом, при помощи которого измеряется доля заемных средств, используемых компанией (кредиты, обязательства и заимствования) по отношению к собственному капиталу, является коэффициент финансового риска (левериджа) и рассчитывается по формуле:

$$K_{ф.р.} = \frac{ЗК}{СК},$$

(4)

По мнению многих аналитиков, оптимальное значение коэффициента финансового риска должно быть меньше или равно 1. Это будет означать, что заемную основу имеют более половины всех средств организации. И вместе с этим, если организация в состоянии вовремя погашать свои долги, то более высокие доли источников финансовых средств вовсе не смущают ее руководство.

С коэффициентом финансового левериджа тесно связан коэффициент платежеспособности, который показывает роль заемных средств в финансовой структуре компании, учитывая все ее финансовые ресурсы. Коэффициент платежеспособности рассчитывается по следующей формуле:

$$K_n = \frac{ЗК}{A},$$

(5)

Чем меньше значение этого коэффициента, тем лучше. Если же значение коэффициента платежеспособности приближается к 0,5, необходимо убедиться, что у компании достаточно средств, чтобы покрывать свои обязательства.

Существуют коэффициенты, для расчета которых используется показатель наличия собственного капитала в оборотных средствах (СОС). Такие, как коэффициент маневренности и коэффициент обеспеченности собственными средствами. Величина собственного капитала в оборотных средствах рассчитывается по формуле:

$$СОС = СК - ВА,$$

(6)

где ВА – внеоборотные активы.

Устойчивое финансовое состояние определяется тем, что у предприятия достаточно собственного капитала в обороте. Если у предприятия отсутствуют собственные оборотные средства, то источником оборотных активов являются заемные средства. Возможна и такая ситуация, когда и вне-оборотные активы частично формируются за счет заемных средств. В этом случае показатель СОС имеет отрицательное значение.

Способность предприятия поддерживать собственные оборотные средства на определенном уровне за счет собственного капитала определяет коэффициент маневренности собственных средств:

$$K_m = \frac{COС}{СК},$$

(7)

Рекомендуемое значение коэффициента 0,2–0,5 в зависимости от структуры капитала и специфики отрасли.

Долю оборотных активов, финансируемых за счет собственных оборотных средств находят с помощью коэффициента обеспеченности собственными средствами:

$$K_{o.c.c.} = \frac{COС}{OA},$$

(8)

где OA – величина оборотных активов.

Если на конец отчетного периода значение коэффициента обеспеченности собственными средствами составляет менее 0,1, то структура баланса организации считается неудовлетворительной.

При расчете коэффициентов всегда необходимо учитывать индивидуальные характеристики рассматриваемой организации. Хотя литература по финансовому анализу и предлагает нормативные значения показателей, оценивающих финансовую устойчивость, очень сложно и важно отойти от их использования и найти собственные нормативные значения с учетом вида деятельности, которым занимается предприятие, нюансов и масштабов этой деятельности.

На сегодняшний день существует множество методов анализа финансового состояния организаций, происходит видоизменение бухгалтерской и финансовой отчетности. Определенные на базе данных финансовой отчетности показатели финансовой устойчивости имеют очень важную задачу: показать, насколько эффективно предприятие использует свои собственные и заемные средства в течение данного отчетного периода, ведь данные показатели необходимы не только для руководства при принятии управленческих решений, но и для инвесторов.

Литература

1. Ковалев В. В. Курс финансового менеджмента: учебник / В.В.Ковалев. – М.: ТК Велби-Проспект, 2010. – 448 с.
2. Коваленко О. Г. Управление финансовой устойчивостью предприятия // Карельский научный журнал. – 2013. – № 4. С. 13–16.
3. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособ. / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М. – 2011. – 415 с.
4. Пихтарева А. В. Методический подход к проведению диагностики финансовой устойчивости корпорации // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. – 2013. – № 4 (30). – С. 116–120.
5. Войтловский Н. В. Экономический анализ. Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации: учеб. пособ. / Войтловский Н. В. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 222 с.
6. Гинзбург А. И. Экономический анализ: учебное пособие./ А.И. Гинзбург. – Спб: Питер, 2004. – 341с.
7. Жданов С.А. Основы теории экономического управления предприятием: учебник. – М.: Финпресс, 2000. – 384с.;
8. Мельник М. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия; учебное пособие / М. В. Мельник, Е. Б. Герасимова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. – 192 с.

В.С. Гожедрянова

*Колледж технологий и дизайна
ЛГУ имени Тараса Шевченко*

ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЛНР

Аннотация. Статья посвящена вопросам изучения перспективы и проблемы развития аудиторской деятельности в ЛНР, возможностям практического создания аудиторской компании, командой молодых специалистов в Луганской Народной Республике. Автор раскрывает сущность, элементы и виды аудиторской деятельности. Особое внимание обращается на перспективы и проблемы развития аудиторской деятельности.

Ключевые слова. Аудит, мониторинг, консалтинг, эффективность управленческих решений, финансовый потенциал, финансовые ресурсы, экономическая ситуация, информационная база.

Эффективность принятия управленческих решений зависит от основания условий, в которых они принимаются. Отсутствие устоявшихся традиций и наработанных навыков, недостаточная регламентация обязательств клиентов, являются распространёнными проблемами в

настоящей экономической ситуации. Предпринимателям нужна помощь в консультировании и финансовый консалтинг. Скорость выявления причин негативного влияния факторов на деятельность предприятия предопределяет успешную его деятельность. Адекватность реагирования на факторы внешней и внутренней среды, определения их причин способствует финансовому потенциалу предприятия.

Предоставить первичную, точную и полную информацию о состоянии внутренних подсистем предприятия с целью своевременного выявления его проблем, прогнозирование и изменений среды, адекватности и эффективности менеджмента может внутренний аудит на предприятии [1, с.485].

Внутренний аудит является основой информационного обеспечения предприятия, важным инструментом организационного механизма, неотъемлемым элементом управления предприятием. Организация и осуществление внутреннего аудита является структурированным и формализованным процессом по каждой из сфер деятельности предприятия.

Целью внутреннего аудита системы управления финансовым потенциалом является разработка рекомендаций и управленческих решений, направленных на улучшение состояния организации работы персонала, который отвечает за качество принятых решений, направленных на обеспечение финансового потенциала предприятия.

Мониторинг предлагается для выявления результативности управления финансовым потенциалом и оптимизации выбора перспективных работников, ответственных за финансовый потенциал предприятия [3, с.198].

В процессе внутреннего аудита и мониторинга информационная база формируется с учетом реализации ряда требований, что выдвигаются к любой информации, которая используется для принятия решений. Собственно информация должна иметь определенные качественные элементы:

- своевременность – одно из самых важных требований, что определяет актуальность результатов анализа, полученных при использовании этой информации, которая позволяет вовремя принять решения;

- достоверность – данные, полученные в результате анализа, должны быть максимально достоверными и объективными, иначе выводы, сделанные на основе изучения и анализа такой информации, не будут отвечать действительности, а принятые решения будут неправильными;

- релевантность (сущность) – в процессе управления рассматриваются только те сведения, которые нужны для принятия соответствующего решения;

- полнота – информация должна предоставляться в объеме, необходимом для осуществления контроля и анализа определенных операций, что подлежат финансовому мониторингу;

- аналитичность – проведение дальнейшего анализа с наименьшими затратами времени;

- экономичность – затраты на обработку информации не должны превышать экономичный эффект от ее использования. Необходимо обеспечить минимум затрат на сбор, сбережение и использование данных в

связи с чем возникает необходимость изучения ее полезности и на этой основе усовершенствование механизма получения информационных потоков путем исключения лишних данных;

- нормативность – правовую информацию формируют законодательные и другие акты, которые определяют правовую основу функционирования системы финансового мониторинга. Важность такого рода информации для оценки связана с тем, что данные документы регламентируют деятельность соответствующих органов в этой системе и сам процесс финансового мониторинга.

Внутренний аудит и мониторинг системы управления финансовым потенциалом состоит с таких основных процедур:

- определение объекта или подсистем наблюдения;
- планирование наблюдений;
- исследование выделенного объекта наблюдения;
- оценка состояния управления объектом наблюдения;
- предоставление информации в удобной для использования форме и доведения её до заинтересованных лиц.

Структуризация проведения внутреннего аудита по определенным ключевым сферам, которые есть основными его направлениями или подсистемами, являются наиболее рациональным способом получения большого массива объективной информации за определенное время. Структуризация источников информации повышает её точность и обеспечивает комплексность. Сбор информации можно осуществлять одновременно со всеми сферами или структурировано – по каждой отдельно. Выбор зависит от ситуации, которая сложилась, необходимость в комплексной информации и других целевых установок [3, с. 232].

Регулярный внутренний аудит системы управления финансовым потенциалом обеспечивает принятие качественных и оперативных управленческих решений, которые должны приводить к безотходному производству, снижению затрат на приобретение сырья и материалов, а также разрешает более эффективно использовать производственные, природные, трудовые и финансовые ресурсы.

Главная же задача внутренних аудиторов— обеспечение удовлетворения потребностей органов управления в части предоставления контрольной информации по различным интересующим их вопросам.

Функция внутренних аудиторов состоит в том, чтобы:

а) оценить адекватность систем контроля — провести проверку звеньев управления (контроля), предоставить обоснованные предложения по устранению выявленных недостатков и рекомендаций по повышению эффективности управления;

б) оценить эффективность деятельности — осуществить экспертную оценку различных сторон функционирования организации и предоставить обоснованные предложения по их совершенствованию.

Аудиторские заключения имеют характер пост-фактума, тогда как большинству пользователей (практически всем, кроме государства) требуется еще и анализ перспектив развития предприятия, анализ возможностей его бизнеса.

Указанные проблемы лежат в основе позитивного развития внутреннего аудита, как экономического явления, синтезирующего в своей основе не только контрольные, но и ряд других функций. Это позволяет максимально эффективно решать указанные проблемы на уровне субъектов экономики.

Для успешной деятельности организации, повышения уровня рентабельности, сохранения и приумножения ее активов необходим отлаженный механизм управления, важнейшим элементом которого выступает повседневный внутривладельческий (внутренний) контроль [3, с.111].

Руководство организации контролирует работу отдельных структурных подразделений организации и выполнение работниками возложенных на них обязанностей. Это способствует обеспечению сохранности вверенного руководству организации капитала, его рациональному использованию и приумножению.

Организация и реализация внутреннего аудита системы управления финансовым потенциалом предоставит возможность обеспечить действенность управленческой политики предприятия с целью обеспечения эффективности его хозяйственной деятельности, уменьшить экономические, производственные, социальные, экологические и другие риски, повысить финансовый потенциал предприятия, его социальное и экономическое развитие.

На современном этапе развития аудита в ЛНР деятельность подавляющего большинства аудиторов сводится только лишь к проверке достоверности бухгалтерской отчетности. Однако наибольший интерес для клиентов представляет возможность пользоваться услугами аудитора как компетентного советчика. Исходя из того, что интерес клиента это есть платежеспособный спрос на рынке аудиторских услуг, можно предположить, что развитие аудита коснется расширения спектра его консалтинговых услуг.

Поэтому, после окончания университета, я планирую создать свою аудиторскую компанию ООО «Фемида-аудит» из молодых специалистов, делая вклад в развитие бизнеса ЛНР и трудоустройство молодых и грамотных профессионалов.

Наша аудиторская компания будет предоставлять следующие услуги:

- ведение бухгалтерского учета субъектов хозяйствования;
- оформление налоговых деклараций;
- аудит финансовой отчетности;
- налоговый консалтинг;
- финансовый консалтинг;
- трансформация финансовой отчетности;

- юридические услуги защищенности и развития бизнеса.

Структура нашей аудиторской компании будет включать следующие направления деятельности:

- направления бухгалтерского учета;
- направления аудита;
- направления консалтинга.

Доказано, что эффективность принятия управленческих решений зависит от основания условий, в которых они принимаются. Отсутствие устоявшихся традиций и наработанных навыков, недостаточная регламентация обязательств клиентов, являются распространёнными проблемами в настоящей экономической ситуации. Предпринимателям нужна помощь в консультировании и финансовый консалтинг. Скорость выявления причин негативного влияния факторов на деятельность предприятия предопределяет успешную его деятельность. Адекватность реагирования на факторы внешней и внутренней среды, определения их причин способствует финансовому потенциалу предприятия.

Таким образом, перспективы развития нашей фирмы – аудиторской компании ООО «Фемида-аудит», дают возможность сделать выводы о том, что внедрение данного бизнеса принесёт весомый вклад в развитие экономики республики и трудоустройство молодых и грамотных профессионалов.

Список используемых источников и литературы

1. Білик М.С., Загородній А.Г. Облік, аналіз та аудит: Навчальний посібник.- К., Кондор. 2008,— 618 с.
2. Гончарук Я.А., Рудницький В.С. Аудит: Вид. 2-ге, перероблене та доповнене. – Львів: Оріяна - Нова, 2004. – 292 с.
3. Ільїна С.Б. Основи аудиту: Навчально-практичний посібник. — К.: Кондор, 2009 р. – 378 с.

Н.А. Григоренко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

В статье рассмотрены особенности и взаимосвязи процессов управления маркетинговой деятельностью на предприятиях сферы услуг, предложена методика формирования структуры управления маркетингом и возможные организационные структуры маркетинга на предприятиях сферы услуг.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: предприятия сферы услуг, маркетинг услуг, система управления маркетингом, организационные структуры маркетинга на предприятиях сферы услуг.

Современные тенденции развития экономики страны, основанные на функционировании рыночного механизма, создают благоприятные условия для деятельности предприятий сферы услуг. Стремительное развитие деятельности таких предприятий повлияло на усиление конкурентной борьбы, сформировало необходимость внедрения элементов маркетинга и применение качественно новых подходов к управлению маркетингом.

Все большую актуальность приобретают вопросы непосредственной работы с потребителями, которая включает информирование клиентов и организацию обслуживания. Это становится возможным в случаях рационального распределения и интеграции труда специалистов маркетинговой службы предприятий сферы услуг. В связи с этим, обостряется проблема формирования на предприятии системы управления маркетингом, которая обеспечила бы эффективное функционирование всех подразделений посредством создания целостной структуры управления предприятием.

В настоящее время выявлено, что в практической деятельности предприятий сферы услуг в использовании маркетинга существует много неиспользованных возможностей [1]. К маркетингу начинают обращаться по мере обострения конкуренции, роста расходов, ухудшения качества услуг или появления других причин. Однако, зачастую обращаются лишь к отдельным его элементам, чаще всего – рекламе. Такой подход к маркетингу является неоправданным, так как значительное развитие сферы услуг приводит к усилению конкурентной борьбы и потребность в маркетинге как целостной структуры управления увеличивается.

Современные тенденции в развитии потребления, сопровождающихся повышением благосостояния и изменением структуры потребительских предпочтений, характеризуются резким возрастанием роли услуг в системе потребностей человека, поскольку «услуга – это одна из форм удовлетворения потребностей человека» [2]. Усиливается и роль управления маркетингом, как главной сферы деятельности предприятий, возникают вопросы организации маркетинговой деятельности на предприятиях сферы услуг. Рост потребностей в услугах и решения проблем их удовлетворения требуют обоснования подходов по развитию рынка услуг и организации службы маркетинга.

Теоретические вопросы и специфика маркетинговой деятельности в сфере услуг раскрыта в работах И. Ансоффа, Ф. Котлера, Г. Армстронга, М. Окландера, Г. Багиева, А. Войчака, С. Гаркавенко, Е. Голубкова и др. [3-10]. Однако, вопросы организации маркетинга и формирования элементов эффективного функционирования службы маркетинга на рынке услуг, еще недостаточно изучены.

Перечисленные авторы подчеркивают, что в современной науке существует два различных подхода к пониманию места и роли системы управления маркетингом.

Первый, традиционный, заключается в том, что система управления маркетингом рассматривается как составная часть общей системы управления предприятием. Исходя из этого, можно сказать, что система управления маркетингом является равноправной, одинаково значимым подсистемой управления предприятием, которая выделена по функциональному признаку [6].

Второй подход базируется на том, что в процессе организации деятельности предприятия маркетинговая функция определяет стратегию функционирования предприятия. Исходя из этого, маркетинговое подразделение самостоятельно координирует, направляет и определяет направление деятельности других подразделений предприятия по непосредственно предоставленную услугу. То есть маркетинг играет ключевую роль в системе управления, организации, планирования и контроля предпринимательской деятельности.

Таким образом, управление маркетингом – это не только составная часть всей системы управления предприятием, а также ее главный стратегический элемент как функциональной сферы деятельности.

Формирование системы управления в сфере услуг требует создания необходимого уровня организации и рационального использования комплексного обеспечения маркетинговой деятельности.

Принимая за основу определения маркетинга как системы функций, направленных на осуществление эффективного взаимодействия предприятия с внешней средой, функции маркетинга можно разделить на две условные части. Первый блок действий маркетинга состоит из этапа планирования. Формирование программы влияния на спрос потребителя является одним из главных факторов достижения успеха маркетинговой деятельности и всего предприятия, так как от правильности этих решений зависит эффективность других действий. То есть планирование - это комплекс действий, необходимых для достижения целей предприятия. Поэтому процесс планирования базируется на исследованиях и мониторинге рыночной среды.

Второй блок действий маркетинга – непосредственная работа с потребителями, включающая информирование и побуждение интереса клиентов, а также непосредственную организацию обслуживания. Побудить потребителей приобрести услугу можно путем стимулирования. Процесс побуждения потребителей к определенной активности включает предоставление гарантий достижения желаемой цели в сочетании с описанием образа объекта, с помощью которого ее можно достичь.

Взаимодействие двух вышеупомянутых блоков сочетается в функциональной модели маркетинга услуг, представленной в таблице 1. В основе модели лежит рациональное распределение и интеграция труда специалистов маркетинговых служб, требующее осуществления структуризации маркетинга.

Функциональная модель маркетинга услуг является основой для осуществления специализации работников. Действия, связанные с

планированием, начинаются с выбора объекта деятельности, в качестве которого выбирается не весь рынок, а только та его часть (сегмент), эффективно обслуживаемая конкретным предприятием. После выявления основных сегментов рынка, разрабатывается услуга и комплекс маркетинговых мероприятий, которые дают возможность выделить ее среди услуг конкурентов. Это позволяет сосредоточиться именно на тех потребителях, потребности которых совпадают с возможностями предприятия. Далее прогнозируются объемы предоставления услуг, разрабатывается стратегия ценообразования. Таким образом, можно выделить качественное (стратегическое) и количественное (оперативное) планирование. Процесс планирования осуществляется непрерывно, потому что, во-первых, существует постоянная неопределенность будущего, во-вторых, после достижения целей существование предприятия не прекращается, а появляются новые цели. Несмотря на то, что сформулированные планы выполняются постепенно, в процессе их выполнения могут возникнуть непредвиденные сложности, вызванные факторами, которые зависят как от маркетинговой деятельности и предприятия в целом, так и от различных изменений во внешней среде. Контроль выполнения планов предусматривает оценку, а результаты часто требуют коррекции запланированных действий.

Таблица 1 – Функциональная модель маркетинга услуг

Маркетинг услуг	
Планирование деятельности	Работа с потребителями
1. Исследования рынка: - сбор информации; - анализ информации 2. Разработка решений 2.1. Стратегическое планирование: - сегментирование; - позиционирование 2.2. Оперативное планирование: - прогнозирование; - ценообразование	1. Продвижение услуг 1.1. Стимулирование сбыта услуг 1.2. Стимулирование интереса к услугам: - реклама; - связи с общественностью 2. Организация сбыта услуг 2.1. Распределение 2.2. Сбыт: - особые услуги; - средства коммуникации

Существующие методы стимулирования потребителей можно разделить на две группы: одни методы стимулируют интерес потребителей к услугам, а другие - стимулируют их спрос. Эти методы используют разный мотивационный механизм воздействия на потребителей. На практике они применяются комплексно. К первым относятся реклама и связи с общественностью. Вторые можно разделить на краткосрочные и долгосрочные меры. Краткосрочные меры включают скидки, снижение цен, конкурсы, премии, а долгосрочные – предложения обслуживания в

определенный срок. Выполнение указанных функций требует как знаний, так и коммуникативных способностей работников.

Для эффективного осуществления комплекса функций маркетинга на предприятиях сферы услуг необходимо создание специальных групп, служб или управлений маркетинга, служащих связующим звеном, направлением деятельности маркетинговой службы в целом и между отдельными работниками, установлением соответствующего способа взаимодействия, как в рамках своего подразделения, так и в отношении с другими взаимодействующими подразделениями предприятия.

Организационная структура управления представляет собой систему взаимосвязей и подчиненности организационных единиц аппарата управления, придающих им общую целостность.

При формировании организационной структуры управления следует учитывать различные внешние и внутренние факторы. К ним можно отнести особенности рынка, специфику предоставляемых услуг и общую стратегию предприятия, сформированную на их основе, используемые технологии, уровни квалификации работников и корпоративной культуры в целом. Структура позволяет работникам обозначить их место в организации и одновременно обеспечить координацию всех выполняемых функций.

Маркетинговые службы должны занимать соответствующее место и являться звеном общей системы управления предприятием. Совместно с другими видами деятельности: производственной, финансовой, сбытовой, технологической, кадровой, она должна образовывать единый интегрированный процесс, направленный на удовлетворение запросов рынка и получения прибыли на этой основе.

Организационная структура маркетинговой деятельности на предприятиях сферы услуг должна включать совокупность подразделений, в состав которых будут входить специалисты разных направлений маркетинговой деятельности.

Исходя из вышеизложенного, работа по формированию организационной структуры управления маркетингом предприятий услуг должна разбиваться на последовательные этапы, отображенные на рисунке 1.

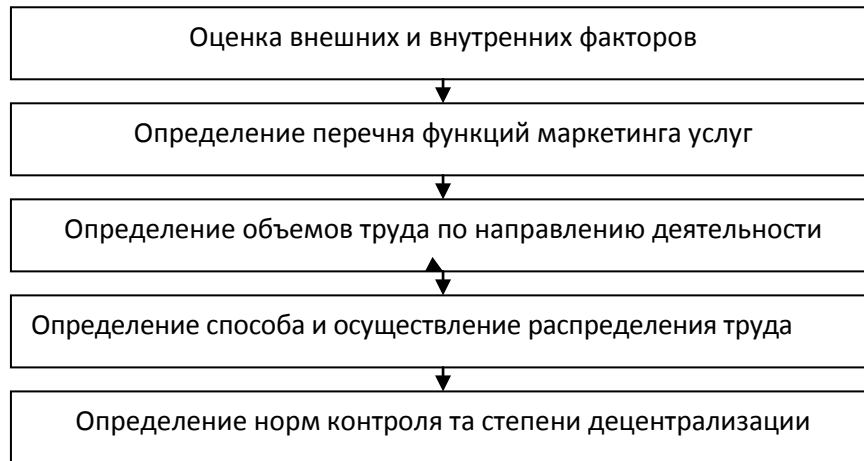


Рисунок 1 – Этапы формирования организационной структуры управления маркетингом на предприятиях сферы услуг

Формирование маркетинговых структур должно отвечать определенным требованиям [4]:

- рациональное количество входящих звеньев;
- возможность интеграции маркетинга в управленческий процесс;
- обеспечение всестороннего развития работников и повышения их творческого потенциала;
- максимальное удовлетворение потребностей потребителей и рост объема предоставляемых услуг.

Создание службы маркетинга на предприятии услуг в максимальной степени должно соответствовать его целям. Для этого крупных предприятий целесообразна разработка Положения о службе маркетинга, юридически закрепляющим роль и функции службы маркетинга на предприятии. Функциональная организация службы маркетинга при этом должна строго соответствовать его выполняемым функциям: маркетинговые исследования, реклама, стимулирование сбыта и др.

Таким образом, формирование организационной структуры службы маркетинга с учетом правильного распределения функциональных обязанностей, является фундаментом эффективной работы всех подразделений предприятия.

Литература

1. Погожа Н.В. Маркетингове середовище сфери послуг / Н.В.Погожа, В.В. Мартинюк // Вісник наукових досліджень: актуальні регіональні проблеми економіки, права, управління і соціальної сфери. – Вінниця: вид-во ВІРЕУ, 2013. – С.63-69.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг / С.С.Гаркавенко. – К.: Лібра, 1998. – 384 с.
3. Потребности, доходы, потребление: методология анализа и прогнозирование народного благосостояния / Н.М. Римашевская, А.И. Левин

и др. – М.: Наука, 2001. - 240 с.

4. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник / Е.П. Голубков. – М.: изд. «Финпресс», 1999. – 656 с.

5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф. : [пер. с англ. общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой]. - М.: Прогресс, 1990. - 410 с.

6. Окландер М.А. Маркетинг у секторах національної економіки: монографія / М.А. Окландер. – Одесса: «Астропринт», 2004. – 408 с.

7. Ансофф И. Стратегическое управление: учебник / И. Ансофф. - М.: Экономика, 1989. - 519 с.

8. Армстронг Г. Основы маркетинга: [текст] / Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг, Ф. Котлер; пер с англ. – М: ООО «ИД Вильямс», 2007. – 1200 с.

9. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – М: Экономика, 2001. – 718 с.

10. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. - К.: КНЕУ, 2003. - 246 с.

В. С. Зинченко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА

ПЕРЦА ЧЕРНОГО МОЛОТОГО

В статье рассмотрены проблемы, связанные с изменением регионального товарного рынка и реализацией в розничной сети товаров, произведенных в странах ближнего зарубежья, что обуславливает необходимость изучения ассортимента и качества новых товаров. Автором изложены результаты исследования качественных показателей перца черного молотого, который является наиболее востребованным товаром среди множества других пряностей. Анализ результатов исследования позволил сделать конкретные рекомендации потребителям перца черного молотого.

Ключевые слова: методы исследования, органолептические показатели качества, физико-химические показатели качества, стандарт, технические требования, маркировка, упаковка.

Рынок товаров Луганского региона за последние два года претерпел сильные изменения, что обусловлено влиянием военно-политических и

социально-экономических факторов. Если ранее ассортимент различных групп товаров был представлен преимущественно товарами, произведенными в Украине, то сегодня в оптовой и розничной сетях потребитель все больше сталкивается с товарами, чьими производителями являются предприятия стран-участниц Таможенного и Евразийского союзов. Безусловно, это вызывает вопросы о качестве продукции, особенно такой, которая реализуется в упаковке.

Среди продовольственных товаров, широко реализуемых сегодня в розничной сети Луганской Народной Республики и произведенных в России, Белоруссии, Казахстане, необходимо выделить пряности. Данная группа товаров пользуется постоянным спросом населения, поскольку используется в кулинарии. Наиболее востребованным среди пряностей является перец черный молотый. Молотый перец содержит много полезных микроэлементов, эфирных масел и витаминов. В плодах этого растения присутствует витамин С, минеральные соли, смола и крахмал. Эфирное масло, которое содержится в черном перце, придает ему специфический запах. А острым вкусом перец обеспечивает азотосодержащее вещество пиперин.

Черный молотый перец – пряность распространенная, но вместе с тем и дорогая. Поэтому производители часто фальсифицируют данный товар с целью его удешевления. Чаще всего пряность не докладывают в пачки или же разбавляют перец спентом (отработанные зерна черного перца после экстракции эфирных масел, плодоножки, легковесные зерна перца с низким содержанием эфирных масел), горчичным жмыхом, шелухой гречихи, все эти отходы производства могут содержать пыль, золу и т.д., что делает продукт небезопасным для потребителя.

Исходя из того, что плодовые пряности, и в частности черный перец, имеют большое влияние на организм и жизнедеятельность человека, они должны быть произведены и расфасованы с соблюдением технологий. Поскольку данный товар преимущественно продается в упаковке, то рядовому потребителю крайне трудно судить о его качестве. А поскольку на региональном рынке появилось большое количество товаров от ранее неизвестных производителей, то возникает необходимость исследования качества перца черного молотого, что и стало предметом нашей научной работы.

Цель статьи – изложение результатов исследования ассортимента и качества перца черного молотого, реализуемого на региональном рынке.

Перец чёрный – пряность, получаемая из высушенных недозревших плодов древовидной лианы (*Piper nigrum*), растения семейства перечных.

Чтобы получить черный перец, плоды собирают недозрелыми – зелеными или слегка желтеющими. Во время сушки под солнцем они сморщиваются и чернеют. Высушенные недозрелые плоды имеют вид небольших горошин черного цвета (отсюда и название – черный перец) с приятным ароматом. Черный перец тем лучше, чем он тверже, темнее,

тяжелее. 1000 зерен черного перца хорошего качества должны весить ровно 460 г. Поэтому в античные века черный перец служил в качестве разновесок для взвешивания аптечных товаров, требующих большой точности.

Растений, относящихся к роду перцев, семейства перечных, насчитывается более полутора тысяч видов. Однако как пряность используется лишь 5-6 видов, произрастающих в Южной Азии.

Большинство перца черного молотого изготавливается по ГОСТ 29050-91, при этом на рынке встречается товар, произведенный и по техническим условиям, которые разрабатывают сами производители. Это дает многим фирмам возможность не вполне соблюдать его качество. Согласно ГОСТ черный молотый перец по внешнему виду должен быть порошкообразным и иметь цвет темно-серый различных оттенков. Аромат должен быть характерным, вкус – острожгучим. И, естественно, никаких посторонних привкусов и запахов в нем быть не должно. Кроме того, установлены согласно ГОСТ 29050-91 предельные показатели массовых долей влаги (не более 12,0%), массовой доли эфирных масел (не менее 0,8 %), массовой доли золы (не более 6,0%) и массовой доли металлических примесей ($1 \times 10^{-3}\%$). Также не допускается зараженность вредителями хлебных злаков.

Упаковка, маркировка, транспортировка и хранение перца черного молотого производится по ГОСТ 28750-90.

Перец черный молотый упаковывают массой нетто до 100 г включительно в:

- пакеты (одинарные) из комбинированных на основе бумаги термосваривающихся материалов и из комбинированных термосваривающихся пленочных материалов на основе алюминиевой фольги;

- пакеты (двойные), состоящие из наружного бумажного пакета и внутреннего из пергамина или подпергамина.

Маркировка должна быть нанесена непосредственно на потребительскую тару или на этикетку, и содержит согласно ГОСТ 28750:

1. наименование предприятия-изготовителя, его почтовый адрес и товарный знак;

2. наименование продукции;

3. массу нетто;

4. состав продукции (для смесей);

5. способ употребления (для смесей);

6. дату выработки и номер смены;

7. срок хранения, если он приведен в нормативно-технической документации на продукцию;

8. обозначение нормативно-технической документации на продукцию без указания года ее регистрации;

9. надпись «Хранить в сухом, прохладном и темном месте» и другие дополнительные сведения по нормативно-технической документации на конкретный вид продукции.

Хранение - содержание продукции после уборки в жизнеспособном состоянии. Оно обеспечивается специализированными помещениями (хранилищами) и сложным комплексом мероприятий. Перец черный молотый хранят в сухих, чистых, хорошо вентилируемых складских помещениях, не зараженных вредителями при температуре не выше 20°C и относительной влажности воздуха – не более 75%. При этом необходимо строгое соблюдение товарного соседства.

Установлено, что снижение качества перца в процессе хранения соответствует уменьшению содержания эфирного масла. Алкалоиды, в частности, пиперин, более стойки в хранении по сравнению с эфирным маслом, поэтому вкус и аромат у перца при неправильном хранении может исчезнуть уже в течение нескольких недель. Солнечный свет также белил цвет перца очень быстро.

Исследование качественных характеристик перца черного молотого мы проводили среди товара, приобретенного в магазинах г. Луганска, а именно: «Радуга» (производитель Казахстан), «Эникс» (производитель Беларусь), «Кухарочка», «Эко», «Мрия», «Перчик», «Чемпион» (производитель Украина).

Эксперимент проводили в пищевых лабораториях Луганского государственного университета имени Тараса Шевченко. Результаты исследований были обработаны при помощи компьютерных программ, и представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 – Органолептические показатели качества исследуемых образцов перца черного молотого

Показатели	Наименование образцов						
	«Радуга»	«Эникс»	«Кухарочка»	«Эко»	«Мрия»	«Перчик»	«Чемпион»
Внешний вид	порошкообразный, в пределах нормы, достаточно однородный помол		не однородный помол	порошкообразный, в пределах нормы, достаточно однородный помол			не однородный помол
Цвет	темно-серый с различными оттенками	серого цвета, слегка коричневым оттенком	светло-серого цвета	темно-серый с различными оттенками	темно-серый с различными оттенками	серого цвета, слегка коричневым оттенком	серого цвета, слегка коричневым оттенком

Аромат и вкус	характерный, недостаточно выраженный, без посторонних оттенков	характерный, недостаточно выраженный, без посторонних оттенков	не острый, затхлый	характерный, недостаточно выраженный, без посторонних оттенков	характерный, недостаточно выраженный, без посторонних оттенков	характерный, слабо выраженный	характерный, с легким оттенком маринада (смеси пряностей)
Общая оценка	хорошо	хорошо	очень плохо	хорошо	хорошо	удовлетв.	хорошо

Таблица 2 - Физико-химические показатели качества исследуемых образцов перца черного молотого

Показатели	Наименование образцов						
	«Радуга»	«Эникс»	«Кухарочка»	«Эко»	«Мрия»	«Перчик»	«Чемпион»
Масса нетто, г (отклонение для пачек 20г - 4,5%, для 50г, 100 г - 4%)	100/98	50 / 48	20 / 14,8	20/19	20/19,11	20 / 18,33	50 / 44,7
Массовая доля влаги, %, не более 12	8,0	6,0	2,9	6	7,0	7,0	6,1
Массовая доля эфирных масел, %, не менее 0,8%	0,8	0,8	0,1	0,5	0,7	0,5	0,6
Массовая доля золы, %, не более 6%	4,2	5,4	4,6	5,2	6,4	6,9	6,6
Массовая доля метал. примесей, %	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.
Зараженность вредителями хлебных злаков	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.	Не обнаруж.
Общая оценка	Соот	Соот	Не	не	Не	не	не

	В.	В.	соотв	соотв	соотв	соотв	соотв

Была также изучена маркировка всех образцов перца черного молотого, а именно: наименование отправителя, наименование продукции, массу нетто, обозначение нормативно-технической документации, срок хранения, дата выработки и номер смены. На всех семи образцах перца черного молотого не было указано всей полной информации о товаре. Одно из замечаний – это нанесение дата изготовления на шве пакета тиснением, отчего ее трудно разобрать ("Кухарочка" и "Чемпион").

Страну происхождения перца указали не многие. Так, производитель «Эко» написал обтекаемо «перец для ТМ выращивают в Бразилии, Вьетнаме, Индии».

Требования к хранению и транспортированию общие, никаких специфических условий не содержат. Упаковка – комбинированная, на основе бумаги и алюминиевой фольги. Упаковка всех указанных образцов перца целая, без повреждений.

Результаты всех проведенных исследований мы обобщили в таблице 3.

Таблица 3 – Общая оценка качества исследуемых образцов перца черного молотого

Показатели	Наименование образцов						
	«Радуга»	«Эникс»	«Кухарочка»	«Эко»	«Мрия»	«Перчик»	«Чемпион»
Органолептические показатели	хорошо	хорошо	очень плохо	хорошо	хорошо	удовл.	хорошо
Физико-химические показатели	соотв.	соотв.	не соотв.	не соотв.	не соотв.	не соотв.	не соотв.
Маркировка	хорошо	хорошо	удовл.	отлично	отлично	отлично	удовл.
Упаковка	отлично	отлично	хорошо	хорошо	отлично	хорошо	хорошо
Общая оценка	хорошо	хорошо	очень плохо	очень плохо	плохо	очень плохо.	очень плохо

Таким образом, были достигнуты все цели исследования. А вот результаты исследования оказались неутешительными, ведь даже известные лидеры рынка, которые работают в среднем ценовом диапазоне, «Мрия» и «Эко» получили оценки «плохо» и «очень плохо», а ведь качество их перца всегда славилось на рынке и потребитель им доверял. Вместе с тем, ранее неизвестные для потребителей Луганского региона товары из Белоруссии и Казахстана, оказались хорошего качества и могут быть рекомендованы для продаж и потребления.

Литература

1. Пряности. Технические условия. Методы анализа: Сб. ГОСТов. – М.: Стандартиформ, 2011.

Коломієць Т. М. Експертиза товарів: підручн. / Т. М. Коломієць, Н. В. Притульська, О. Л. Романенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 370

А.Д. Здор

Луганский государственный университет
имени Т.Г. Шевченка

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ И ЛУГАНСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье выявлены особенности демографической ситуации в Луганской Народной Республике и Луганской области. Охарактеризовано размещение населения в регионе, уровень урбанизации. Проанализированы показатели рождаемости и смертности, коэффициента естественного сокращения населения. Определено, что на динамику и структуру населения региона значительное влияние оказывает миграция и естественное сокращение населения.

Ключевые слова: рождаемость, смертность, естественное движение населения, миграция.

Демография определяет будущее любой страны. Любые показатели - ничто без демографического подкрепления в долгосрочной перспективе. Естественной основой демографического состояния является народонаселение. Численность населения, его динамика и естественное движение являются важнейшими показателями демографической характеристики народонаселения.

В научной литературе существует немало публикаций, посвященных демографической ситуации в Украине и отдельных ее регионах (труды О. Паньшка, Н. Долженка, Т. Ивановой, С. Марочки, А. Олейник и др.). Но особенности демографической ситуации в Луганской Народной Республике и

Луганской области почти не исследованы. Особенно важным вопросом становится изучение демографических процессов в этом регионе.

Целью данной работы является анализ демографической ситуации в Луганской Народной Республике и Луганской области.

Состоянием на 1 января 2015 г. в Луганской Народной Республике проживает 1509,0 тыс. человек, что на 747,6 тыс. меньше, чем в 2013 г. по всей Луганской области. Луганская область была густонаселенным регионом Украины, плотность населения в области в среднем составлял 85 чел./км². По количеству населения область занимала седьмое место среди регионов Украины, уступая Донецкой, Днепропетровской, Харьковской, Львовской, Одесской областям и г. Киеву.

В данный момент наиболее густонаселенными являются города регионального значения Луганской Народной Республики, которых всего насчитывает 11, с численностью населения более 30 тыс. человек (рис. 1). К таким городам относятся – г. Луганск (442,6 тыс. чел.), г. Алчевск (108,5 тыс. чел.), г. Антрацит (76,3 тыс. чел.) и др. Также наибольшее количество населения наблюдается в Перевальском (69,5 тыс. чел.), в Лутугинском (65,8 тыс. чел.) и в Славянском (53,7 тыс. чел.) районах, в то время как в Антрацитском, Краснодонском, Свердловском, Попаснянском и Станично-Луганском районах количество населения составляет не более 30 тыс. чел.

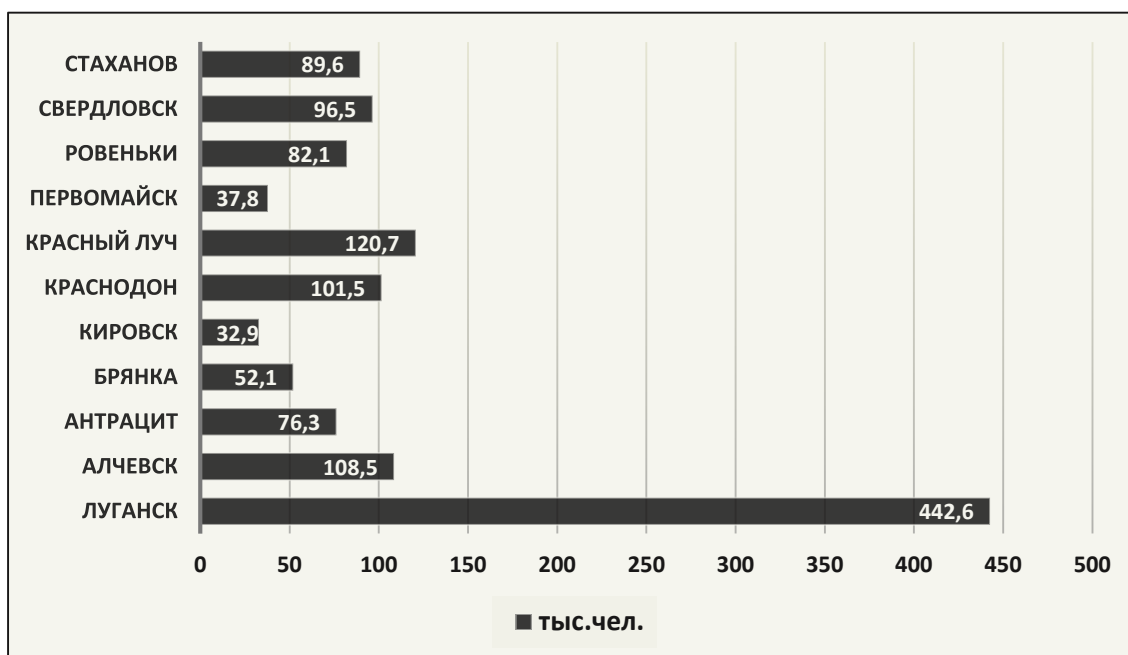


Рис. 1. Численность населения в городах регионального значения ЛНР 2015 г. (построено по данным [1])

За период с 1995г. по 2015г. количество жителей в нашем регионе сократилось на 1318,1 тыс. чел. (рис. 2). В городах Республики проживает примерно 93% всего населения, в то время как 7% населения являются жителями сельской местности.

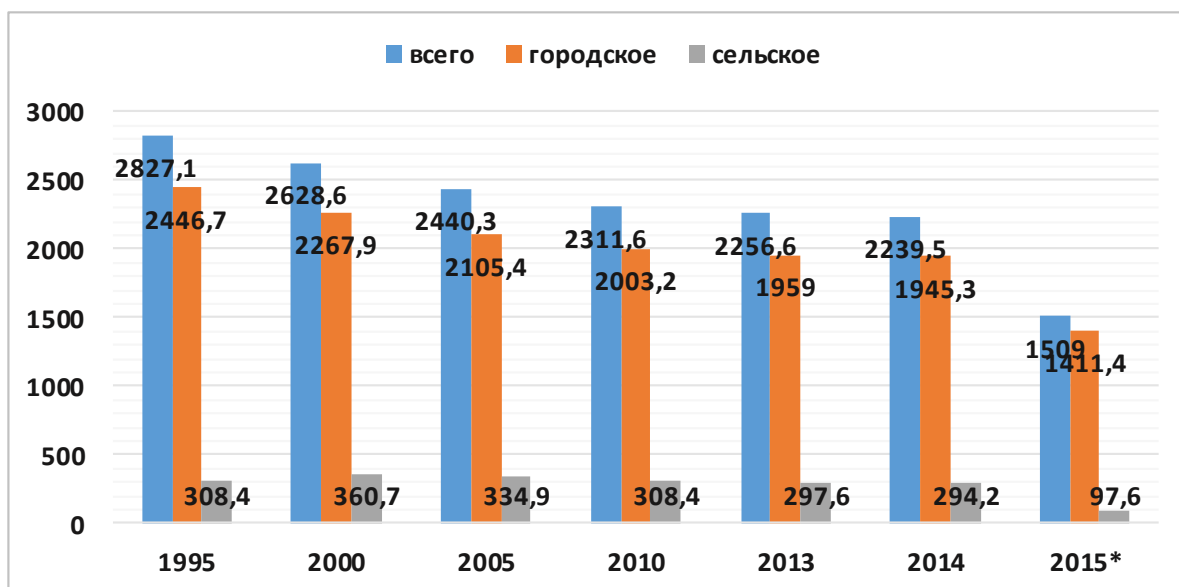


Рис. 2. Динамика количества населения в Луганской области за период 1995-2015гг. (построено по данным [1,2])

* - данные только по Луганской Народной Республике

Особенности демографической ситуации в Луганской области демонстрирует динамика коэффициентов рождаемости, смертности и естественного прироста населения (рис. 3).

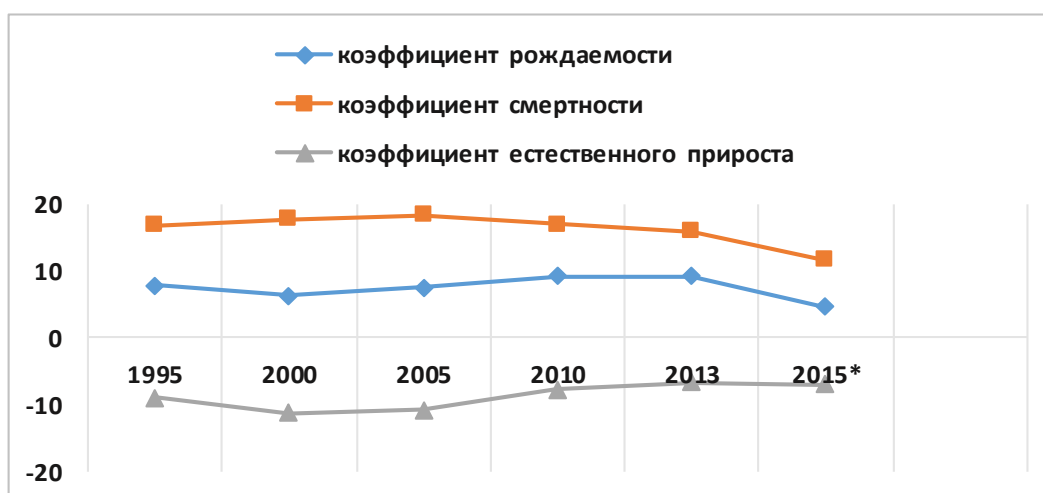


Рис. 3. Динамика коэффициентов рождаемости, смертности и естественного прироста населения в Луганской области за период 1995-2015 гг. (построено по данным [1,2])

* - данные только по Луганской Народной Республике

В целом в Луганской области наблюдается естественное сокращение населения за счет преобладания показателей смертности над показателями

рождаемости. Коэффициент естественного сокращения населения имел наименьшее значение в 2005г. – 10,9, а затем к 2013 г. этот коэффициент улучшился и составил 6,8. (рис. 3.). В 2015 году коэффициент природного сокращения населения составил -7,1, что на 0,3 больше чем в 2013. То есть происходят позитивные демографические продвижения в плане уменьшения показателей природного сокращения населения в области.

В последнее время наблюдается возрастание коэффициента рождаемости, который в 2000 году составил 6,2, а в 2013 – 9,1, что свидетельствует о увеличении репродуктивной активности населения региона. Довольно таки стремительно возрастание коэффициента рождаемости зафиксировано в 2010 г. (9,1) в сравнении с 2005 г. (7,4), одной из причин этого является введение помощи матерям в связи с рождением ребенка. В соответствии со ст. 12 Закона Украины «О государственной социальной помощи семьям с детьми» одноразовая помощь при рождении ребенка [3], в 2005 г., составляла 22, 6 прожиточного минимума для детей в возрасте до шести лет. Прожиточный минимум для детей до шести лет на 2005 г. был установлен в размере 376 грн. Таким образом, с 1 апреля 2005 г. одноразовое пособие при рождении ребенка составило 8,5 тыс. грн., и выплачивалась частями на протяжении года. С 2014 г. размер помощи составляет 41280 грн. Выплата помощи осуществляется одноразово в сумме 10320 грн., остальная сумма помощи выплачивается на протяжении следующих 36 месяцев равными частями в порядке, установленном Кабинетом Министров Украины.

В соответствии с законодательством Украины, одноразовая помощь при рождении ребенка выдается одному из родителей (усыновителю или опекуну) на каждого ребенка.

Согласно ст. 4¹ Закона Луганской Народной Республики «О неотложных мерах социальной защиты граждан, проживающих на территории Луганской Народной Республики в условиях агрессии вооруженных сил и вооруженных формирований Украины» [4]:

- единовременное пособие по беременности и родам - 1000 грн.;
- единовременное пособие при рождении ребенка - 10 320 грн.;

В последние годы в области наблюдается «старение» рождаемости, то есть возрастание частоты рождаемости в возрастных группах 25-29 лет. Возрастные изменения рождаемости за счет роста среднего возраста матерей имеют негативные демографические последствия, поскольку поздний возраст рождения первого ребенка уменьшает возможность рождения следующего через некоторые физиологические трудности у женщин старшей возрастной группы.

При условиях низкой рождаемости особенно актуальным является сохранение жизни новорожденным. Коэффициент детской смертности в 2010 г. составил 8,8 на 1000 рожденных. В 2015 г. этот коэффициент в Луганской Народной Республике составил 10,3.

Коэффициент смертности населения в Луганской области до 2013 г. имел тенденцию к сокращению. В 2013 г. по отношению к 2000 г. коэффициент смертности уменьшился на 1,7 и составлял 15,9. Наивысшие показатели смертности зафиксировано в 2005 г. (18,3). Основными причинами смертности населения в Луганской области в 2013 г. являлись болезни системы кровообращения (23172 тыс. чел.), из-за новообразований (4741 тыс.чел.), внешние причины смерти (2337 тыс.чел.), болезни органов пищеварения (2261 тыс.чел.), болезни органов дыхания (1089 тыс. чел), некоторые инфекционные и паразитирующие болезни (632 тыс. чел.). В 2015 г. коэффициент смертности в Луганской Народной Республике составил 11,6.

Существенное влияние на динамику численности населения осуществляет механическое движение. Луганщина принадлежит к региону, где миграционная деятельность населения остается достаточно высокой. В последние годы регион имеет отрицательное сальдо миграции (рис.4).

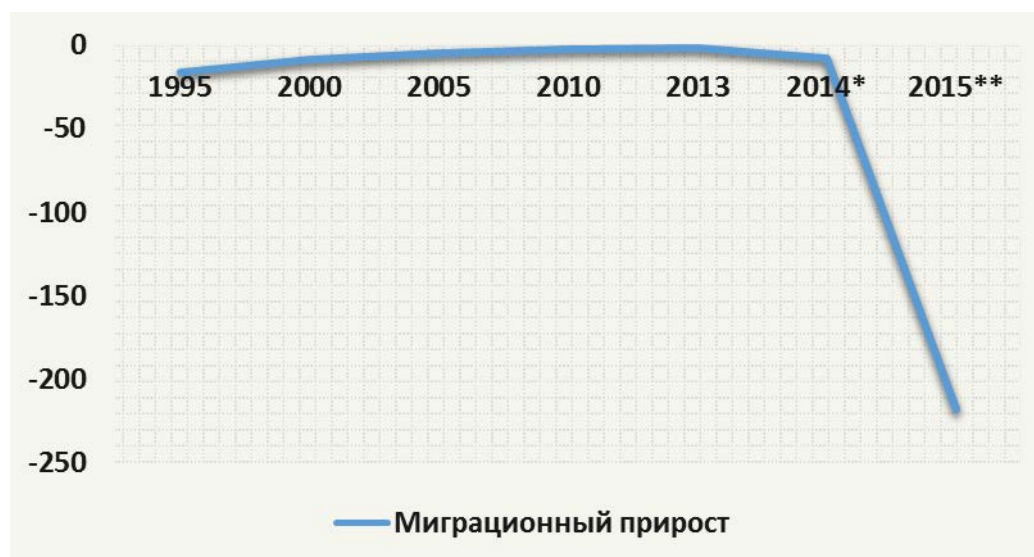


Рис.4. Миграционный прирост в Луганской области за период 1995-2015 гг. (построено по данным [1,2])

* - данные без учета ЛНР

** - данные только по ЛНР

За счет механического движения населения жителей региона в 2013 г. уменьшилось относительно 2005 г. на 2,7 тыс. чел. В 2015 г. в Луганской Народной Республике миграционный прирост составил 218 тыс. чел.

Проведенное исследование свидетельствует, что в Луганской Народной Республике уменьшение численности населения происходит за счет как естественного его сокращения, так и за счет миграции.

Литература

1. Официальный сайт Государственного комитета статистики Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gkslg.info/>

2. Официальный сайт Государственной службы статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Закон Украины «О государственной социальной помощи семьям с детьми» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2811-12/>
4. Закон Луганской Народной Республики «О неотложных мерах социальной защиты граждан, проживающих на территории Луганской Народной Республики в условиях агрессии вооруженных сил и вооруженных формирований Украины» // <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/597/>
5. Панышко О.В. Демографическая ситуация в Украине / О.В. Панышко, Н.И. Долженко // Психология и социология/13. Современные технологии социологических опросов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/32_PWMN_2009/Psihologia/55202.doc.htm/
6. Иванова Т. Демографическая ситуация в современной Украине и ее причины / Т. Иванова, С. Марочко, А. Олейник // «Вестник СумГУ. Экономика», 2009.- №2.- С. 159-169.

Т.С. Волошка

Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Аннотация. В статье рассмотрены существующие подходы к классификации методов оценки эффективности инвестиционных проектов, дан анализ основных методов, раскрыта их общая характеристика и способы расчета. Обращено внимание на особенности, преимущества и недостатки наиболее используемых методов оценивания инвестиционных проектов.

Ключевые слова: эффективность инвестиций, метод оценки инвестиций, статические и динамические методы, ставка дисконтирования, доходность инвестиционного проекта

Решение вопроса по принятию инвестиционного проекта на предприятии требует тщательного проведения работ по оценке его экономической эффективности. Данная работа должна проводиться с целью доказательства возможности и целесообразности вложения средств для двух сторон проекта: предприятия и инвестора. От качества проведенной оценки экономической эффективности инвестиций будет зависеть, покроют ли будущие прибыли сегодняшние затраты по проекту.

В настоящее время в практической деятельности существует большое количество методов и методик экономической оценки инвестиций. В

основном, это типовые методики, показатели эффективности в которых, основанные на расчетах реальных денежных и дисконтировании. Наибольшее распространение получили типовые методики, разработанные UNIDO (United Nations Industrial Development Organization – организация по промышленному развитию при ООН).

Из отечественных источников по данной тематике стоит отметить работы И. Бланка, А. Пересады, Т. Майоровой, И. Липсица, В. Коссова, И. Зимины, Д. Старик и др. [1-7]. Перечисленные ученые-экономисты рассматривают различные виды и методы оценки и принятия решений по эффективности инвестиций.

Так, Старик Д.Э. рассматривает статические и динамические методы оценки инвестиционных проектов, в работах дает анализ проектов, по которым невозможно или нецелесообразно осуществлять стоимостную оценку результатов, и проектов, включающих стоимостную оценку эффективности [2]. С учетом использования динамических или статических методов оценки, автором определены задачи и показатели расчета эффективности инвестиционных проектов. [3].

И.В. Липсиц и В.В. Коссов в своих работах формулируют правила финансово-экономической оценки на примерах реальных инвестиционных проектов, рассматривают классификацию методов оценки с точки зрения привлекательности инвестиций [4,5].

А.А. Пересада и Т.В. Майорова в своих работах предлагают количественные и качественные критерии оценки инвестиционных проектов с учетом их размеров: малых, средних и крупных, также приводят примеры расчетов показателей эффективности реальных инвестиционных проектов [7].

Однако, проведенный анализ существующих методик, выявил проблемы, связанные с их выбором и применением на практике, вопросы выбора не дают однозначных ответов, поэтому требуют дальнейшего анализа и исследований.

Цель статьи – определение основных методов, их преимуществ и недостатков при проведении оценки реальных инвестиций.

Рассмотрев подходы к классификации методов оценки эффективности инвестиционных проектов, считаем целесообразным их подразделение на статические и динамические методы. Статические методы, в свою очередь, можно подразделить на количественные, использующие фактические показатели финансовой деятельности предприятия, и приведенные, учитывающие средние сложившиеся уровни затрат и прибыли. Анализ данного вопроса позволил составить классификационную схему методов оценки инвестиций и их показателей, представленную на рисунке 1. Первые методы, статические, можно отнести к группе простых, в основе которых лежит экономический расчет бухгалтерской рентабельности. Вторые, динамические, сложные, основаны на теории разной временной стоимости денег, или дисконтировании [4].

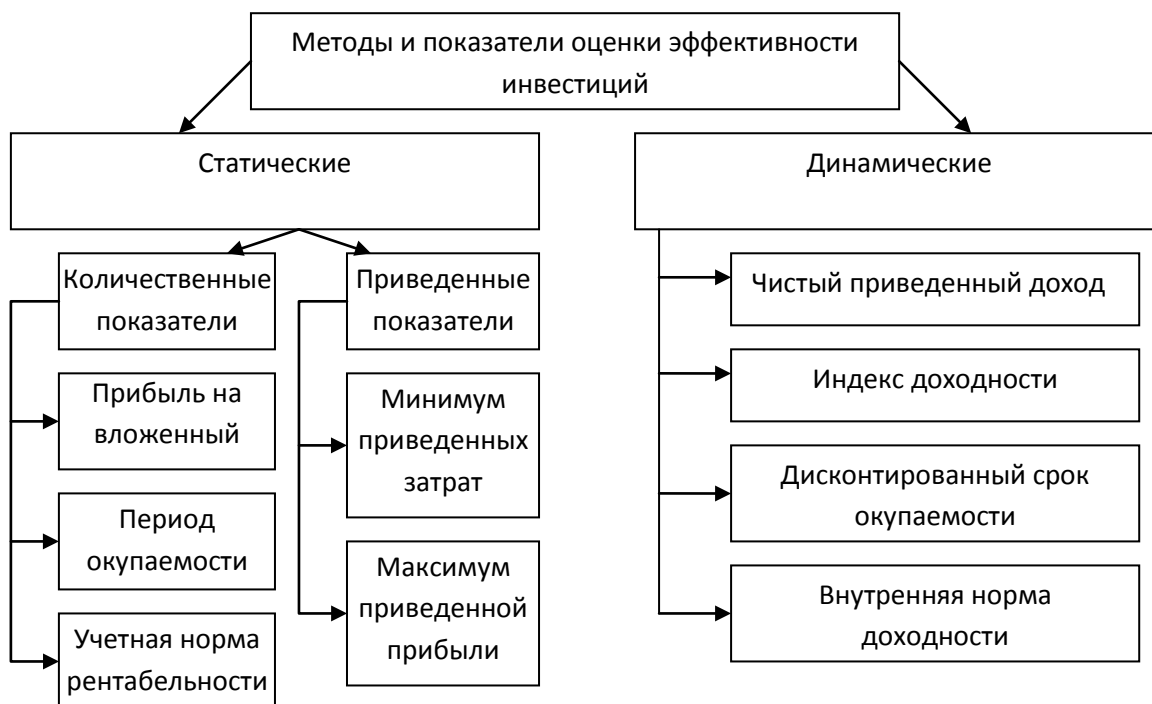


Рисунок 1 – Методы оценки экономической эффективности инвестиционной деятельности

Следуя поставленной цели, охарактеризуем наиболее применимые методы, их достоинства и недостатки.

Простые методы оценки инвестиций – одни из самых старых методов. По сегодняшний день они остаются достаточно часто используемыми в среде аналитиков в связи с их достаточной простотой расчетов и получением дополнительной информации. Основными из них являются: метод расчета периода окупаемости инвестиций и метод учетной нормы рентабельности, метод максимума прибыли др. (рис.1).

Метод окупаемости инвестиций состоит в определении того срока, который понадобится для возмещения суммы первоначальных инвестиций. Он предполагает вычисление того периода, за который сумма денежных поступлений нарастающим итогом будет равна сумме первоначальных инвестиций.[4,5].

Достоинство данного метода состоит в простоте расчетов, определяемый показатель четко характеризует степень рискованности проекта. Однако метод имеет серьезные недостатки, т. к. игнорирует ценность денег во времени и существование денежных поступлений после окончания срока окупаемости.

Метод определения бухгалтерской рентабельности инвестиций иногда называют нормой прибыли на инвестиции. Этот показатель характеризует оценку инвестиций на основе бухгалтерского показателя – дохода фирмы. Денежные поступления при этом в расчет не берутся. Показатель представляет отношение средней величины дохода фирмы по бухгалтерской

отчетности к средней величине инвестиции [4,5].

Достоинства метода – его неоспоримая простота, и возможность достаточно достоверную оценку внутренней нормы доходности предприятия. Недостатки – метод не учитывает разноценности денежных средств во времени и продолжительности активов, созданных благодаря инвестиции.

В основе метода максимума прибыли лежит определение ее предполагаемой суммы, исходя из проектных, плановых или же фактических данные о сложившихся на предприятии затратах, или же на данных, сложившихся по результатам реализации прошлых инвестиционных проектов. Как и в предыдущих статических методах анализа, данный метод не в полной мере учитывает временной аспект стоимости денег, факторы, связанные с инфляцией и рисками. Одновременно с этим усложняется процесс проведения сравнительного анализа проектных и фактических данных по годам использования инвестиционного проекта.

Возникновение динамических методов оценки эффективности инвестиций связано с тем фактом, что денежные средства сегодня и через определенный интервал времени при равной номинальной стоимости имеют совершенно разную покупательную способность. Поэтому возникла необходимость экономической оценки инвестиций с помощью методов, основанных на дисконтировании. Данный термин применяется к оценке нынешней стоимости будущих потоков денежных средств [8]. Следовательно, дисконтирование устанавливает сегодняшний финансовый эквивалент будущей суммы [9].

Рассмотрим наиболее точные, обоснованные и часто применяемые в современной практике хозяйствования методы с использованием дисконтирования: чистая приведенная стоимость, дисконтированный срок окупаемости, индекс доходности, внутренняя норма доходности инвестиционных проектов.

Расчет чистой приведенной стоимости (Net Present Value - NPV) основан на сравнении отдачи инвестиций в будущем, суммой вложений сегодня. Чистая текущая стоимость представляет собой разницу между нынешней, дисконтированной на основе расчетной ставки процента, стоимостью поступлений от инвестиций и величиной инвестиционных затрат и вычисляются по формуле (1) [4, с. 138]:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1+r)^t}$$

(2)

где CF_t – чистый денежный поток за период t ;

r – норма дисконтирования, учитывающая изменение стоимости денег во времени;

n - срок реализации проекта;

I_t – инвестиционные расходы за период t , руб.

Данный метод достаточно эффективен, однако ставку дисконтирования в нестабильных условиях экономики нельзя рассчитывать по стандартным зарубежным методикам. В данном этом случае целесообразно использовать учетную ставку процента или банковскую ставку по долгосрочным кредитам.

К преимуществам данного метода расчета эффективности инвестиций можно отнести то, что учитывается стоимость денег во времени, а также, этот метод ориентирован на увеличение доходов инвесторов.

Недостатками данного метода является то, что чистая приведенная стоимость является абсолютным показателем, поэтому трудно объективно сделать выбор между несколькими проектами с одинаковой чистой приведенной стоимостью и различными инвестиционными затратами или же проектом с большим сроком окупаемости и NPV и проектом с меньшим сроком окупаемости и NPV. Поэтому выбор ставки дисконтирования носит субъективный характер [4].

Дисконтированный срок окупаемости инвестиций (Discounted Payback Period, DPP) – это временной период окупаемости первоначальных инвестиций (затрат) в инвестиционный проект в текущей стоимости. Он показывает, сколько времени необходимо для окупаемости проекта, определяется по формуле (2) [10, с. 66]:

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \geq I_0$$

(3)

где: r – ставка дисконтирования,

I_0 – первоначальные инвестиции,

CF_t – денежный поток в период t ,

n – количество периодов окупаемости инвестиций в проект.

Преимущество метода состоит в том, что он имеет четко выраженный критерий приемлемости инвестиционных проектов, т. к. дает информацию о том, в течение какого времени они инвесторы будут рисковать своими вложениями. Риски лежат в прямой зависимости от дисконтных сроков окупаемости. Поэтому короткий срок окупаемости означает более низкий риск и быструю отдачу инвестиций и наоборот.

Недостаток метода состоит в том, что не учитываются денежные потоки после того, как проект окупится. Однако этот недостаток легко устранить, если расчеты дисконтированного дохода продлить до конца периода использования инвестиций [1, 10].

Индекс доходности (Profitabile Index – PI) – это показатель рентабельности инвестиций. Он позволяет определить, в какой мере возрастает доходность инвестора в расчете на 1 денежную единицу инвестиций с учетом дисконтирования, определяется по формуле (3)

[4,10,11]:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1+r)^t}}$$

(4)

Данный показатель в зарубежной практике называют коэффициентом «доход – издержки». Чем выше коэффициент прибыльности инвестиций, тем большую отдачу приносит данная инвестиция. Данный критерий используется для сравнения между собой нескольких инвестиционных проектов [11].

Внутренняя норма доходности (Internal rate of return – IRR) – это такая ставка дисконтирования, при которой дисконтированные доходы от проекта равны инвестиционным затратам. Экономический смысл данного показателя заключается в том, что он показывает ожидаемую норму доходности или максимально допустимый уровень инвестиционных затрат в оцениваемый проект, определяется: (4, 5) [10, с. 67]:

$$\sum_{t=0}^n CF_t \times \frac{1}{(1+IRR)^t} = \sum_{t=0}^n I_t \times \frac{1}{(1+IRR)^t}$$

(5)

IRR=I, при которой NPV=0

(6)

Достоинством показателя является то, что он дает возможность сравнить проекты разного масштаба и различной длительности, т. к. характеризует нижний гарантированный уровень прибыльности проекта и максимальную ставку оплаты за привлеченные источники финансирования, при которой проект остается безубыточным. Недостатками данного метода является сложность расчетов и получение нескольких вариантов значений IRR при оценке проектов с нестандартными денежными потоками[1].

Таким образом, рассмотрев различные методы оценки эффективности инвестиционных проектов, их достоинства и недостатки, следует отметить, полученные оценки отличаются большей или меньшей степенью детализации. Чем масштабнее инвестиционный проект и чем больше значительных изменений он вызывает в бизнесе, тем точнее должны быть расчеты денежных потоков и методы оценки эффективности инвестиционного проекта.

Литература

1. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента / учеб. пособ. И.А. Бланк. – М.: Ника-Центр, 2001. – 536 с.
2. Старик Д. Э. Расчеты эффективности инвестиционных проектов: учеб. пособ / Д.Э. Старик. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2001. – 131 с.
3. Старик Д. Э. Как рассчитать эффективность инвестиций / Д.Э. Старик. – М.: Финстатинформ, 1996. – 94 с.
4. Липсиц И. В. Экономический анализ реальных инвестиций: учеб. пособ. / И.В. Липсиц, В.В. Коссов. – М.: Экономистъ, 2004. – 347 с.
5. Липсиц И. В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализ: учебно-справочное пособие./ И.В. Липсиц, В.В. Косов. – М.: Издательство БЕК, 1996. – 304 с.
6. Зимин И. А. Реальные инвестиции: учебное пособие / И.А. Зимин, Ассоц. авт. и изд. «ТАНДЕМ». – М. «ЭКМОС», 2000. – 271 с.
7. Пересада А.А. Управление инвестиционным процессом: учеб. пособ / А.А. Пересада, Т.В. Майорова. – М.: Либра, 2002. – 472 с.
8. Карлберг Конрад. Бизнес-анализ с помощью Excel 2000: учеб. пособ. / пер.с англ. ; 4-е изд. –М.: Издательский дом «Вильямс», 2014. – 480 с.
9. Федоренко В.Г. Инвестознавство: навч. посіб. / В.Г. Федоренко. – К.: МАУП, 2002. – 408 с
10. Кангро, М. В. Методы оценки инвестиционных проектов: учебное пособие / М. В. Кангро. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 131 с.
11. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент: підруч. / Г.О. Крамаренко, О.Э. Чорна. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.

А. С. Ивакина

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

МЕХАНИЗМ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье дан анализ составляющих экономического потенциала предприятия. Рассмотрены основные факторы, определяющие особенности антикризисного управления предприятием. В ходе анализа теоретических источников, выделены задачи ресурсного обеспечения стратегической деятельности предприятия в условиях антикризисного управления. Предложена методика диагностики потенциала предприятия методом сравнительной комплексной рейтинговой по функциональным блокам.

Ключевые слова: экономический потенциал предприятия, управление, антикризисное управление, менеджмент, финансы.

Исследованием экономического потенциала предприятия занимались такие выдающиеся ученые, как Э.Коротков, В. Панагушин, С. Ильин, А.Грязнова, И. Бланк, Е. Горбунов, П. Игнатовский, Ф. Евдокимов, А. Мизина, И. Лукинов, Р. Марушков, С. Мочерний, А.Балашов, И. Репина и др. Основы теории антикризисного управления финансами предприятий в нынешних экономических условиях содержатся в научных трудах многих экономистов: И. Бланка, А. Гальчинского, В. Гейца, М. Крупки, Л. Лигоненко и др. [1-10]

Изучение теоретических аспектов сущности экономического потенциала и эмпирический анализ практики антикризисного управления способствовали выявлению актуальных проблем, требующих научного решения. Это вопросы, связанные с определением финансово-экономического механизма антикризисного управления, диагностики финансового кризиса, планирования, финансирования и управления экономическим потенциалом с разработкой конкретных антикризисных мер, которые бы способствовали выходу большинства отечественных предприятий из кризисного состояния.

Под экономическим потенциалом предприятия понимается совокупность всех форм ресурсного обеспечения и характера его использования. Экономический потенциал представляет собой также совокупность природных условий и ресурсов, возможностей, запасов и ценностей, которые могут быть использованы предприятием для достижения поставленных целей и реализации выбранных стратегий.

Поскольку экономический потенциал рассматривается как совокупная способность экономики производить производственно-экономическую деятельность, представляет собой цель, с учетом элементов производительных сил [11, с.6], то основными задачами антикризисного управления экономическим потенциалом должны стать мероприятия, связанные с управлением производительными силами, в частности, потенциалом производительных сил, технико-экономических отношений, организационно-экономических отношений, отношений собственности и хозяйственного механизма в соответствии с целями и поставленными задачами.

Само управление ресурсами должно обеспечиваться эффективным умением распоряжаться ими и использоваться для конкретных достижимых целей. В нынешних условиях рыночных преобразований экономический потенциал предприятия определяется способностью менеджеров использовать ресурсы для создания товаров и услуг с целью получения максимальной прибыли при минимальных затратах. Уровень и результаты реализации экономического потенциала предприятия определяются также выбранной формой предпринимательства с соответствующей

организационной структурой.

Основные факторы, которые определяют особенности антикризисного управления и состояние экономического потенциала предприятия можно определить как:

- способность работников (специалистов, рабочих, вспомогательного персонала) для создания любой продукции;
- умение менеджеров оптимально использовать имеющиеся на предприятии имеющиеся ресурсы;
- объем и качество имеющихся ресурсов в виде основных производственных и непроизводственных фондов, оборотных фондов или материальных запасов, финансовых и нематериальных ресурсов – патентов, лицензий, технологий и др.;
- информационная способность, то есть способность обрабатывать и преобразовывать информацию для использования в хозяйственной деятельности;
- финансовые возможности, а именно: кредитоспособность, внутренняя и внешняя задолженность в сфере финансов;
- инновационная способность, которая определяется применением новых технологий, обновлением производства [5, 8, 9].

Таким образом, управление экономическим потенциалом неразрывно связано с имеющимся образовательным, квалификационным, управленческим и мотивационным потенциалом предприятия.

Особенностью антикризисного управления экономическим потенциалом является то, что общий его уровень определяется не как арифметическая сумма составляющих, а как согласованность действий, обеспечивающий эффективность управления. Поскольку в нынешних условиях меняющейся среды рынке часто меняются отдельные составляющие экономического потенциала, то целесообразно подчеркнуть и сменяемость направлений и механизмов их управления. Поэтому для успешной работы предприятия особенно важно, чтобы каждое изменение всех элементов потенциала была согласованной, поскольку эффективность антикризисного управления экономическим потенциалом связана со сбалансированностью темпов развития всех составляющих потенциала.

Своевременное применение антикризисных мер в практике управления предприятиями может способствовать избежание ими финансового кризиса и банкротства. Таким образом, адекватной реакцией на повышенные требования к управлению экономическим потенциалом является введение антикризисного финансового менеджмента. В процессе организации антикризисного управления экономическим потенциалом следует учитывать характерные особенности управления финансами предприятий в нынешних условиях [10]:

- функционирование полноценной системы риск - менеджмента, что делает регулярное отслеживание и прогнозирование внешних и внутренних рисков финансово-хозяйственной деятельности;

- использование эмпирически-статистических методов прогнозирования и анализа финансово-хозяйственной информации;
- наличие действенной системы финансового контроля и внутреннего аудита;
- внедрение интегрированной системы оперативного и стратегического планирования;
- ориентация управленческого процесса на создание добавленной стоимости за счет интенсификации внедрения инноваций;
- открытость и симметричное распределение финансово-экономической информации.

Отсутствия достаточных институциональных и функциональных предпосылок для эффективного антикризисного управления экономическим потенциалом в значительной степени объясняется отсутствием целостной концептуальной схемы идентификации и решения научно-практических проблем по оптимизации финансовых решений и совершенствования финансовых отношений в рамках антикризисного управления.

Анализ отдельных предприятий свидетельствует о том, что реализация их стратегических целей требует конкретных, оптимальных для каждого этапа функционирования, решений о расходах ресурсов. Поскольку практика хозяйствования отечественных и зарубежных предприятий свидетельствует о том, что будущее не всегда можно полностью предсказать, поэтому затраты ресурсов всегда сопровождаются тем или иным уровнем риска. Совсем избавиться от риска невозможно, его можно свести к минимуму, что, как правило, требует дополнительных затрат и, может быть, иногда совсем неэкономичных. Поэтому при разработке ресурсных стратегий целесообразно обосновывать как возможный, так и допустимый уровни риска, который руководство будет готово принять при использовании ресурсов с максимально возможной отдачей [1,3,7,12].

Ресурсное обеспечение стратегической деятельности предприятия в условиях антикризисного управления целесообразно осуществлять в соответствующей форме на основе разработки ресурсных стратегий, которые способствуют решению таких задач [12]:

- определение перспективных потребностей предприятия в ресурсах всех необходимых видов;
- расчет допустимых ресурсных ограничений и формирования прогрессивных норм расхода ресурсов различных типов;
- использование подходов с позиции логистики относительно системы реализации ресурсных стратегий.

Способность предприятия выполнять свои текущие платежные обязательства, а также осуществлять инвестиционные вложения зависит от состояния чистого денежного потока, как совокупного, так и в разрезе операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Диагностику потенциала предприятия целесообразно проводить методом сравнительной комплексной рейтинговой оценки с помощью

системы показателей по таким функциональными блоками: производство, распределение и сбыт продукции; организационная структура и менеджмент; маркетинг и финансы.

Под первым блоком «Производство, распределение и сбыт продукции» необходимо провести анализ следующих характеристик:

- объем, структуру и темпы производства;
- фонды предприятия;
- состояние оборудования;
- инфраструктуру и особенности местонахождение производства;
- условия сбыта;
- экологические аспекты производства.

Второй блок «Организационная структура и менеджмент» включает анализ и оценку:

- организации системы управления;
- количественный и качественный состав работников;
- уровень менеджмента;
- культуру производства.

Третий блок «Маркетинг» включает исследования:

- товара, рынка, каналов сбыта продукции;
- состояние инновационной деятельности;
- состояние коммуникационных связей рекламы и информации;
- маркетинговые исследования.

Блок «Финансы» предполагает анализ финансового состояния предприятия с помощью коэффициентов рентабельности, эффективности, деловой активности, ликвидности и рыночной устойчивости.

В основе расчета конечной рейтинговой оценки возлагается сравнения предприятий по каждому показателю из названных функциональных блоков модели с условным эталонным предприятием или с реальным предприятием, имеющим наилучшие результаты на рынке.

Таким образом, основные усилия антикризисного управления экономическим потенциалом, как отдельного хозяйствующего субъекта, должны быть направлены на оптимизацию величины чистых денежных потоков в отдельных периодах.

Литература

1. Антикризисное управление: учебник / под ред Э. М. Коротков (ред.)). – М. : ИНФРА-М, 2000. – 432 с.
2. Антикризисное управление: учеб. пособие для техн. вузов / под ред проф. Э. С. Минаева и проф. В. П. Панагушина. – М. : Изд-во «ПРИОР», 1998. – 492 с.
3. Антикризисное управление: учеб. пособ. / под ред проф. С. С. Ильина. Национальный институт бизнеса. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2004. – 512 с.

4. Антикризисный менеджмент: учебник / под ред. проф. А. Г. Грязновой. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», изд-во «ЭКМОС», 1999. – 368 с.
5. Балашов А. П. Антикризисное управление: учеб. пособие / А. П. Балашов. – Новосибирск : ГУП РПО СО РАСХН, 2004. – 176 с.
6. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: учебный курс . – 2-е изд., перераб. и доп./ И. А. Бланк. – М. : Ника-Центр, 2004. – 656 с.
7. Василенко В. О. Антикризисове управління підприємством: навч. посібник. / В. О. Василенко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 504 с.
8. Лігоненко Л. О. Антикризисове управління підприємством: навч. посіб. / Л. О. Лігоненко, М. В. Тарасюк, О. О. Хіленко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 377 с.
9. Ситник Л. С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством / Л. С. Ситник. – Донецьк : ІЕП НАН України, 2000. – 503 с.
10. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмы: учебник / под общ. ред. А. П. Градова, Б. И. Кузина. – СПб. : Специальная литература, 1996. – 510 с.
11. Игнатенко Н. Т. Производственно-ресурсный потенциал территории: монография / Н.Т. Игнатенко, В.П. Руденко. – К.: Вища школа, 1986. – 245 с.
12. Чуб Б. А. Стратегический менеджмент организации: курс лекций / Б.А. Чуб, А.В. Бандурин. – М., 2002. – 361 с.

О. А. Конюшенко

*Луганский государственный
университет имени Тараса Шевченко*

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ. ПРОБЛЕМЫ ЛЮДЕЙ, ПРИБЫВШИХ НА ПОСТОЯННОЕ МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА В ГЕРМАНИЮ.

В данной статье представлены различные особенности межкультурной коммуникации. Сведения на основе книги Холла. В статье определены особенности культуры Германии, её стереотипы, сравнительные исследования, проведенные среди различных групп немцев и русских. Рассмотрены и проанализированы основные трудности, которые встречаются при переезде человека другой национальности в Германию.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, теория, взаимопонимание, родной язык, адаптация, стереотип.

На данный момент в мире происходит процесс глобализации, который проявляет усиление культурных связей между различными странами и

народами. Также большое значение имеет интенсивная миграция. Люди, которые выезжают в другую страну на постоянное место жительства или даже в качестве туристов, должны быть готовы к тому, что они имеют разные нюансы общения. Разные народы находят все больше средств для развития своего культурного облика. Попадая в незнакомую культуру, человек оказывается в ситуации, когда привычные способы и нормы поведения могут быть неприемлемы. В большинстве случаев неудачи происходят из-за того, что участники коммуникативного акта выстраивают своё поведение в соответствии с нормами своей культуры.

В статье будут определены особенности культуры Германии, её стереотипы, сравнительные исследования, проведенные среди различных групп немцев и русских. Также будут рассмотрены и проанализированы основные трудности, которые встречаются при переезде человека другой национальности в Германию.

Впервые вопрос коммуникации начали рассматривать Эдуард Т. Холл и Г.Л. Трэгер. И он получил дальнейшее развитие. В 1954 году была опубликована статья «Культура и коммуникация». В этой статье авторы обозначили научную перспективу данной проблемы. В 1959 году Э.Т. Холл выпустил книгу «Немой язык», где он показал связь между культурой и коммуникацией. В этой книге автор представил сравнительную характеристику культур разных народов, исходя из их общих культурных основ [1, с. 149]. Во время своей работы он пригласил людей с различными языками и группами. На практике можно было наблюдать совершенно разную культуру и особенности. В 1960-е годы становление межкультурной коммуникации как учебной дисциплины произошло в США. В России межкультурная коммуникация также утвердилась в вузах. Инициатором этого стал факультет иностранных языков в МГУ. Отечественные лингвисты В.Г. Костомаров и Е.М. Верещагин, в рамках разработанной ими в 80-х годах лингвострановедческой теории слова, определяют межкультурную коммуникацию как «Адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» [5, с. 51]. В настоящее время в научной литературе представлено много работ, посвященных межкультурной коммуникации Германии.

С раннего детства каждый ребенок овладевает родным языком. Он постепенно осваивает культуру, к которой принадлежит. Происходит это в процессе общения с близкими и с незнакомыми людьми. Поэтому каждому человеку тяжело приспособиться к другому обществу, другим обычаям. Даже если человек владеет иностранным языком в совершенстве, но не изучил различные особенности мимики, жестов, привычек страны, которую хотел бы посетить, ему очень трудно будет находиться в таком обществе, т.к. все это будет ново. Также он можете попасть в неловкую ситуацию, применив определенную позу или сделав определенный жест, неприемлемый в Германии. Важно знать язык, если собираешься посетить Германию и тем более, если собираешься переехать туда жить на продолжительное время.

Как сказано В. Гумбольдтом: «Язык — носитель культуры, т.к. именно с помощью языка она передается из поколения в поколение» [7, с. 1]. Со знанием немецкого языка намного легче происходит адаптация человека. Язык помогает правильно оценить объекты, явления и их соотношения.

Итак, рассмотрим на примерах особенности культуры Германии, отличающихся от особенностей культуры России и других стран. В русской культуре, где ценятся общение и солидарность, зона приватности выражена не так ярко, как в немецкой. В момент сомнения русский человек может непроизвольно поднять бровь, в то время как немец таким способом выражает свой восторг. Немцы и русские просят прощения практически одинаково. Единственное различие в том, что немцы делают это очень часто. За любой пустяк они могут попросить прощение, когда можно абсолютно обойтись и без этого. Он может попросить прощение даже за то, что просто коснулся человека в общественном транспорте или в магазине. Разговор в Германии принято начинать с извинения «Извините за беспокойство» — «Entschuldigen Sie bitte die Störung». В Германии люди часто здороваются с незнакомыми людьми. Этому они придают особое значение. Они здороваются всегда с улыбкой, с радостью, хотя никогда не были знакомы с этим человеком и дальше также не собираются с ним общаться. Как и русские, немцы здороваются в обязательном порядке с вахтерами, с соседями, продавцами. Так немцы демонстрируют свою доброжелательность. Важно знать, что когда здороваешься в Германии «Привет» - «Hallo», можно говорить только тем людям, с которыми находишься в одинаковом социальном статусе. Остальным же желают «Доброе утро», «Добрый день», «Добрый вечер» - «Guten Tag», «Guten Abend», или «Guten Morgen». При приветствии принято пожимать друг другу руку. Пренебречь этим может только молодежь или близкие друзья, которые для себя решили здороваться каким-либо другим жестом. Когда немцы звонят по телефону, они обязательно представляются, говорят свою фамилию. Русские же предпочитают этого не делать, если только их об этом не спросят. Русские просто говорят «Алло», или «Я вас слушаю». Представители же немецкой культуры сразу спрашивают «Как дела?» — «Wie geht's?» или более вежливого «Wie geht es Ihnen?». Далее, они считают 9 вечера уже достаточно поздним временем, для того, чтобы совершать звонки. Но при этом они с удовольствием они принимают звонки в 7-8 утра, т.к. в это время они уже давно не спят, если это, конечно же, не выходной день.

Услышав какую-либо глупость, немец непроизвольно начнет бить себя ладонью по лбу. В то время как для русского человека это странное явление. В Германии не целуются на публике, в общественных местах, у них это не принято. А русские могут целоваться всегда и везде, где им только вздумается. Запрета на это нет. Также жители Германии никогда не спрашивают о личной жизни собеседника, о детях. Они могут принять это за оскорбление. Ведь не каждый имеет семью. Вопросы личного характера

неприемлемы. Также вопросы о деньгах, доходе, работе также считаются дурным тоном. Так как это личное дело каждого.

Во время официальной встречи ни в коем случае не стоит называть собеседника по имени. Можно только если собеседник вас сам об этом попросит. Нужно уметь правильно применять обращение. Важной особенностью является то, что если немец зовет кого-то в гости к себе домой, это означает, что он особенно уважает этого человека. Нужно подчеркнуть, что гостям каждый раз следует дарить подарки детям хозяина. Хозяйкам дома же можно подарить букет цветов или конфеты. В ресторанах принято здороваться со всеми. Даже с людьми, сидящими за другими столиками выражением "Mahlzeit" — нечто похожее на наше "приятного аппетита" [2].

Следует обратить внимание на то, что немцы своего рода очень прямолинейны. Они могут высказать сразу же все, что о вас думают, неважно, хорошее ли это мнение или плохое. Они считают такое поведение правильным, будь это рубашка, которая пришлась им не по вкусу или какой-либо некорректный поступок. Это следует запомнить, ведь в подобной ситуации приезжий может посчитать немца бестактным, грубым, возможно высокомерным. Но на самом деле это не так, просто немец считает это своего рода помощью, которую он оказывает с той целью, чтобы в следующий раз приезжий не совершал поступок, который не нравится немцам, ведь немцы — это совсем другое общество. И нужно всеми способами стараться принять их обычаи народы, привычки, так как только тогда человек сможет получить скорейшую и полноценную адаптацию.

В Германии же, как и в Швейцарии, некоторых странах Европы, Северной Америке пунктуальности придается большое значение. Существует "шкала" опозданий. Правила делового этикета европейских культур позволяют опаздывать на встречу не больше чем на семь минут. Немец всегда приходит вовремя. Поэтому при опоздании на деловую встречу более чем на 7 минут, есть риск потерять делового партнера и быть осужденным.

У немцев все происходит по установленному порядку. Немца не заставишь перейти дорогу на красный свет. Даже если в это время дорога будет абсолютно пустая, он все равно будет стоять и ждать зеленого света. Порядок — душа всякого дела. Немец любит основательность в делах, аккуратность и порядок во всем [4, с. 82].

Многие русские считают, что немцы не имеют чувства юмора. Это не так. Это мнение о них обманчиво, чувство юмора у них есть. Единственное - это то, что оно отличается от чувства юмора русских. Когда у немцев какое-либо торжество, собрание, происходящее на улице, любая шутка сопровождается оркестром для того, чтобы было понятно, где нужно смеяться.

Сравнительные исследования, проведенные среди различных групп немцев и русских, показывают довольно стабильный набор качеств. Немцы думают о русских, как о сердечных, тёплых, открытых и веселых людях, которые очень любят праздники. Но есть, конечно, и негативное мнение, что

русские очень пассивны и ленивы. По их мнению, русские могут очень долго терпеть несправедливое отношение к себе. [6, с. 34].

У немцев сложился стереотип, о пристрастии русских к алкоголю. Конечно же, это неверный стереотип, т.к. любой человек в меру своих возможностей и желаний употребляет алкоголь. И людей, которые действительно от него зависимы, очень мало. Часто немцы удивляются, когда русский человек отказывается от алкоголя.

Еще один неприятный стереотип сложился у немцев. Они считают, что русские отличаются организованной преступностью и летают в Германию для того, чтобы совершить очередное преступление для своего криминального бизнеса. Многие немцы видят в русских мафиози.

По нашему мнению, стереотипы могут помешать контактам людей из разных стран. Люди не должны углубляться в сложившиеся стереотипы, не оценив самим всю сущность народа. Через стереотипы нельзя получить точное представление о культуре, о поведении и т.д. Очевидно, что не все русские достаточно сердечны и гостеприимны и, конечно же, не летают в Германию, чтобы совершить очередное преступление и не имеют пристрастия к алкоголю. Мы полагаем, что стереотипы должны давать только первоначальное представление о народе, только малое направление. Не нужно поддаваться слухам и глобально верить во все, пока сам не проверишь на самом ли деле это так. В любом обществе будут и положительные и отрицательные ситуации, добрые и злые люди, от национальности это не зависит.

На основе всего вышесказанного, можно сделать вывод, что при переезде на продолжительное время человека другой национальности в Германию, он будет испытывать большие затруднения, особенно на начальном этапе адаптации. Однако при правильном подходе к новому обществу, при изучении культуры Германии, привычек, жестов, мимики и, конечно же, языка, человек будет вполне готов к такому роду адаптации и жизни. Он будет уже точно знать, что его ждет и будет готов к этому. Процесс межкультурного общения подразумевает принятие во внимание культуры другого народа. Каждый элемент должен вызывать особый интерес и изучение. Только тогда появляется возможность полной интеграции в другую страну.

Список использованных источников

1. Hall E. *The Silent Language* / Hall E. — New York: Doubleday, 1959. — 240 p.
2. Spiegel Online: Aktuelle Nachrichten [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.spiegel.de>
3. Гришаева Л. И. *Культура взаимопонимания и взаимопонимание культур* / Гришаева Л.И. — М.: Инфра-М, 2004. — 560 с.
4. Дридзе Т.М. *Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации* / Дридзе Т.М. *Проблемы социологии и психологии*. — М.: Наука, 1984. — 280 с.

5. Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова / Костомаров В.Г. — М.: Наука, 1980. — 383 с.
6. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации / Садохин А.П. — М.: Юнити-Дана., 2005. — 310 с.
7. Соколов А.В. Основы межкультурной коммуникации / Соколов А.В. — М.: Аспект Пресс, 2002. — 461 с.

Ю.А. Литвинова

*Луганский государственный
университет имени Тараса Шевченко*

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ

Луганский государственный университет имени Тараса Шевченко

Аннотация: Статья посвящена исследованию роли рынка электронных платежных систем в экономике Российской Федерации. Авторы выявляют наличие зависимости между развитием рынка электронных платежных систем и объемом продаж в Российской Федерации. С помощью регрессионного анализа авторы составляют модель парной линейной регрессии. Авторы выявляют важнейшие тенденции развития рынка электронных платежных систем и анализируют их в рамках концепции создания в Российской Федерации международного финансового центра.

Ключевые слова: электронные платежные системы, наличные деньги, экономическая эффективность, розничная торговля, международный финансовый центр.

Успех деятельности функционирования финансовых рынков и банковского сектора экономики во многом зависит от действующей в стране платежной системы. Основными критериями платежной системы, указывающими на эффективность системы, являются оперативность и скорость проведения платежей, а также уровень риска банковских операций, степень автоматизации и надежность системы расчетов.

Платежная система представляет собой совокупность правил, договорных отношений, методик расчета, внутренних и внешних нормативных актов, которые позволяют производить финансовые операции и расчеты друг с другом, [1, с. 78].

Основной функцией платежной системы является обеспечение непрерывности и бесперебойности расчетов. Эффективное выполнение данной функции позволяет экономическим субъектам проводить операции и сделки, обеспечивая тем самым постоянство хозяйственных циклов.

Платежная система позволяет осуществлять обращение безналичных денег между экономическими агентами рынка для того, чтобы обеспечивать выполнения своевременных, точных и в полном объеме платежных обязательств.

По состоянию на 1.09.2014 г. в Калининградской области действует 2 расчетно-кассовых центра в городах Калининграде и Советске, 2 региональные кредитные организации (КО), 23 филиала кредитных организаций (ФКО), из них 1 филиал, головная организация которого находится в данном регионе, и 22 филиала, головная организация которых находится в другом регионе, 279 внутренних структурных подразделений (ВСП). Область занимает 18 место по количеству действующих филиалов, уступая Новосибирской, Челябинской, Тюменской, Свердловской, Саратовской, Нижегородской, Ростовской, Волгоградской, Московской, Воронежской областям, Хабаровскому, Краснодарскому, Пермскому, Ставропольскому краям, Республикам Татарстан, Башкортостан, Дагестан, городам Москве и Санкт-Петербургу.

Основным фактором, который сдерживает развитие использования платежных карт, является, во-первых, тарифная политика платежных систем. На практике это выглядит следующим образом: оплата товаров, ценовой диапазон которых приблизительно до 300 рублей, является достаточно убыточной за счет комиссии эквайринга, которая составляет не менее 1,5% от суммы совершаемой операции. Торговые сети, использующие карты как средство платежа, отдают до 20% своего дохода, что является достаточно критичным в условиях снижения торговой наценки, а также затрат, в том числе на рекламу, связанных с привлечением клиентов в свою сеть и пр, [1, с. 73].

Во-вторых, низкий уровень качества обслуживания клиентов, держателей карт, что выражается, например, в отсутствии предоставления информации о местах расположения инфраструктуры по приему карт, информированности населения о преимуществах использования карт как при наличных, так и при безналичных расчетах.

В-третьих, это, конечно, недостаточный уровень финансовой грамотности населения. Вопрос о «грамотности-безграмотности» российских граждан требует уточнения. Никто не говорит о том, что каждый клиент банка должен иметь диплом финансиста или экономиста. Важно уяснить две вещи: во-первых, понимание гражданами азов финансов, а во-вторых, наличие инфраструктуры, которая способна объяснить некоторые тонкости конкретных продуктов и, если потребуется, защитить потребителя.

Ограничение на снятие наличных средств является еще одним фактором, который сдерживает развитие платежной системы. Это фактор, который имеет двоякую направленность. С одной стороны, установление определенного лимита на снятие наличных средств в течение дня не всегда является удобным, поэтому люди не стремятся хранить большие суммы

денег на карте. С другой стороны, ограничение лимита позволяет уменьшить риски мошенничества, [1, с. 84].

Толчком к более активному применению карт могут стать современные технические решения, касающиеся совместного использования карт и мобильных телефонов. На сегодняшний день держателям карт уже предлагаются услуги «мобильного банка» с ограниченным набором проводимых платежей. Учитывая тот факт, что банковская система постоянно развивается, в ближайшем будущем к услугам пользователей будут предлагаться более совершенные системы.

На данный момент возможности банковских карт до конца не исчерпаны, это дает возможность для создания новых и более совершенных систем, которые будут способствовать реализации многих программ, в том числе и социальных. Социальная карта представляет собой автоматизированную систему персонального учета данных, предоставленных населению социальных льгот. Функциональные возможности данной системы обширные, например, использование банковского приложения: перечисление на счет социальных выплат, таких как ЕДВ, пенсии, компенсации, пособия и другие. Аптечное приложение представляет собой учет отпуска льготных лекарств в аптеке. А также, конечно, коммунальное и транспортное приложения, которые позволяют учитывать компенсацию льгот и субсидий при оплате жилищно-коммунальных услуг, учет и оплату проезда на общественном транспорте.

В настоящее время Банком России проводится работа по созданию единой, универсальной, централизованной на федеральном уровне многосервисной системы расчетов, которая позволит реализовать функциональные возможности системы Банковских Электронных Срочных Платежей (БЭСП) и возможности действующих сервисов региональных компонентов платежной системы Банка России. Через данную систему будут проводиться срочные и несрочные платежи в валюте нашей страны по правилам, установленным Банком РФ, в едином регламенте с использованием специализированных расчетных сервисов, предоставляемых участникам платежной системы Банка России [2],

В новой платежной системе будут реализованы резервные платежные технологии (в том числе с применением авизо), которые позволят использовать как электронный, так и бумажный документооборот, как автоматизированную, так и «ручную» обработку информации. Это позволит осуществлять расчеты даже при нарушении функционирования системы расчетов. Прежде всего это относится к наиболее важному перечню расчетных операций, таких как расчеты в интересах Федерального казначейства и его территориальных органов, важнейшие межбанковские расчеты, расчетные операции Банка России, завершение расчетов на финансовых рынках.

Литература:

1. Деньги, кредит / Под ред. Г.Н. Белоглазовой. – М.: Юрайт, 2008. – 384 с.
2. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации, 2014. URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 10.10.2014).

М.А. Соколова

Колледж технологий и дизайна
ЛГУ имени Тараса Шевченко

ПЛАНИРОВАНИЕ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. Статья посвящена вопросам изучения планирования банковской деятельности, практического внедрения вопросов планирования банковской деятельности в организацию работы Государственного банка Луганской Народной Республики и разработке рекомендаций по совершенствованию процесса планирования в банке. Автор раскрывает сущность, принципы, методы и виды планирования деятельности банка. Особое внимание обращается на анализ результатов деятельности банка и особенности планирования деятельности.

Ключевые слова. Планирование, банковская деятельность, принципы планирования, финансовые ресурсы, экономическая ситуация, финансовая операция.

В современных рыночных условиях возрастает роль банка в экономике республики. Благодаря банкам перераспределяются капиталы между экономическими субъектами, происходит реализация различных экономических проектов. Содержание деятельности банка определяется его сущностью, что еще раз подчеркивает особый характер его деятельности. Именно поэтому исследования темы планирования банковской деятельности на сегодня является актуальной.

Современные условия экономической ситуации в республике требуют применения новых подходов к управлению банком, среди которых одно из ведущих мест принадлежит планированию деятельности. Разработка планов, особенно стратегических, является одним из действенных инструментов в борьбе с конкурентами, за выход на новые рынки, привлечения клиентуры, поиск партнеров.

Проблемы планирования банковской деятельности рассматривались такими учеными, как О.В. Васюренко, А.Д. Волчанка, В.И. Гринчуцкий, А.С. Иванилов, А.А. Костюченко, Ю.В. Лаврова, П.В. Мельник,

В.Е. Москалюк, В.М. Нелеп, Л.А. Примостка, А.М. Свинцицкий, Г.М. Тарасюк, Л.И. Шваб, Н.А. Шило и другие.

Планирование – это разработка и установление руководством предприятия системы количественных и качественных показателей его развития, в которых определяются темпы, пропорции и тенденции развития предприятия, как в текущем периоде, так и на перспективу [3, с.9].

С экономической точки зрения суть планирования заключается в разработке планов хозяйственной деятельности предприятия, выраженных определенным перечнем экономических показателей. В условиях рынка каждое предприятие самостоятельно устанавливает перечень таких показателей, исходя из своих целей и нужд управления предприятием.

Характер и содержание плановой деятельности на предприятии определяют принципы планирования, среди которых основными являются:

1. Принцип обоснованности целей и задач предприятия.
2. Принцип научности. Требуется учета перспектив научно-технического прогресса и применения научно обоснованных прогрессивных норм использования всех видов ресурсов.
3. Принцип сбалансированности плана. Указывает на количественное соответствие между взаимосвязанными разделами и показателями плана, между необходимыми и имеющимися ресурсами.
4. Принцип системности. Он означает, что планирование является целостной системой планов и охватывает все сферы деятельности предприятия.
5. Принцип участия. Заключается в том, что каждый работник предприятия становится участником плановой деятельности, независимо от должности и от выполняемых функций.
6. Принцип непрерывности. Значит параллельное сочетание текущего и перспективного планирования; взаимосогласованность долго-, средне- и краткосрочных планов.
7. Принцип гибкости. Заключается в способности изменять свою направленность планов в связи с возникновением непредвиденных обстоятельств.

Результатом процесса планирования является план, который представляет собой документ, в котором через экономические показатели фиксируется желаемый уровень развития предприятия, его материальный и финансовый потенциал, а также результативность хозяйственной деятельности [5, с.20].

Банковская деятельность является неотъемлемой составляющей эффективного функционирования экономики в целом ряде веков. Возникновение банков развивалось как объективная потребность в перераспределении денежных ресурсов между субъектами хозяйственной деятельности, а также в международных отношениях. Возникновение банковского дела исторически связано с потребностью рынка в посреднической деятельности по размену и обмена ценностей, выполнявших

функцию денег при обменных и торговых операциях. Потребность в развитии банковских услуг усиливалась одновременно с развитием и расширением торговли. Появление денег как универсального товара превратила простой механизм бартерного обмена в оборот товара через сделки купли-продажи. Между производителем товара и его потребителем начали возникать различные посредники. На отдельных этапах развития и расширения рынка посредниками выступали, с одной стороны, перекупщики, купцы или система торговых услуг, а с другой - менялы, банкиры и финансово-кредитная система [2, с.12].

Банк выступает важнейшим финансовым учреждением в экономике. Современные банки предлагают своим клиентам широкий набор услуг, участвуют в самых разнообразных финансовых операциях, обеспечивая профессиональное выполнение возложенных на них функций.

Современный банк – это универсальное финансовое предприятие, осуществляющее профессиональное управление ресурсами общества в их денежном выражении и выполняет соответствующие специфические функции в экономике на законном основании и под юрисдикцией государственных органов, обеспечивающих регулирование и контроль банковской деятельности [2, с.18].

Планирование в банковских учреждениях представляет собой процесс определения целей на будущее и разработку путей их достижения. Оно требует всеобъемлющего и интегрированного оценивания банковской деятельности – сильных и слабых сторон, организационной и финансовой структуры, финансовых результатов, кадровой политики и контрольных функций банка [6, с.60].

Ровно год назад на территории Луганской Народной Республики отсутствовала банковская система в связи с этим 25.12.2014 г. Постановлением Совета Министров ЛНР № 02-04/21/14 был создан Расчетно-кассовый Центр. В марте 2015 г. РКЦ вырос в Государственный Банк Луганской Народной Республики.

На сегодняшний день сеть отделений Государственного Банка Республики составляет 110 отделений. Общая численность сотрудников Государственного Банка Республики составляет 895 человек.

Услуги предоставляемые Государственным банком ЛНР:

- выплата всех видов пенсий, социальных пособий, зарплат, стипендий, прочие выплаты;
- открытие текущих счетов физическим и юридическим лицам;
- коммунальные платежи;
- обслуживание бюджетов всех уровней;
- прием оплаты налогов и сборов;
- инкассация и прием торговой выручки;
- клиент Банк;
- валютнообменные операции;
- международные расчеты.

В декабре 2015 г. количество клиентов получающих пенсию в Госбанке ЛНР достигло 119 735 человек. Что составило 30% от общего количества получателей в Республике. До образования Республики банки обслуживали до 43% пенсионеров. В декабре 2015 г. количество клиентов получающих социальные выплаты в Госбанке ЛНР составило 43 191 человек, что составило 80% от общего количества получателей в Республике.

В декабре 2015 г. количество клиентов, получающих страховые выплаты в Госбанке ЛНР, достигло отметки 14 210 человек, что составило 45% от общего количества получателей в Республике.

Количество корпоративных клиентов на конец 2015 года достигло 7 511 клиентов. Доля клиентов открывших счета в Госбанке ЛНР, от числа прошедших регистрацию в Республике, составляет – 86%. Количество счетов открытых корпоративным клиентам по состоянию на конец 2015 года – 20 269 штук.

Впервые услуга «Клиент-Банк» была предоставлена 15 июня 2015 г. Количество клиентов подключенных к услуге «Клиент-Банк» по состоянию на конец 2015 г. – 1238.

В мае 2015 года – подписан Договор о корреспондентских отношениях между Государственным Банком Луганской Народной Республики и «Международным расчетным банком» Республики Южная Осетия

На данный момент отдел инкассации использует 22 бронированных автомобиля, обслуживает 110 отделений и 60 торговых точек клиентов. В результате контроля и регулярных проверок отделений уменьшилось количество нарушений требований безопасности.

Отдел информационной безопасности разработал и внедрил защиту информационных ресурсов от несанкционированного доступа. Проведено внедрение систем криптографической защиты при обработке платежных документов. Для обеспечения сохранности имущества и денежных средств отделения охраняются физической охраной и современными техническими средствами.

С 1 марта 2015 г. кассами Департамента бухгалтерского учета принято и обработано 22 млрд. руб., которые были выданы в дальнейшем через кассы отделений клиентам Госбанка в виде пенсий, пособий, заработной платы и прочее. С 1 мая 2015 г. выявлено 81 фальшивую купюру на общую сумму 319 600 руб. По каждому факту выявления своевременно проводилась работа с органами МВД по противодействию фальшивомонетчеству на территории Луганской Народной Республики.

Перспективы развития Государственного Банка Луганской Народной Республики:

1. Международные денежные переводы физическим лицам.
2. Запуск процессингового центра.
3. Эмиссия пластиковых карт.
4. Запуск терминальной системы.
5. Увеличить охват населения банковскими продуктами.

6. Расширение сети отделений.
7. Упорядочивание финансового рынка Республики.
8. Выход на точку безубыточности банка.

При проведении анализа планирования Государственного банка можно сделать вывод, что он чаще всего применяет балансовый метод планирования банковской деятельности, поскольку этот метод помогает понять экономическое содержание функционирования банка. Правильно понимая баланс банка, можно охарактеризовать его текущее финансовое состояние (через показатели платежеспособности и ликвидности), а также эффективность активно-пассивных операций (через показатели доходности).

Государственный банк осуществляет свою деятельность по следующим принципам, как принцип сбалансированности плана, указывающий на количественное соответствие между взаимосвязанными разделами и показателями плана, а также между потребностями в ресурсах и их наличием и принцип непрерывности, что означает параллельное сочетание текущего и перспективного планирование в банке.

Основной и наиболее ответственной частью механизма управления является стратегическое планирование. Оно дает начало управленческому процессу, определяет его цель, перспективу, определенную последовательность действий, выбор методов и средств деятельности, их необходимые пропорции.

Но, стратегическому планированию уделено минимальное внимание, что делает процесс планирования деятельности банка более трудоемким, поскольку процесс планирования деятельности Государственного банка происходит по директивному типу планирования.

Суть директивного планирования заключается в том, что планы, которые имеют силу юридического закона и содержат комплекс мероприятий, разрабатываются высшим уровнем управления деятельностью Государственного банка и доводятся ниже по уровню для обязательного исполнения.

Следовательно, планирование является центральным звеном хозяйственного механизма управления и регулирования деятельности предприятий. С помощью планирования устанавливаются количественные и качественные показатели развития предприятия, что служит важным звеном определения состояния экономической системы предприятия.

Основным стратегическим направлением развития банка является предоставление своим клиентам максимально возможный перечень услуг. И это направление успешно реализуется, но требует доработки.

В Государственном банке особое внимание следует уделять проблемам, которые существуют в настоящее время, а именно: проблемам планирования банковской деятельности.

По решению этих проблем можно предложить следующие предложения по совершенствованию деятельности Государственного банка Луганской Народной Республики:

1. Переход от директивного типа планирования к самостоятельной разработке плана деятельности банка, поскольку, директивное планирование вызывает ряд проблем. Среди которых можно выделить следующие: наличие ограничений действий работников; принудительное повышение "напряженности плана"; планы сверху не учитывают общественно-политическую ситуацию в стране и другие.

2. Применение всех принципов планирования, поскольку Государственного банка осуществляет свою деятельность по следующим принципам, как принцип сбалансированности плана, указывающий на количественное соответствие между взаимосвязанными разделами и показателями плана, а также между потребностями в ресурсах и их наличием и принцип непрерывности, что означает параллельное сочетание текущего и перспективного планирования в банке. Другие принципы позволяют:

- принцип обоснованности целей и задач предприятия – четко определенные цели служат результатом качественного процесса планирования деятельности банка;

- Принцип научности – показывает, что научно обоснованные планы ориентируют работников на эффективное использование ресурсов банка и достижения лучших результатов деятельности;

- принцип системности – предполагает существование совокупности элементов и взаимосвязи между ними, что позволяет выявить единственное направление развития элементов системы планирования деятельности банка;

- принцип участия – способствует тому, что у работников, которые занимаются планированием, появляются новые навыки, новые знания, расширяется горизонт личных возможностей, а это означает, что банк приобретает дополнительные ресурсы для решения будущих задач;

- принцип гибкости – связан с непрерывностью планирования и заключается в предоставлении планов всему процессу планирования, способности менять свою направленность в связи с возникновением непредвиденных изменений внутреннего или внешнего характера.

Введение автоматизированной системы планирования, что означает применение современных информационных технологий планирования деятельности банка, которые обеспечат кодирование информации на основе ее классификации, оперативную обработку, надежное хранение и передачу информации.

Совершенствование принципов, методов, инструментария стратегического планирования деятельности Государственного банка, что подразумевает определение основных целей и стратегии деятельности банка в условиях конкретного рынка.

Данная тема подробно рассматривается при написании курсовой работы по дисциплине "Планирование и организация деятельности предприятия".

Список используемых источников и литературы

1. Банківська система України [Текст]: монографія / В.В. Коваленко, О.Г. Коренєва, К.Ф. Черкашина, О.В. Крухмаль. - Суми: ДВНЗ "УАБС НБУ", 2010. - 187 с.
2. Васюренко О.В. Банківські операції: Навчальний посібник. - 4-те вид., випр. і доп. - К.: Т-во «Знання»: КОО, 2004. - 324 с.
3. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: Навч. посібник. / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук /. - К.: Центр учб. л-ри, 2010. - 304 с.
4. Костюченко О.А. / Банківське право: підручник / О.А. Костюченко - 3-е вид. - К.: Вид-во «А.С.К.», 2003. - 928 с. – (Економіка. Фінанси. Право)
5. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. / За заг. ред. В. Є. Москалюка. — К.: КНЕУ, 2005. — 384 с.
6. Примостка Л.О. / Фінансовий менеджмент у банку: Підручник. - К.: КНЕУ, 2004. - 468 с.

А. А. Востриков

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ОСБЕННОСТИ РОЛЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНО НЕУСТОЙЧИВОЙ ЛИЧНОСТИ

Статья посвящена теоретическому анализу и практическому исследованию проблемы особенностей ролевого поведения эмоционально неустойчивых личностей.

Ключевые слова: ролевое поведение, ролевая позиция, гендер, эмоциональная неустойчивость.

Vostrikov A. A. Features role behavior emotionally unstable personalities.

The article is devoted to the theoretical analysis and practical study of the problem of singularities role behavior emotionally unstable personalities.

Keywords: role behavior, role position, gender, emotional instability

Постановка проблемы. Неотъемлемой частью любого человеческого бытия выступает необходимость играть определенные роли в обществе, поскольку без этого невозможно функционирование общественного организма и невозможна сама самореализация индивида.

Ролевое поведение представляет собой поведение индивида, проявляемое в зависимости от выполняемых задач в соответствии с ожиданиями окружающих. Основными его условиями считаются приемлемость и ясность самой роли. Ясность роли показывает, что данному человеку (который ее исполняет) понятно содержание роли, а также связь осуществляемой им деятельности с другими личностями. Приемлемость роли заключается в осознанной готовности к ее исполнению для получения определенного удовлетворения. Сама по себе роль не является моделью поведения. Характер индивида служит связующим звеном между ожиданиями и поведением. В результате, ролевое поведение выступает в качестве уникального продукта, свойственного для истолкования и интерпретации [3, 5].

Любое поведение человека начинается с роли, выполняемой им в социальной среде. Таким образом, человек может оценивать и познавать себя, определяя свое место в конкретной среде, после чего контролирует, направляет и корректирует собственное поведение. Этот процесс проходит

индивидуально в каждом отдельном случае и зависит исключительно от параметров психической личности, при подвергании ее влиянию производственной и социальной среды [3].

Анализ последних исследований и публикаций. Л. Аболин [1, 2], М. Тышкова [2], О. Черников [4], проводили исследования на такие темы: исследование устойчивости личности детей и подростков в трудных ситуациях; эмоциональная устойчивость и пути ее повышения; психологические особенности диагностики и оптимизации взаимоотношений в конфликтной семье. Эти исследователи так же касались проблемы ролевого поведения эмоционально неустойчивых личностей.

Эмоционально неустойчивые (возбудимые) личности не переносят возражений, они крайне нетерпеливы, в спорах не выслушивают чужого мнения, не согласны с ним. Они не считаются с интересами других, эгоистичны, из-за этого у них часто происходят конфликты с окружающими. При этом они совершенно неспособны уяснить собственную роль в частых конфликтах. Постоянные ссоры, сопровождающиеся выяснением отношений, обуславливают их убеждение в особой своей роли и значимости. Появляются представления о предвзятом к ним отношении, о том, что их не ценят и не понимают в коллективе и семье [1, 2, 4].

Цель исследования заключается в изучении особенностей ролевого поведения эмоционально неустойчивых личностей.

Экспериментальная работа. Эксперимент проводился на базе студентов ЛНУ им. Т. Шевченко. Объём выборки составил 217 человек в возрасте от 18 до 20 лет, из них женщин 56%, мужчин 44%. Испытуемым предоставлялись бланки тестирования с инструкциями и заданиями следующих тестов: тест-опросник ролевой глубины и ролевой гибкости П. П. Горностая, тест-опросник ролевой позиции «Драматический треугольник» Е. Ю. Никоновой, тест «Большая Пятерка» Р. Мак-Кре и П. Коста в адаптации А. Б. Хромова.

Результаты исследования. Эмоциональная неустойчивость включает несколько признаков: тревожность, напряженность, склонность к самокритике и пессимизму, неустойчивый эмоциональный фон. Такие особенности не могут не влиять на ролевое поведение человека в общении. Насколько бы ни было зависимо поведение человека от ситуации, эмоциональная неустойчивость может «запустить» защитную реакцию, повысить чувство опасности, что приведёт к поведению, неадекватному ситуации. Далее мы рассмотрим, как связано ролевое поведение человека и уровень его эмоциональной неустойчивости.

Средний уровень эмоциональной неустойчивости в выборке составляет 49 баллов, что практически полностью приближено к норме в 50 баллов, при этом у мужчин этот показатель ниже, чем у женщин.

Таблица 1

Сравнение показателя эмоциональной неустойчивости у мужчин и женщин

	Женщины	Мужчины	U	p
--	---------	---------	---	---

Эмоц. неустойчив.	53,13	46,62	5269,5	<0,001
-------------------	-------	-------	--------	--------

Анализ корреляционных связей эмоциональной неустойчивости у мужчин и женщин показывает схожесть корреляций.

Таблица 2

Коэффициенты корреляции эмоциональной неустойчивости и характеристик ролевого диапазона в зависимости от пола

	Мужчины	Женщины
	Эмоц. неустойчив.	Эмоц. неустойчив.
Ролевая гибкость	-0.49***	-0.19*
Ролевая глубина	0.07	0.22**

Эмоциональная неустойчивость, независимо от пола, связана с низкой способностью к переключению ролей и подстройке под ситуацию. Мужчинам это свойственно в большей степени ($r=-0,49$; $p<0,001$), женщинам так же свойственно, но в меньшей степени ($r=-0,19$; $p<0,05$). У женщин эмоциональная неустойчивость связана с эмоциональной глубиной переживания ролей ($r=0,22$; $p<0,01$). Отметим, что повышение тревожности и напряженности действительно делает людей более эмоциональными, но, как видим, на глубине переживания жизненных ролей это отражается только у женщин.

Как у мужчин, так и у женщин, эмоциональная неустойчивость негативно связана с эго-состоянием Взрослого ($r=-0,42$; $p<0,001$). Это свидетельствует о возможных проблемах с объективной оценкой ситуации тревожными людьми.

Таблица 3

Коэффициенты корреляции эмоциональной неустойчивости и эго-состояний в зависимости от пола

	Мужчины	Женщины
	Эмоц. неустойчив.	Эмоц. неустойчив.
Контр. Родитель	-0.27	-0.1
Взрослый	-0.33*	-0.42***
Адаптивный Ребенок	0.01	0.06
Заботл. Родитель	0.13	0.1
Свободн. Ребенок	-0.04	-0.09

Эмоциональная неустойчивость является признаком ролевой позиции Агрессора независимо от пола ($r=0,43$; $p<0,001$). Данная корреляция вполне объяснима, т.к. эмоционально неустойчивые люди часто более чувствительны к опасности, поэтому чаще проявляют защитную позицию Агрессора. Только у мужчин эмоциональная неустойчивость связана с ролевой позицией Спасателя ($r=0,32$; $p<0,05$). Тревожные и беспокойные

мужчины склонны к навязыванию своей помощи в неосознанном поиске чувства благодарности со стороны окружающих.

Таблица 4

Коэффициенты корреляции эмоциональной неустойчивости и ролевых позиций в зависимости от пола

	Мужчины	Женщины
	Эмоц. неустойчив.	Эмоц. неустойчив.
Агрессор	0.42**	0.43***
Спасатель	0.32*	-0.11
Жертва	0.14	0.14

Как видим, несмотря на некоторые различия в корреляциях мужчин и женщин, связь эмоциональной неустойчивости и ролевых особенностей преимущественно не зависит от пола. Чтобы уточнить полученные данные мы разделяем выборку на 2 группы: эмоционально стабильные и эмоционально неустойчивые личности и сравниваем в этих выборках показатели ролевого поведения. При этом мы не учитываем различия по полу.

Таблица 5

Сравнение основных характеристик ролевого диапазона в выборках с высоким и низким уровнем эмоциональной неустойчивости

	1. Низкие	2. Высокие	U	p
Ролевая гибкость	12,9	12,07	260,5	0,637
Ролевая глубина	5,9	7,09	108,5	0,002

У эмоционально неустойчивых людей значительно выше эмоциональные переживания, связанные с ролями, которые они играют в общении с другими людьми ($U=108,5$; $p=0,002$).

Таблица 6

Сравнение эго-состояний в выборках с высоким и низким уровнем эмоциональной неустойчивости

	1. Низкие	2. Высокие	U	p
Контр. Родитель	11,71	10,35	285,5	0,288
Взрослый	13,36	11,62	365	0,003
Адаптивный Ребенок	12,22	12,48	205,5	0,422
Заботл. Родитель	12,4	13,69	151,5	0,038
Свободн. Ребенок	14,8	14,41	226	0,75

Эмоционально неустойчивые люди реже находятся в эго-состоянии Взрослого ($U=365$; $p=0,003$) и чаще в эго-состоянии Заботливого Родителя ($U=151,5$; $p=0,038$).

Таблица 7

Сравнение ролевых позиций в выборках с высоким и низким уровнем эмоциональной неустойчивости

	1. Низкие	2. Высокие	U	p
Агрессор	48,58	59,79	57	<0,001
Спасатель	47,86	49,16	202,5	0,383
Жертва	50,59	50,71	236	0,934

Эмоциональная неустойчивость – яркий признак людей, которые проявляют себя в общении как агрессивные, чрезмерно настойчивые, вспыльчивые (U=57; p<0,001)

Проанализировав все полученные результаты можно сделать вывод, что эмоциональная неустойчивость является признаком ролевой позиции Агрессора независимо от пола.

Перспективы дальнейшей работы. Проведенное исследование позволяет в дальнейшем выявлять в сообществе личностей с неустойчивым эмоциональным поведением. В дальнейшем, в зависимости от степени улучшения методики, можно будет применять данное эмпирическое исследование к различным возрастным категориям населения в социуме.

Литература

- 1.Аболин Л. М Психологические механизмы эмоциональной устойчивости человека / Под ред. В. В. Давыдова. Казань, 1987. 262 с.
- 2.Аболин Л. М. Психологические механизмы эмоциональной устойчивости человека / Под ред. В. В. Давыдова. Казань, 1987. 262 с.
- 3.Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте. М., 1968.
- 4.Черникова О. А Исследование эмоциональной устойчивости, как важнейшего показателя психологической подготовленности спортсмена к соревнованиям / Психологические вопросы спортивной тренировки. М., 1967. С. 3-13.
- 5.[Электронный ресурс] \Режим доступа:www.bagiramagic.com.

Н. А. Левчук

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ДИДАКТИЧЕСКАЯ ИГРА НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Аннотация: в статье рассмотрена роль дидактической игры, как одного из методов активного обучения на уроках русского языка в начальных классах.

Ключевые слова: дидактическая игра, процесс обучения, урок русского языка.

Каждый ребёнок, приходя в первый класс, начинает новый этап в своей жизни. В связи с этим у него формируется здоровое стремление к процессу обучения, он поглощает всю поданную информацию как губка. Но если учебный материал будет подаваться не интересно, то совсем скоро ребёнок перестанет работать на уроке и сформирует отрицательное отношение к учебной деятельности в целом. Именно в этот момент на помощь приходит педагогу дидактическая игра, которая является одним из методов активного обучения. Дидактическая игра – вид учебных занятий, организуемый в виде коллективной учебной игры, реализующий процесс игрового, активного обучения, который характеризуется наличием правил, объединяющей цели, структуры игровой деятельности и системы оценивания.

Анализируя литературу, отметим, что интерес к проблеме игры и её организации проявляло большое количество педагогов. Игры являлись важной частью народной педагогики, активно присутствовали в досуге, отраслях искусства и спорта детей и взрослых. К. Д. Ушинский становится родоначальником теории игры. Он высоко оценивает стихийность игровой деятельности, успешно внедряет игру в систему общего воспитания и демонстрирует успешную подготовку ребёнка к трудовой деятельности через игру. В отечественной педагогике и психологии разрабатывали теорию игры А. С. Макаренко, Л. С. Выготский, Н. К. Крупская, М. М. Бахтин, А. Н. Леонтьев, П. П. Блонский, Д. Б. Эльконин. Труд и игра способны усиливать эффективность друг друга, путём взаимопроникновения. Они ставят перед собой единую сверхзадачу и являются родственными по происхождению. Игра имеет главное преимущество – каждый ребёнок ощущает себя субъектом, проявляет и развивает свою личность, постепенно включается в динамизм развития современного общества.

Одним из продуктивных способов вовлечения ребёнка в познавательный процесс является включение занимательных заданий и дидактических игр в урок, что позволяет решить многие педагогические задачи. Участие школьников в дидактических играх способствует их самоутверждению, развивает настойчивость, стремление к успеху. В играх совершенствуется мышление, развиваются общеинтеллектуальные навыки и умения [6, с. 28]. Для постоянного повышения эффективности работы на уроках русского языка необходимо чаще погружать детей в игровую ситуацию. В процессе игровой деятельности даже серьёзный и напряжённый труд становится занимательным и интересным. Ученики работают на уроке по внутреннему побуждению, а не по принуждению. Стоит помнить, что инструментарием следует пользоваться грамотно. Игру вводят в определённую часть урока в соответствии с его задачами. Для достижения желаемой цели успешность выполнения задания связывается с игровым результатом и поощрением.

Классифицировать игры можно в зависимости от их сути и содержания. Например, «Составь слово», «Найди лишнее», «Разделение на группы», «Волшебный мешочек», «Исправь ошибку».

Игры так же классифицируют в зависимости от того, для решения каких задач и на каком этапе урока она может быть использована.

1. Введение темы урока. Игровой момент подводит учащихся к теме урока с использованием элементов заинтересованности и активного включения. Они сами формулируют тему урока, выполняя игровое задание. Этот момент позволяет активизировать мыслительную деятельность и стимулирует познавательную активность.

2. Изучение нового материала. Игра позволяет повторить и обобщить ранее изученный материал и в полной готовности начать активное получение нового знания. Такой тип игры позволяет ученикам структурировать учебный материал и выстаивать логические цепочки взаимосвязи между пройденными темами.

3. Закрепление изученного материала. Игровая деятельность даёт возможность охватить большой объём уже пройденного материала и уделить должное внимание всем трудным моментам, для их осознанного закрепления. Путём задействования всех учащихся можно экономить время и при этом определить уровень знаний каждого ученика. Эффективно будет использование межпредметных связей для создания целостного понимания окружающего мира.

4. Игровые моменты позволяют осуществить плавный переход между этапами урока, смена деятельности расслабляет и настраивает на дальнейшую работу.

5. Подведение итогов урока. Для краткого и содержательного подведения урока может быть так же использована дидактическая игра.

Выделяют этапы организации дидактической игры: формулировка цели игры; определение количества играющих; подбор дидактических материалов и пособий; учёт временного фактора [2, с.8-10]. Следует отметить, что структура дидактической игры включает 4 компонента:

1. Мотивационный – потребности, мотивы, интересы, определяющие желания детей принимать участие в игре. 2. Ориентировочный - выбор средств игровой деятельности. 3. Исполнительный – действия, операции, позволяющие реализовывать поставленную игровую цель. 4. Контрольно-оценочный - коррекция и стимулирование активности игровой деятельности.

При проведении дидактической игры, для достижения максимального педагогического эффекта необходимо учесть все её структурные элементы:

- 1) дидактическая задача: формулируется самим педагогом и отражает его обучающую деятельность;
- 2) игровая задача: осуществляется детьми;
- 3) игровые действия: необходимо сделать их разнообразными;

4) правила игры: с их помощью учитель управляет игрой, процессами познавательной деятельности и поведением детей;

5) подведение итогов игры: награда победителей.

Учителю требуется быть полностью методически подготовленным к проведению игры. Наглядность должна отличаться простотой, красочностью, яркостью и ёмкостью. Педагог также включается в саму игру (он является участником и руководителем). В классе необходима атмосфера дружелюбия, доверия, взаимопонимания. Процесс проведения игры должен стать незабываемым моментом в проведении урока.

Приведём примеры дидактических игр, которые можно использовать на уроках русского языка в начальных классах:

1. Дидактическая игра: «Делим слова на слоги». Цель : научить делить слова на слоги (используем мяч).

- Буду я сейчас водить, буду я произносить, слова нужно повторить и на части разделить. Начинаем! Дорога (до - ро - га), машина (ма - ши - на), Родина (Ро - ди - на), школа (шко - ла), и т.д.

2. Дидактическая игра «Спектакль». Цель: научить детей составлять предложения, определять количество слов в предложении, составлять предложение в нужном порядке. У доски 5 учеников. Каждый из них обозначает определенное слово. Задача детей - изменить порядок слов и составить предложение (т.е. расставить детей в нужном порядке). Можно составить несколько вариантов. Слова: «на», «сильный», «идет», «дождь», «улице».

3. Дидактическая игра «Украшение». Цель: научить дополнять предложения. Учитель произносит предложение: Мальчик пьёт молоко. Учитель показывает на схеме предложения место, где дети должны вставить слова. Пример: Маленький мальчик пьёт тёплое молоко. В процессе работы дети могут составить схемы новых предложений.

4. Дидактическая игра «Придумай концовку». Цель: научить детей заканчивать предложения. Детям предлагается закончить предложения: Учебник лежит на ... Хомяк находится в Мы гуляли на Родители утром пошли на

5. Дидактическая игра «Кто больше». Учитель показывает сюжетную картинку и просит назвать те слова, которые начинаются (в которых есть) определенный звук. За каждое слово ученик получает карточку. Выигрывает тот, кто получил больше всех карточек.

6. Дидактическая игра «От бочки до точки». Учитель: - Повстречалась бочка с почкой и говорит: «Ой, как мы похожи! Только первые звуки у нас разные». Какие это звуки? Назовите их. Какое еще слово получится, если первый звук в слове бочка – заменить на звук [д]? На звук [к], [н], [м], [т]?

7. Дидактическая игра «Собери цветок». На столе лежит серединка цветка. На ней написана буква (например, С). Рядом выкладываются цветочные лепестки, на них нарисованы предметы, в

названиях которых есть звуки [с], [з], [ц], [ш]. Ученик должен среди этих лепестков с картинками выбрать те, где есть звук [с]

8. Дидактическая игра «Твердый – мягкий». Цель: повторение правописания твердого и мягкого знаков. В игре учувствуют две команды, под названиями: «Камень» и «Вата». Команда «Камень» встаёт, если учитель называет слово с твердым знаком, если названо слово с мягким знаком, встаёт команда «Вата». Слова: подъезд, день, тень, въезд, лень, съезд, вьюга, сталь, нянька, съёмка, пью, рожь, и т.д.

Следовательно, дидактические игры – это волшебный инструмент в руках учителя, поэтому важно использовать эту возможность для достижения различных педагогических целей. Дидактические игры по русскому языку способствуют развитию орфографической зоркости, формируют правильное произношение звуков, пополняют и активизируют словарный запас, развивают связную содержательную речь, умение правильно выразить свои мысли, а также способствуют развитию логического мышления. У детей снижается страх допустить ошибку: он увлечён игрой. Дидактические игры значительно разнообразят процесс обучения, повысят познавательную активность детей, вызовут у учащихся стойкий интерес к дальнейшему изучению русского языка. Ценность дидактических игр состоит в том, что они имеют огромный потенциал, который реализует воспитывающее и развивающее обучение в целом. Учитель может самостоятельно подбирать, составлять, адаптировать игры и при этом получать удовольствие от этого процесса, ведь он не просто излагает теоретический материал на уроках, а дарит возможность каждому ребёнку стать героем увлекательного путешествия в мир науки.

Литература

1. Акиншина А.А., Жаркова Т.Л., Акиншина Т.Е. Игры на уроках русского языка.– М.: Рус.яз., 1990. - 134 с.
2. Активизация познавательной деятельности младших школьников на уроках средствами дидактической игры. Сборник дидактических игр / Лебедкина Е.Я. и др. - Магнитогорск, 2005. - 83 с.
3. Газман О.С. О понятии детской игры // Игра в педагогическом процессе. Медвуз. Сб. научных трудов - Новосибирск: НГПИ, 1989. – с.3 - 10.
4. Минский Е.М. От игры к знаниям: Пособие для учителя. - 2-е изд., дораб. - М.: Просвещение, 1987. - 192 с.
5. Тюрина И.А. Игра на уроках русского языка//Начальная школа.№2.–2008. –с. 28-33.

С.А. Спиваков

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НРАВСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье рассматривается возможность использования информационно-коммуникативных технологий в процессе воспитания с целью формирования нравственных и эстетических ценностей студенческой молодежи.

Ключевые слова: информационно-коммуникативные технологии, духовность, нравственность, нравственно-эстетическое воспитание, Интернет.

Одним из приоритетных направлений модернизации образования является применение информационных технологий в учебном и внеучебном процессе высшей школы, в организации научных исследований, осуществлении педагогической, научной, профессиональной коммуникации. Особенности развития современного образования, наряду с информатизацией всех сфер жизнедеятельности, интенсивным внедрением информационных технологий, является создание такой системы образования, которая могла бы повысить уровень готовности личности к осознанному моральному выбору своего жизненного пути, подготовить конкурентоспособного профессионала в условиях быстро меняющегося мира.

Анализ психолого-педагогической литературы свидетельствует, что проблемы использования информационно-коммуникативных технологий в различных аспектах рассматривали многие исследователи, среди которых А. Абдуллина, С. Архангельский, А. Бойко, М. Борытко, А. Глузман, С. Гончаренко, В. Гринева, В. Дубасенюк, А. Зязюн, Н. Кузьмина, А. Пехота, И. Подласый, С. Сысоева, В. Слостенин и др.

С появлением и развитием информационно-коммуникативных технологий учеными исследуется культурологический подход в подготовке специалистов, формулируются основные научные положения по определению содержания и форм духовно-нравственного воспитания (В. Бондарь, М. Лещенко, А. Нисимчук, И. Смолук, А. Шпак, А. Гокунь, Ю. Жука, А. Комиссарова, Н. Жалдака, Ю. Машбиц, Н. Морзе, В. Клочко и др.).

Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ) – это обобщающее понятие, включающее в себе набор методов и способов сбора, хранения, обработки, представления и передачи информации.

Информатизация образования понимается как процесс обеспечения сферы образования методологией и практикой оптимального использования ИКТ, ориентированных на реализацию социальных, психологических и педагогических целей обучения и воспитания [1, с. 144].

Среди наиболее часто используемых элементов ИКТ в учебном процессе ученые выделяют:

- электронные учебники и пособия, демонстрируемые с помощью компьютера и мультимедийного проектора;
- интерактивные доски, карты и т.п.;
- электронные энциклопедии и справочники;
- тренажеры и программы тестирования;
- образовательные ресурсы сети Интернет;
- DVD и CD диски с картинками и иллюстрациями;
- видео и аудиотехнику;
- электронные презентации;
- интерактивные конференции и конкурсы;
- материалы для дистанционного обучения;
- научно-исследовательские работы и проекты;
- дистанционное обучение.

Использование ИКТ в учебном процессе способствует развитию логического мышления студента, культуры умственного труда, формированию навыков самостоятельной работы, а также оказывает существенное влияние на мотивационную сферу личности. Так, лекция с использованием ИКТ интересна, занимательна и заставляет студентов отвлечься от рутинного овладения предметом, позволяя ему быть не только реципиентом, но и моделировать ситуацию, быть ее активным участником, что приводит к отличным результатам в овладении предметом.

На наш взгляд, использование ИКТ в нравственно-эстетическом воспитании студенческой молодежи является одним из перспективных направлений модернизации современного образования.

Информационно-компьютерные технологии уже довольно давно вошли в образовательное пространство и в XXI веке получили широкое распространение. По данным ЮНЕСКО, когда человек слушает, он запоминает 15 % речевой информации, когда смотрит – 25% видимой информации, когда видит и слушает – 65% получаемой информации [5, с. 44].

Мы считаем, что использование ИКТ в нравственно-эстетическом воспитании студенческой молодежи с применением иллюстрации, мультимедийных презентаций, аудио средств, видеофильмов, Интернет ресурсов однозначно даст положительный результат.

Компьютер – современное техническое средство образования и воспитания, универсальное обучающее средство для организации аудиторных и внеаудиторных занятий. Мультимедиа – многофункциональные компьютеры с программными и аппаратными средствами, позволяющие воспроизводить звуковую и видеоинформацию. В настоящее время во многих высших учебных заведениях в аудиториях установлены телевизор, компьютер, принтер, видеомэгафоны. ИКТ позволяют (при использовании небольшого переносного набора оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран) проводить “мультимедийную” беседу, как в небольшой аудитории, так и в большом актовом зале. Для трансляции на малую аудиторию применяется монитор компьютера, для большой группы студентов – большой экран. В аудиосопровождении презентаций используются шедевры мировой и отечественной инструментальной и хоровой классики, что усиливает эффект эмоционального воздействия на личность. Решению воспитательных задач помогают и включенные в беседу видеофрагменты. Применение компьютерных технологий позволяет выстроить беседу и подобрать изобразительный и звуковой материал с учетом конкретной аудитории: небольшой группы студентов или заполненного актового зала, внеаудиторного воспитательного мероприятия или научной конференции.

Иллюстрации представляют собой слайды в различных форматах (jpg, tif, и т.п.). Иллюстрации, демонстрирующие быт, историю, традиции, духовную жизнь народа, природу и другие подобранные по соответствующей тематике и систематизированные по различным областям культуры сюжеты, могут служить мощным средством морально-эстетического воспитания личности.

Мультимедийная презентация является самым быстрым и современным способом донести любую информацию. Она дает возможность четко, ярко и интересно подать и соответственно получить нужную информацию. Большое внимание на современном этапе развития образования отводится использованию технологии мультимедиа, представляющей собой диалоговую информационную технологию, объединяющую текст, графику, звук и видеоизображение.

Отметим следующие преимущества мультимедийных презентаций:

- использование различных мультимедийных презентаций оживит любой материал и упрощает восприятие презентации;
- динамичная и продуманная подача любых разработанных материалов в презентации развивает художественно-эстетический вкус студентов;
- мультимедийные презентации, созданные к определенному событию, позволяют быстро ознакомиться с наиболее важной информацией;
- разработанные презентации можно использовать как раздаточный или иллюстрирующий материал.

Разработка мультимедиа-презентации – это, в первую очередь, создание ее основы, анимированного ролика, содержащего в себе нужную

информацию в виде текста, изображений, диаграмм. Существует ряд программ, которые помогают пользователю подготовить выступление, используя наглядное пособие в виде мультимедиа презентации.

Основным назначением пакета MS Power Point является оказание помощи пользователю при подготовке им презентации. Использование для составления презентаций программного формата .ppt предоставляет неограниченные возможности по варьированию сюжетов. Он позволяет создать анимированную презентацию и включить в нее картинки, фотографии, видеоклипы, звук, мультипликационные спецэффекты. При этом могут быть использованы результаты обработки, полученные в других программах, например таблицы из Word, листы и диаграммы из Excel, организационные диаграммы из приложения Microsoft Organization Chart и др. [3, с. 24].

Содержание изобразительного материала, включенного в базу данных с учетом традиций нравственно-эстетического воспитания, соответствующих отечественным и мировым культурным ценностям, позволяет выдержать единый концептуальный и эстетический стиль композиций иллюстрированного сопровождения бесед.

Обращение педагога к классическим образцам искусства – одно из важнейших средств раскрытия нравственного и эстетического потенциала личности студента. При использовании аудиосредств в процессе нравственно-эстетического воспитания студенческой молодежи, рекомендуем делать акцент на использование произведений отечественного музыкального искусства, что позволяет раскрыть высокий духовный смысл искусства, несущего в себе веру, добро, любовь, нравственность. Обращение студентов к произведениям искусства как к духовному опыту поколений, проживание их в собственной музыкальной деятельности, позволит активно формировать эмоционально-ценностный, нравственно-эстетический опыт молодежи [4, с. 11].

Учебный видеофильм характеризуется рядом особенностей: информационная насыщенность, сильное эмоциональное воздействие на аудиторию, темп предъявления информации с телеэкрана, управление процессом восприятия, целостность и законченность. В соответствии с многообразием учебно-воспитательных целей и содержанием процесса обучения реализуются различные дидактические возможности видеофильма. Видеофильм – источник новых знаний, средство иллюстрации подаваемого материала к изучению, обобщения и систематизации знаний, зрительная или зрительно-слуховая опора для самостоятельной работы студента.

Таким образом, видеофильмы являются эффективным средством воспитания, оказывающим большое влияние на эмоциональную сферу личности. Отметим, что после демонстрации студент еще некоторое время может находиться под впечатлением просмотренных кадров, и иногда не сразу переключается на другой вид деятельности. Этот фактор следует учитывать при организации последующей работы над экранным материалом.

Важно учесть еще и то, что только одного просмотра фильма для усвоения заложенной в нем учебной информации недостаточно. Качество усвоения студентами экранного материала определяется продуманной аналитической работой после просмотра фильма. Удобны и эффективны для создания проблемных ситуаций видеофрагменты. Они могут быть использованы в качестве вводного материала, предшествующего формированию проблемы [2, с. 10]. Таким образом, возможности применения видеозаписей в нравственно-эстетическом воспитании многообразны, могут быть широко использованы в учебно-воспитательном процессе вуза.

Безусловно, компьютер и сеть Интернет – это главное изобретение XX века. Виртуальное пространство, с одной стороны, расширяет возможности раскрытия способностей, самореализации, а с другой стороны, неопределенность жизненных ценностей очень часто приводит молодежь к сайтам с сомнительной сексуальной и псевдо-эстетической информацией, негативно отражаясь на духовно-эстетическом развитии личности. Как показывают исследования, в процессе общения с компьютером личность ставит себя в центр виртуальной, а не классической картины мира, а увлечения компьютерными играми приводят к психическим и социальным изменениям в развитии. Но какой бы ни была эта среда: виртуальной или реальной – взаимодействуют в ней, общаются живые люди со своими духовными ценностями, своими воззрениями. Целенаправленная работа педагога по формированию духовно-эстетической личности средствами информационно-коммуникативных технологий должна быть направлена на то, чтобы молодежь стремилась к духовному поиску путем глубокого постижения красоты и гармонии мира, которое развивает эстетические способности, дает потенциал для духовно-творческого развития.

Подводя итог можно сказать, что информационная культура становится важной составляющей общей личностной культуры [3, с. 25]. Использование информационно-коммуникативных технологий в нравственно-эстетическом воспитании студенческой молодежи должно быть ориентировано на поиск антикризисных, резервных, стабилизирующих мер в условиях дезинтеграции нравственных ценностей, наступления духовного вакуума в молодежной среде.

Литература

1. Долинер Л.И. Информационные и телекоммуникационные технологии в обучении: Психолого-педагогические и методические аспекты. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф. пед. ун-та, 2003. – 344 с.
2. Жарковская Т.Г. Возможные пути организации духовно-нравственного образования в современных условиях / Стандарты и мониторинг в образовании – 2013. – № 3 – С.9–12.
3. Зазнобина Л.С. Как же выжить в мире СМИ. / Медиаобразование в высшей школе 2013. – № 3. – С.23 – 26.

4. Исаева Л.А. Урок музыки урок искусства / Исаева Л.А., Кириленко Н.П., Мишутина О.В., Пугачева С.В. – Саратов: Изд-во Саратов-го пед. инст., 2011. – 14 с.

5. Козлов В.В. Стандарты второго поколения / Козлов В.В., Кондаков А.М. Учеб.пособие. – М.: Педагогика. изд. Просвещение, 2009. – 200 с.

В.Н. Сутчук

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ БУДУЩЕГО КОРРЕКЦИОННОГО ПЕДАГОГА

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные вопросы профессиональной готовности студентов к будущей деятельности. Раскрыта важная тема формирования личностных и профессиональных качеств у студентов. Представлены результаты исследования среди студентов 1 – 3 курсов направления подготовки «Коррекционное образование (по нозологиям).

Ключевые слова: студент, образование, личность, специалист, формирование, становление, развитие, критерий.

В настоящее время проблема формирования личностных и профессиональных качеств у студентов высших учебных заведений представляет особую актуальность для современной системы образования. При поступлении в ВУЗ обычно не учитываются психологические феномены, которые влияют на успешность обучения, развитие профессиональной направленности и ценностно-смысловой сферы студентов. Поэтому так важен индивидуальный подход, а также максимальное использование всего арсенала психологических технологий, ориентированных не только на повышение уровня знаний студентов, но и на развитие их профессионального самоопределения и личностного роста.

В условиях мирового социально-экономического кризиса, который затронул все области жизнедеятельности общества, послевоенного положения в нашем регионе, достижения в науке, культуре и искусстве, конкурентоспособность профессионала напрямую зависят от интеллектуального и творческого потенциала личности и от возможности системы высшего образования создать оптимальные условия для успешного становления личности специалиста.

На сегодняшний день в наибольшей степени востребован такой специалист, которого можно охарактеризовать как инициативный,

самостоятельный, целеустремленный субъект профессиональной деятельности, способный активно, творчески и эффективно строить свои отношения с людьми. Именно поэтому для системы высшего образования актуальными остаются не только идеи в области развития личности, но и технологии, направленные на реализацию ее творческого и интеллектуального потенциала в процессе профессионализации.

Студенчество – это период адаптации к новой социальной роли, к новым условиям и требованиям, предъявляемым к самоорганизации студентов, к работе над собой, основывающейся на новой высокой степени ответственности, и к тому же это еще и возрастной кризис, обусловленный изменениями, происходящими с личностью.

Анализ литературы, посвященной вопросам развития личностных и профессиональных качеств у студентов, позволил сделать вывод о разносторонности проведенных психолого-педагогических исследований.

Так педагогические теории развития профессионального самосознания рассматривали Г.С. Батищев, А.С. Гусева, В.В. Давыдов, В.А. Сластенин, Е.Н. Шиянов и др.; теоретические положения профессиональной педагогики по совершенствованию процесса подготовки будущих специалистов – К.А. Абульханова-Славская, Н.В. Кузьмина, В.А. Михайловский и др.; концепции личностного и профессионального развития – А.М.Зимичев, А.К.Маркова, Л.М.Митина, В.А.Якунин др. Идеи о психологических закономерностях формирования и развития профессионального сознания раскрыли в своих работах Г.В.Акопов, Ю.М.Забродин, И.А.Зимняя, К.К.Платонов, Е.И.Рогов, Е.С.Романова, Л.Д.Столяренко, П.Д.Успенский и др.; о совершенствовании систем профессионального образования и профессионального развития – А.А.Бодалев, Е.А.Климов, В.В.Петухов, А.И.Смирнов, Г.А.Урунтаева и др.; о творческой активности личности в социально-психологическом обучении – И.В.Вачков, Ю.Н.Емельянов, Г.И.Марасанов, Л.А.Петровская, Н.В.Самоукина и др. [3].

Проблема формирования профессионально-личностных качеств студентов коррекционного образования изучена не в полной мере. Модернизация дефектологического образования направлена на подготовку коррекционного педагога, который бы по своим личностным качествам и профессиональным компетенциям отвечал требованиям общества. Подготовка будущих специалистов – коррекционных педагогов со сложившимися профессиональными компетенциями в нашем обществе приобретает особое значение и обуславливается увеличением количества детей с ограниченными психофизическими возможностями, которые нуждаются в специальном образовании. Поэтому так важно создавать в ВУЗе условия для осознания студентами своих ценностей, мотивов, интересов и сопоставление их с возможностями будущей профессиональной деятельности. Данный процесс у студентов чаще всего специально не организуется. В то же время, используя возможности различных методов психологического сопровождения можно создать оптимальные условия для

сопоставления своих реальных интересов и возможностей их реализации в будущей профессии.

На процесс профессионального становления будущего специалиста значимое влияние оказывают как личностная, так и профессиональная идентификация, которые тесно взаимосвязаны между собой взаимообусловлены и осуществляются неотделимо друг от друга. Современные темпы развития коррекционного и инклюзивного образования предъявляют постоянно растущие требования к учебным заведениям, готовящим профессиональные кадры для работы с детьми с особыми возможностями здоровья, повышение требований работодателей к уровню профессиональной подготовки выпускников высшей школы. Однако, несмотря на то, что для работы в специальных образовательных учреждениях готовится такое большое количество выпускников, наблюдается дефицит квалифицированных кадров, особенно в поселковой и сельской местности.

Изучение теории и практики развития профессионального самосознания студента подтверждает актуальность этой проблемы, обусловленной потребностью общества в специалисте, обладающем профессиональной компетенцией, адекватно оценивающим себя как профессионала и способном к дальнейшему самообразованию и самореализации в условиях рынка труда.

Одним из путей решения данной проблемы является обновление высшего коррекционного образования за счет внедрения инновационных педагогических технологий, ориентированных на перенос внимания с процесса обучения на его результат, направление содержания и организации обучения на **подход** с широким внедрением интерактивных методов обучения, необходимых для формирования компетентностей, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, личностное и профессиональное саморазвитие.

Профессиональное воспитание студента – сложный процесс. В него вовлечены администрация высшего учебного заведения, преподаватели кафедр, кураторы студенческих групп, руководители студенческих объединений, работодатели. Обеспечивающий единство обучения и воспитания, этот процесс направлен на формирование профессиональных и личностных качеств будущего специалиста. Одна из его целей – сокращение разрыва, существующего между уровнем подготовки выпускников и уровнем требований работодателей. Студент должен владеть и профессиональными, и общекультурными компетенциями. И уже во время обучения в ВУЗе его необходимо научить реализовывать их в практической деятельности [5].

Проблема готовности к профессиональной деятельности была и будет всегда актуальной, так как самореализация человека как личности во многом обусловлена тем, как он осуществляет деятельность и прежде всего профессиональную.

Готовность к профессиональной деятельности может выступать как комплексный критерий оценки качества вузовского профессионального

образования. Готовность к деятельности – это целенаправленное выражение личности. Оно включает взгляды личности, ее отношения, мотивы, качества, умения, знания, навыки, настроенность и т.д., является выражением сформированности определенной системы качеств, необходимых для успешного выполнения деятельности. Именно готовность выступает в качестве основы, позволяющей эффективно и своевременно решать задачи, возникающие в процессе профессионального становления молодого специалиста, успешно адаптироваться к новым условиям.

О готовности к деятельности, как правило, судят как на основе объективных критериев, так и субъективных. Одним из наиболее важных субъективных критериев является самооценка, т.е. оценка себя как профессионала и отношение к себе как к профессионалу. Данный критерий является одним из важнейших и одновременно стимулирующим личность к самосовершенствованию. Ориентация на самооценку готовности к профессиональной деятельности позволяет получить достаточно адекватное представление о ней в период обучения в высшей школе. В вузовской профессионализации особая роль принадлежит преподавателю, развивающему интеллектуальный и гуманистический потенциал общества. «Чем выше при этом компетентность, т. е. профессионально-творческий, духовный потенциал самого ученого-педагога, тем благоприятнее условия для развития духовности студентов, совершенствования их учебной и профессиональной подготовки, тем больше способов самореализации. Деятельность педагога – неотъемлемая часть учебно-воспитательного процесса вуза, оказывающая существенное влияние на его микросреду, развитие и воспитание личности» [1].

Какие качества необходимо сформировать у студента коррекционного образования, чтобы он стал достойной личностью и квалифицированным специалистом? Чтобы ответить на этот вопрос, было проведено анкетирование среди 54 студентов 1 – 3 курсов направления подготовки «Коррекционное образование (по нозологиям).

Результаты проведенного исследования показывают, что у студентов 1 курса среди личностных качеств на 1 месте – любовь к детям, на 2 – забота, на 3 – эмпатия, на 4 месте такие качества, как честность, терпение и уважение к другим, на 5 – коммуникабельность, интеллигентность и оптимизм. Среди профессиональных качеств на 1 месте – профессиональная компетентность, на 2 – профессиональный опыт и грамотная речь, на 3 – справедливость, на 4 – ответственность, на 5 – объективность, трудолюбие, результативность, целеустремленность.

Среди личностных качеств у студентов 2 курса такие результаты: 1 место – внешняя и внутренняя красота и внимательное отношение к другим, 2 место – любовь к детям и уверенность в себе, 3 место – терпение и толерантность, 4 место – уважение к другим, настойчивость, уравновешенность, воспитанность, 5 место – коммуникабельность и

мудрость. Среди профессиональных качеств: 1 место – любовь к работе, теоретические знания, вдохновение, объективность, 2 место – профессионализм и дисциплинированность, 3 место – ум, 4 место – трудолюбие, лояльность, целеустремленность, ответственность, требовательность, 5 место – стрессоустойчивость и гибкость.

Студенты 3 курса распределили личностные качества следующим образом: на 1 месте – открытость, на 2 месте – яркость и выносливость, на 3 месте – доброта, любовь к детям, активность, внимательное отношение к другим, умение взаимодействовать, на 4 месте – терпение и сила духа, на 5 месте – отзывчивость и коммуникабельность. На 1 месте среди профессиональных качеств профессиональная пригодность, рассудительность, теоретические знания, на 2 месте – практический опыт, профессиональная компетентность, обучаемость, на 3 месте – ответственность, стрессоустойчивость, индивидуальный подход к каждому клиенту, образованность, на 4 месте – целеустремленность, профессиональный рост и развитие, на 5 месте – трудолюбие и творческий подход к работе. Стоит отметить, что студенты столкнулись с трудностью между распределением качеств по категориям, т.к. многие качества относятся и к личностным, и к профессиональным.

Таким образом, современная концепция подготовки в учреждениях высшего образования должна ориентироваться на личностное развитие студентов, на формирование уникальной целостной личности, которая стремится к максимальной реализации своих возможностей, открыта для восприятия нового опыта, способна на осознанный и ответственный выбор в разнообразных жизненных ситуациях. Особое значение приобретает профессиональное становление будущих коррекционных педагогов, которое требует значительного усовершенствования в связи с потребностями и требованиями современного высшего образования.

Список используемых источников и литературы

1. Дружилов С.А. Психология профессионализма субъекта труда: концептуальные основания // Известия РГПУ им. А.И.Герцена. Вып. 6, Психолого-педагогические науки. – 2005. – № 5 (12). – с. 30 – 43.
2. Зеер, Э.Ф. Психология профессий / Э.Ф.Зеер. – М.: Академический Проект; 2003. – 336с.
3. Зотова, Н.Н. Исследование профессионального становления студентов-психологов / Н.Н.Зотова, О.Н.Родина // Вестник Московского университета. – Сер. 14. Психология, 2003. – С.69-78.
4. Поваренков, Ю.П. Психологическое содержание профессионального становления человека / Ю.П.Поваренков. – М.: Изд-во УРАО, 2002. – 160с.
5. Ширманов А.В. Эмоциональная напряженность учителя и студента: взаимосвязь физиологических и психологических показателей //Психол. журн. – 2002. – Т. 23. – № 2. – с. 88 – 99.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЕ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ СПЕЦИАЛИСТА КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ

Аннотация. В статье рассматривается формирование современной правовой культуры студентов высших учебных заведений, как необходимое условие повышения профессиональной подготовки будущих специалистов. Раскрываются методологические подходы и педагогические условия этого процесса.

Ключевые слова: правовое сознание, правовая культура, правовая воспитанность, правовое образование, профессиональная культура.

В условиях рыночной экономики требования, предъявляемые к профессиональной подготовке выпускников всех уровней образования существенно изменились. Это обусловлено социальным заказом общества и требованиями работодателя к повышению качества профессиональной подготовки будущих специалистов, необходимостью поиска эффективных условий осуществления данного процесса.

Современная наука располагает системой знаний, необходимых для постановки и решения проблемы повышения качества профессиональной подготовки.

В условиях нестабильности общества и его выживания особенно заметной становится реакция граждан на ухудшение социально-политической и социально-экономической ситуации в нашем обществе. Эта ситуация распространяется и на сферу правового сознания и правовой культуры населения, в том числе и молодёжи, которая чутко и болезненно реагирует на негативные изменения в обществе.

Такая ситуация в обществе демонстрирует важность формирования правового поля в стране, которое способно регулировать правовое поведение граждан в границах законности, а это невозможно сделать без высокой правовой культуры общества, таким образом становится очевидной актуальность вопроса о приоритетности формирования современной правовой культуры, особенно у молодёжи.

Одними из первых, кто обратил своё внимание на проблемы правовой культуры, были немецкие философы Г. Риккерт и О. Шпенглер, а их последователями - представители неогегельянской философии права.

Существенный вклад в исследование тех или иных аспектов правовой культуры начался с работ Е.А. Лукашевой, С.С. Алексева. О.А. Красавчикова, Е.В. Аграновской, Е. А. Зорченко, В.И. Каминской, А. Р. Ратинова. [1]. Так, В.Н. Кудрявцев, Е.А. Лукашева, И.Е. Фарбер,

А.В. Мицкевич, Н.Я. Соколов, которые посвятили свои исследования вопросам формирования правосознания в структуре правовой культуры [6]. А.И. Долгова анализирует особенности правосознания различных категорий молодежи, а С.Б. Тугуз рассматривает формирование правовой культуры такой категории молодёжи как студенчество [5].

Представляют интерес и исследования А.Ф. Никитина о формировании правовой культуры учащихся. Формированию социально-правового опыта в целостном педагогическом процессе посвящены работы В.М. Обухова [2, 3].

Даже этот небольшой перечень работ, посвящённых вопросам правовой культуры, даёт возможность не только понять значение этой категории, но и понять необходимость актуальности теоретических разработок формирования правовой культуры в современном обществе.

Основную цель статьи является определение педагогических условий эффективного формирования правовой культуры студентов высших учебных заведений.

Поэтому, в рамках осуществления поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

Во-первых, определить содержание понятия «правовая культура».

Во-вторых, определить место правовой культуры в подготовке будущего специалиста и определить пути её формирования.

Необходимо отметить, что в научной литературе нет единого понимания термина «правовая культура». Это объясняется и тем, что существует ряд подходов к определению и сущности этой дефиниции.

Среди них можно выделить аксиологический подход, базирующийся на философском изучении ценностного аспекта правовой культуры и дающий возможность определить её социальные основы, духовные аспекты [5, с.16-17]. Функциональный подход определяет и характеризует структурные элементы правовой культуры и их функционирование [8, с.466].

Деятельностный подход раскрывает правовую культуру как специфический способ человеческого существования в сфере права, созданный людьми как метод социального управления [8, с.466].

Социологический подход наделяет правовую культуру интегративной функцией, определяющей результативность регулятивной и правоохранительной деятельности [5, с.16].

Существуют много подходов к пониманию и определению правовой культуры, отражающих разные стороны правовой культуры, но для нашего исследования более приемлемым является определение профессора В.П. Сальникова, которое характеризует правовую культуру как особое социальное явление, которое может быть воспринято как качественное правовое состояние личности и общества, подлежащее структурированию по различным основаниям [4, с.16].

В этих условиях, по мнению Г.А. Фирсова, важное значение принадлежит формированию правовой культуры у студентов высших

учебных заведений. Во-первых, чтобы они, были достойными гражданами своей страны, понимали свою роль, возможности и ответственность в обществе, знали свои права и обязанности; во-вторых, чтобы они получили необходимые для их профессиональной деятельности правовые знания и приобрели навыки, позволяющие им самостоятельно понимать действующие законы, юридические нормы, умело разбираться в них и применять в профессиональной деятельности [7, с. 28].

Необходимо отметить, что знание студентами своих прав и обязанностей влияет на формирование у студентов как профессиональных так и общекультурных знаний.

Сам процесс формирования правовой культуры студентов в процессе обучения С.Б. Тугуз предложила осуществлять путём разработки и внедрения компетентностно ориентированной педагогической модели, которая представляет собой совокупность таких компонентов:

- мотивационно-ценностного, определяющего отношение к праву как к ценности, характерной для гражданского общества;
- мировоззренческого, определяющего осознание роли правовой культуры в жизни общества и отдельной личности;
- деятельностного, обеспечивающего усвоение системы правовых знаний и способность применять их при решении профессиональных задач;
- регулятивного, включающего в себя опыт проявления правовой культуры в общении и поведении [5, с.15].

Эффективность реализации такой педагогической модели формирования правовой культуры будущего специалиста обеспечивается комплексом педагогических условий, а именно: включения правовой компетентности в систему профессионально значимых качеств будущих специалистов и обеспечение мотивационно-ценностного отношения студентов к правовой культуре как необходимого компонента их профессиональной компетентности; создание профессионально ориентированной образовательной среды, использование воспитательного потенциала гуманитарных дисциплин; организация педагогической деятельности по формированию правовой социализации студентов с помощью включения их в процесс социального проектирования [5, с.15-16].

Проанализировав проблему исследования можно констатировать то, что:

- учитывая значительное количество подходов к пониманию и определению правовой культуры, отражающих разные стороны правовой культуры, мы пришли к выводу, что для нашего исследования более приемлемым является определение профессора В.П. Сальникова, которое характеризует правовую культуру как особое социальное явление, которое может быть воспринято как качественное правовое состояние личности и общества, подлежащее структурированию по различным основаниям;
- проанализировав компоненты компетентностно ориентированной педагогической модели, предложенные С.Б. Тугуз, а именно: мотивационно-

ценностный, мировоззренческий, деятельностный и регулятивный, мы пришли к выводу, что данные компоненты являются целеполагающими для нашего исследования.

Литература

1. Агарновская Е.В. Правовая культура и обеспечение прав личности/ Е.В. Агарновская. – М.: Наука, 1988. –120 с.
2. Мицкевич А.В., В.М. Обухова. Методика правового воспитания учащихся. Учебное пособие для студентов педагогических институтов./под ред. -М., 1982. -174с.
3. Никитин, А.Ф. Что такое правовая культура / А.Ф. Никитин. – М.: Просвещение, 1988. – 112 с.
4. Сальников, В.П. Правовая культура: проблемы формирования гражданского общества и правового государства / В.П. Сальников. – Самара.: Диас, 1991. – 450 с.
5. Тугуз С.Б. Формирование правовой культуры студентов вуза в условиях компетентностной модели подготовки специалистов: Автореф. дис... канд.пед. наук. – М., 2009. – с 29.
6. Фарбер И.П. Правосознание как форма общественного сознания. М., 1963. – 481 с.
7. Фирсов Г.А. Формирование правовой культуры в учреждениях профессионального образования. Автореф. дисс. ... докт. пед. наук. – Автореф. дисс ... канд. пед. наук, М., ЦТНО ИТиИП РАО, 2006., 44 с.
8. Червонюк В.И. Теория государства и права. – М., 2007. . – с 466.

М.А. Малькова

И.В. Михайлова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты проблемы формирования информационной культуры студентов колледжа в условиях перехода на новые образовательные стандарты, анализируются отраслевые стандарты высшего образования Украины и паспорта компетенций специальностей России.

Ключевые слова: информатизация, информационная культура, отраслевой стандарт высшего образования.

Система среднего профессионального образования призвана готовить для всех отраслей и сфер экономики государства квалифицированных, технически грамотных, культурных специалистов.

Профессионально-техническое образование представляет собой систему педагогических и организационно-управленческих мероприятий, которые гарантируют овладение знаниями, умениями и навыками в избранной ими сфере профессиональной деятельности, развитие компетентности и профессионализма, воспитание общей и профессиональной культуры [10].

Среднее профессиональное образование ориентировано на решение задач интеллектуального, культурного и профессионального развития человека и имеет целью подготовку квалифицированных рабочих или служащих и специалистов среднего звена по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, а также удовлетворение потребностей личности в углублении и расширении образования [8].

Современное общество находится на переходном этапе между индустриальным обществом и информационным, что привело к модификации системы образования. Таким образом, нужны такие знания и навыки, которые, с одной стороны, можно энергично и эффективно использовать для дальнейшего продвижения науки, техники, культуры, для выявления огромного потенциала компьютерных технологий, а с другой стороны, эти знания и навыки должны стать гарантом суверенизации личности ради наиболее полной реализации созидательных ресурсов человека [14].

Одна из главных характеристик современного выпускника колледжа – уровень сформированности его информационной культуры.

Формирование информационной культуры – это средство гармоничного развития личности, которое позволит студентам расширить кругозор знаний, поможет быстрее и эффективнее адаптироваться к меняющимся профессиональным требованиям в нынешних условиях [13]. Главными международными организациями, которые занимаются изучением проблемы адаптации человека к жизни в современном обществе являются Международная федерация библиотечных ассоциаций и учреждений (The International Federation of Library Associations and Institutions – IFLA, или ИФЛА) и ЮНЕСКО (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO).

Проблема формирования информационной культуры рассматривается в работах Н.И. Гендиной, О.Я. Романишиной, Л.А. Теплой, И.Г. Моргенштерна, Л.С. Винарик, Н.А. Слядневой и др.

Отдельные стороны данной проблемы нашли свое отражение в диссертациях Н.Н. Елистратовой, Э.А. Атаевой, А.Н. Афзаловой, И.В. Карташовой, О.Ю. Поддубной, однако в них рассматриваются

проблемы формирования информационной культуры у выпускников ВУЗов и инженерно-педагогических работников [1; 2; 6; 7; 9].

Анализ научно-педагогической литературы позволил нам сделать вывод, о том, что существуют разные подходы к интерпретации понятия «информационная культура». Мы остановимся на трактовке, предложенной Н.И. Гендиной, которая считает, что информационная культура является важным условием эффективной деятельности (как профессиональной, так и непрофессиональной). Информационная культура – это один из компонентов общей культуры человека; комплекс информационных принципов и системы знаний и умений, которые обеспечивают независимую целенаправленную деятельность по удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с применением информационных технологий [11].

В отраслевых стандартах высшего образования Украины упоминаются компетенции, необходимые современному младшему специалисту – выпускнику колледжа и напрямую связанные с информационной культурой.

Приведем перечень компетенций исключительно важных для формирования информационной культуры будущих младших специалистов.

Согласно отраслевому стандарту высшего образования по специальности образовательно-квалификационного уровня младший специалист отрасли знаний 0517 «Пищевая промышленность и переработка сельскохозяйственной продукции», будущие младшие специалисты должны обладать базовыми знаниями в области информатики и современных информационных технологий – иметь практические навыки работы на современной компьютерной технике; обладать навыками сбора, обработки и управления информацией [4].

Согласно отраслевому стандарту высшего образования по специальности образовательно-квалификационного уровня младший специалист отрасли знаний 0305 «Экономика и предпринимательство», будущие младшие специалисты должны иметь навыки работы с компьютером, навыки управления информацией [3].

Целью обязательной дисциплины «Информатика и компьютерная техника» (специальность 5.03051001 «Товароведение и коммерческая деятельность»), входящей в блок математической, естественнонаучной подготовки, является: формирование современного уровня информационной и компьютерной культуры, приобретение практических навыков работы на современных компьютерах и использования современных информационных технологий для решения различных задач в процессе обучения в вузе и работе по специальности [5]. При изучении данной дисциплины студенты закрепляют и углубляют знания по информатике, изучают программное обеспечение современных компьютеров, формализацию и алгоритмизацию современных вычислительных процессов, однако при этом они не могут в полном объеме приобрести те знания, умения и навыки, которые им необходимы для формирования информационной культуры.

Главный акцент в дисциплине «Компьютерная техника»

(специальность 5.03051001 «Товароведение и коммерческая деятельность») сделан на изучение основ алгоритмизации решения задач и применение персонального компьютера, тогда как для формирования информационной культуры наиболее важен был бы упор на информационные технологии.

Проведенный нами анализ содержания других дисциплин, предусмотренных отраслевыми стандартами высшего образования, показывает, что их изучение не дает тех знаний, которые предоставили бы возможность будущему младшему специалисту формировать информационную культуру и в полной мере использовать возможности вычислительной техники в своей профессиональной деятельности на протяжении обучения в колледже.

Сейчас в Луганской Народной Республике происходят изменения в сфере образования – переход на новые образовательные стандарты, вхождение в образовательное пространство Российской Федерации. Поэтому, целесообразно рассмотреть паспорта компетенций специальности 100801 «Товароведение и экспертиза качества» (квалификация «Товаровед-эксперт») и специальности 260807 «Технология продукции общественного питания» (квалификация «Техник-технолог»).

Согласно паспортам компетенций специальности «Технология продукции общественного питания» и специальности «Товароведение и экспертиза качества», будущие специалисты должны обладать общими компетенциями, которые включают в себя способность осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий [12].

Настоящее время характеризуется значительным количеством исследований и разработок, посвященных формированию информационной культуры: например, исследования Н.И. Гендиной, В.И. Шеховцова.

Подводя итоги, отметим, что на современном этапе развития общества, владение компьютерными технологиями – это неотъемлемый критерий профессиональной компетентности в любой предметной области. Вхождение нашего государства в современное информационное пространство подразумевает целенаправленное повышение информационной культуры потребителей информации.

Информационная культура студента колледжа обуславливает его умение ориентироваться в информационном пространстве, использовать все возможности к самореализации, способность жить и работать в условиях динамично развивающегося общества и учиться на протяжении всей жизни.

В результате анализа авторефератов диссертаций, педагогических научных источников было выявлено, что усиленное внимание ученых сосредоточено на формировании информационной культуры у школьников и студентов высших учебных заведений, тогда как проблема формирования

информационной культуры студентов колледжа является мало изученной и требует детального исследования.

Для достижения описанных результатов обучения необходимо решение следующих задач: расширение понятия «информационная культура», обоснование и разработка педагогических условий формирования информационной культуры студентов колледжа и, как следствие, преодоление противоречия между социальной потребностью в высоком уровне развития информационной культуры специалиста и реальным уровнем информационной культуры будущих специалистов.

Литература

1. Атаева Э. А. Формирование информационной культуры будущего педагога профессионального обучения : Автореф. дис. ... канд. пед. : 13.00.08 [Электронный ресурс] / Атаева Эльвира Артуровна. – Махачкала, 2015. Режим доступа : <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika-13-00-08/dissertaciya-formirovanie-informatsionnoy-kultury-buduschego-pedagoga-professionalnogo-obucheniya> (12.04.2016).

2. Афзалова А. Н. Дидактические условия формирования информационной культуры будущего учителя : на примере подготовки учителя права : Автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 [Электронный ресурс] / Афзалова Альфия Николаевна. – Казань, 2008. – Режим доступа : <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika-13-00-01/dissertaciya-didakticheskie-usloviya-formirovaniya-informatsionnoy-kultury-buduschego-uchitelya-1> (12.04.2016).

3. Галузевий стандарт вищої освіти України. Освітньо-кваліфікаційна характеристика молодшого спеціаліста за спеціальністю 5.03051001 «Товарознавство та комерційна діяльність» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво». – Вид. офіційне. – К. : МОН України, 2009. – 22 с.

4. Галузевий стандарт вищої освіти України. Освітньо-кваліфікаційна характеристика молодшого спеціаліста за спеціальністю 5.05170101 «Виробництво харчової продукції» галузі знань 0517 «Харчова промисловість та переробка сільськогосподарської продукції». – Вид. офіційне. – К. : МОН України, 2009. – 22 с.

5. Галузевий стандарт вищої освіти України. Освітньо-професійна програма підготовки молодшого спеціаліста за спеціальністю 5.03051001 «Товарознавство та комерційна діяльність» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво». – Вид. офіційне. – К. : МОН України, 2009. – 22 с.

6. Елистратова Н. Н. Педагогические основы формирования информационной культуры курсантов высших военных технических учебных заведений средствами мультимедиа : Автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 [Электронный ресурс] / Елистратова Наталья Николаевна. – Рязань, 2007. – Режим доступа : <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika-13-00-01/dissertaciya-pedagogicheskie->

osnovy-formirovaniya-informatsionnoy-kultury-kursantov-vysshih-voennyh-
tehnikeskikh-uchebnyh-zavedeniy-sr (12.04.2016).

7. Карташова И. В. Организационно-педагогические условия формирования информационной культуры студентов вуза : Автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 [Электронный ресурс] / Карташова Ирина Валентиновна. – Москва, 2007. Режим доступа : <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika-13-00-08/dissertaciya-organizatsionno-pedagogicheskie-usloviya-formirovaniya-informatsionnoy-kultury-studentov-vuza> (12.04.2016).

8. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон РФ от 29.12.2012 №273-ФЗ (ред. от 02.03.2016) [Электронный ресурс] / Федеральный закон Российской Федерации. – 2012. – Режим доступа : <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201212300007>

9. Поддубная О. Ю. Образовательно-воспитательное пространство интернета как средство развития информационной культуры студентов : Автореф. дис.... канд. пед. наук : 13.00.01 / Поддубная Ольга Юрьевна. – Рязань, 2010.– Режим доступа: <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika-13-00-01/dissertaciya-obrazovatelno-vospitatelnoe-prostranstvo-interneta-kak-sredstvo-razvitiya-informatsionnoy-kultury-studentov> (12.04.2016).

10. Про професійно-технічну освіту : Закон України №103/98-ВР от 10.02.1998[Электронный ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – № 32. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/103/98-вр> (23.03.2016).

11. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и образовательных учреждениях: Учебно-метод. пособие / Н.И. Гендина, Н.И. Колкова, И.Л. Скипор, Г.А. Стародубова – 2-е изд., перераб. – М.: Школьная б-ка, 2003. – 296 с.

12. Федеральные государственные стандарты среднего профессионального образования. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.edu.ru/db/portal/sred/index.htm>.

13. Шамсутдинова Т.М. Информационная компетентность как аспект информационной культуры студентов [Электронный ресурс] / Т.М. Шамсутдинова // Культура и образование. – Январь 2014. – № 1. – Режим доступа : <http://vestnik-rzi.ru/2014/01/1299> (23.03.2016).

14. Шарипов Ф.Ф. Педагогические особенности формирования информационной культуры студентов при изучении курса информатики: Автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 [Электронный ресурс] / Шарипов Фаридун Файзуллаевич. – Курган-Тюбе, 2008. – Режим доступа: <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika-13-00-01/dissertaciya-pedagogicheskie-osobennosti-formirovaniya-informatsionnoy-kultury-studentov-pri-izuchenii-kursa-informatiki> (12.04.2016).

СТУДЕНЧЕСТВО В РАМКАХ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрена важность высшего профессионального образования в среде студенчества. Образование является одним из главных элементов человеческого благосостояния. На сегодняшний день для молодежи путь к успеху лежит через получение высшего образования, включения в трудовую жизнь. Современное студенчество стремится с помощью образования, прежде всего, найти высокооплачиваемую работу и реализовать себя как профессионала.

Ключевые слова: студенчество, профессиональное образование, высшее учебное заведение, рынок труда, профессии.

Вопросы построения положительной социальной направленности студенчества в воспитательном процессе высшего учебного заведения, вызывает серьезные изменения в организации, целях, задачах воспитательного процесса. Нынешнее российское общество предоставляет разнообразные возможности для реализации молодежи. Одним из компонентов современных методов воспитания специалиста является становление человека творческого, ориентированного на социальные, гуманистические и общечеловеческие ценности, способного осуществлять самостоятельный выбор, работать в коллективе и руководить им, принимать эффективные решения в различных производственных и жизненных ситуациях. Именно высшая школа осуществляет определяющее влияние на качество и средства реализации становления студенчества. Это влияние отражается не только в обеспечении научного прогресса, но и в общекультурном развитии.

Студенческая молодежь – это специфическая социально-демографическая группа, занимающаяся накоплением информации для профессиональной деятельности, с определенным общественным положением, ролью и статусом, активно участвующая в различных формах жизнедеятельности, с социальным опытом конструирования и реализации своих жизненных стратегий [6, с. 468]. Жизненные ориентиры студентов достаточно противоречивы, так как, с одной стороны, наиболее значительным для них являются наличие в жизни целей в будущем, с другой – отсутствие в жизни реальной опоры в настоящем, неверие в свои силы контролировать события собственной жизни.

Современный рынок труда вынуждает студентов сочетать трудовую деятельность с образовательной, что приводит к росту динамичности жизни. В связи с этим меняется и сфера деятельности молодых людей. Отмена системы распределения выпускников вуза, безработица, инфляция, экономический кризис делают адаптацию молодежи к рыночным условиям одной из острейших социальных проблем.

Все эти трудности, с которыми приходится сталкиваться будущим специалистам, в настоящее время в корне изменились цели и задачи воспитания студенчества, содержание, методы и условия социального становления личности. Эффективность студента во время обучения и по окончании обучения определяется системой компетентностей, которые он приобретает в стенах учебного заведения и во время внеаудиторной деятельности. В таких условиях особое значение приобретает формирование положительной направленности личности студентов. Позитивная направленность личности определяет ее стремление (мотивацию) к получению высокого уровня квалификации, который включает оптимальный уровень знаний, умений и навыков как специалиста, так и не менее высокий уровень компетентности коммуникативной и корпоративной. Будущий выпускник обязан не только отлично разбираться в базовых принципах своей профессии, но и быть социально [1]. В связи с этим возросла актуальность молодежной проблематики.

Актуальность исследования вопросов, связанных с проблемами молодежи, можно наблюдать в различных работах: Д. Л. Константиновским, Т. В. Лисовским, Г. А. Чередниченко, В. С. Магуном, С. В. Алещенок, А. С. Залесоцкий, Ю. А. Зубок, А. И. Ковалева, В. А. Луков, Л. Э. Митев, М. Ф. Черныш, В. И. Чупров, В. Г. Шапко, В. Н. Шубин и др.

Исследование ценностных ориентаций, жизненных приоритетов современного студенчества проводится учеными с целью выявления степени его инновационного потенциала адаптации к новым социальным условиям. От того, какие ценности будут сформированы у современного молодого поколения, во многом зависит дальнейшее развитие российского общества [3, с. 56].

Конечно же, нельзя не упомянуть о влиянии на студенческую молодежь падение уровня высшего образования. Все это связано с разными факторами. И сейчас перечислим их:

- серьезное падение требовательности к себе у большинства молодых преподавателей;
- коррупция от начала обучения и до выпуска;
- поступление в вуз не с целью стать профессионалом, а обычное добывания диплома;
- невнимание к использованию активных методов обучения;
- поверхностное понимание учебного процесса — и это не полный перечень проблем в нашей высшей школе сегодня.

А сегодняшние работодателям требуются от новоиспеченных специалистов быть не просто узкоспециализированными работниками, которые владеют некоторым набором знаний и навыков, а быть сотрудниками, обладающие определенными личностными качествами и демонстрирующие эффективное поведение в процессе разрешения проблем профессиональной деятельности.

Как отмечает Д. Л. Константиновский, образование выступает как институт для формирования и воспроизводства навыков, необходимых для рабочей силы: для передачи знаний и опыта, свойственных различным профессиям, подготовки квалифицированных специалистов для различных сфер деятельности [3, с. 18].

В настоящее время все больше увеличивается спрос на высококвалифицированных специалистов на рынке труда, а более высокая оплата такого труда заставляет вкладывать определенные средства в образование. Таким образом, система образования оказывает непосредственное влияние на жизненные планы и социально-профессиональную ориентацию молодежи. Кроме того, образование выступает определенным проводником между потребностями общества в определенных видах труда и жизненных планах молодежи [4, с. 57]. Поэтому вопрос о соответствии образование в высших учебных заведениях с требованиями в современном мире является не просто актуальным, но и самым остро стоящим.

С целью уточнения роли высшего образования для самой студенческой молодежи проводится ряд опросов, которые дают возможность высказать свою точку зрения. В связи с нынешним состоянием нашего современного общества, выбранным респондентам, предлагалось высказаться относительно того, необходимо ли соответствующее образование для того, чтобы иметь достойную работу. На что были полученные такие результаты (рис. 1).

Выборке респондентов состояла из работающих и неработающих студентов исторических и социальных специальностей.

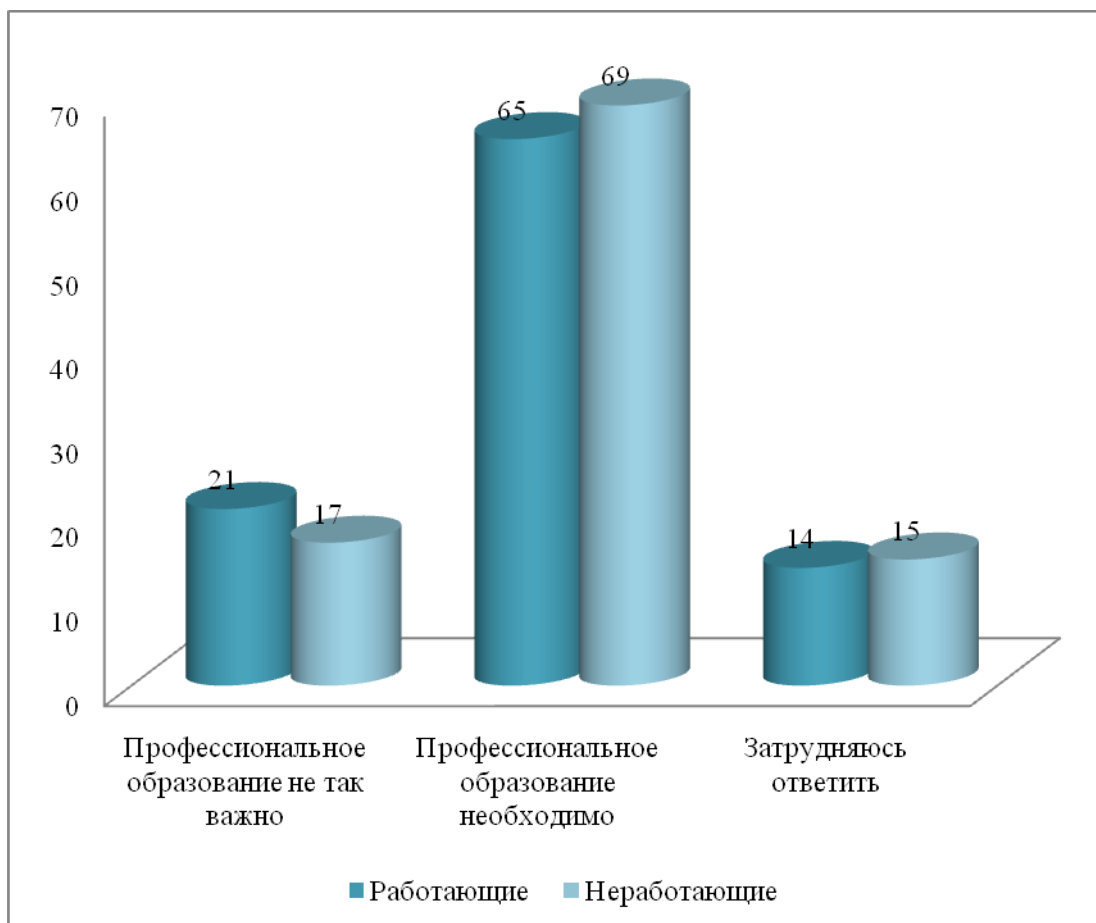


Рис. 1. Распределение ответов работающих и неработающих студентов на вопрос о соответствующее образование для того, чтобы иметь достойную работу получения (данные представлены в процентах)

В своих ответах большинство респондентов признают важность высшего профессионального образования. Престиж высшего образования в обществе объясняется тем, что многие видят в нем важнейший ресурс, резко увеличивающий социальную мобильность личности и ее конкурентоспособность на рынке труда. В настоящее время в обществе сохраняется ценность высшего профессионального образования у молодого поколения, но это является менее преобладающим фактором, чем раньше. В современном обществе изменились ценностные ориентации, что привело к изменению отношения к высшему образованию. Если раньше положение в обществе определялось образованием, было престижно относиться к слою интеллигенции, то теперь престижность профессии напрямую связана с материальным благосостоянием. Это еще раз подтверждает, что моделируется новая структура ценностного сознания «потребительского общества», в большей степени выраженная среди молодежи, происходит утрата востребованности гуманистических ценностей и возрастает роль потребительских ценностей [5, с. 111-120].

В настоящее время работодатель при приеме на работу в первую очередь спрашивает наличие диплома о высшем образовании, пусть даже не по специальности. Поэтому главная задача молодежи – это получение

диплом о высшем образовании. В такой ситуации диплом становится неотъемлемой характеристикой при трудоустройстве. Однако наличие диплома является большим преимуществом только при трудоустройстве, в дальнейшей работе молодому специалисту необходимы профессиональные знания и навыки.

Студенты, которые уже вышли на рынок труда, считают главным преимуществом образования – это возможность карьерного роста. Для неработающих – образование выступает в качестве главного преимущества при получении хорошей работы. Именно эти два мотива являются основными для студентов.

За последние десятилетия перемены, произошедшие в стране, привели к трансформации ценностей общества. В результате кардинально изменился список привлекательных профессий в обществе, что привело к диспропорциям на рынке труда. Социологи отмечают, что данные проблемы объясняются тем, что большая доля выпускников вузов не работает по полученной специальности. В то же время нарастает недовольство работодателей качеством высшего образования [2, с. 46-64].

Подводя итог вышесказанному, мы наблюдаем, что большинство молодежи воспринимают профессиональное высшее образование с познавательной точки зрения. Иными словами, во время обучения студенты получают определенные знания, которые в дальнейшем могут быть применимы ими на практике, при трудоустройстве.

Одновременно сделаем ударение на том, что основная тенденция развития современного высшего образования заключается в повышении роли студентов, в учебном процессе, в обеспечении их становления в стенах учебного заведения как субъектов учебной деятельности. Являясь главным фактором воспроизводства человеческого потенциала, образование призвано обеспечить преемственность культурного наследия и развить у молодых людей способность к его обновлению.

Профессиональное образование в среде студенчества выступает инструментальной ценностью. Получение образования большинством молодых людей воспринимается как инвестиции в будущую статусную позицию, а также как способ достижения жизненных целей. Современное время диктует спрос на высококвалифицированный персонал, который способен обучаться и развиваться, совершенствуя свои знания и навыки.

Список используемых источников и литературы

1. Болгова М.А. Человеческий потенциал проблемы трудовых ресурсов (на примере туризма и гостеприимства) // Актуальные проблемы российского законодательства: журнал. – 2015. – № 9. – С. 116-120.

2. Клячко, Т. Л. Тенденции развития высшего профессионального образования в Российской Федерации / Т. Л. Клячко, В. А. Мау // Вопросы образования: журнал. – 2007. – № 3.

3. Константиновский, Л. Д. Когда наступает время выбора (Устремления молодежи и первые шаги после окончания учебных заведений)

/ Д. Л. Константиновский, Е. Д. Вознесенская, Г. А. Чередниченко, Ф. А. Хохлушкина. – СПб.: РХГИ. – 2001. – С. 18.

4. Корж, Н. В. Высшее профессиональное образование в структуре ценностей студенческой молодежи / Н. В. Корж // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки: сб. статей – 2011. – № 1. – С. 56-63.

5. Кошарная, Г. Б. Ценностные ориентации населения в транзитивном обществе (региональный аспект) / Г. Б. Кошарная, Н. В. Корж // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки: журнал. – 2010. – № 2 (14). – С. 64-73.

6. Солодова, Т. В. Психосоциальное исследование студенческой молодежи / Т. В. Солодкова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена: журнал. – М. – 2008. – №60. – С. 468-473.

Т.Э.Стремовская

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ИННОВАЦИОННЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПЕДАГОГА

Аннотация: В статье рассмотрена проблема соответствия личности современного педагога требованиям образовательной системы на этапе ее перехода к инновационному развитию, где главным ресурсом являются педагогические кадры, которые способны осуществлять инновационную деятельность и быть активными участниками инновационных процессов. Среди профессиональных качеств личности современного педагога автором выделены инновационные составляющие: «инновационное мышление», «инновационное поведение», «инновационная культура»; освещены результаты теоретического исследования сущности этих понятий и обоснована необходимость их развития у студентов педагогических высших учебных заведений и педагогов-практиков.

Ключевые слова: инновационное развитие, личностные черты педагога, инновационное мышление, инновационная деятельность учителя, инновационная поведение, инновационная культура.

Образовательная система на современном этапе реформирования

переходит от экстенсивного развития к инновационному, где главным ресурсом являются высококвалифицированные педагогические кадры, способные быть не только участниками инновационных изменений, но и активными инициаторами инновационных идей и главное, способными понимать сущность образовательных инноваций, прогнозировать их результативность, проектировать и планомерно внедрять.

Проблема соответствия личности современного педагога требованиям образовательной системы становится в обществе все более актуальной. Это во многом связано с тем, что воспитывать творческую, инициативную, неординарную личность, ответственного специалиста, гражданина, патриота, который необходим сегодня государству и обществу, в состоянии только творческий, неординарный учитель с инновационным мышлением, подготовленный к постоянному совершенствованию личностных и профессиональных качеств и к осуществлению педагогической деятельности в инновационной среде. Поэтому перед отечественной образовательной системой возникают стратегические задачи по подготовке педагога нового поколения, профессионализм которого характеризуется такими личностными чертами, как инновационное мышление, инновационная культура.

Проведение научных исследований этих инновационных составляющих личности педагога; поиск форм и методов формирования инновационного мышления и инновационной культуры у будущих и практикующих учителей и внедрение научных разработок по этому направлению исследований в педагогическую практику, в частности подготовку и переподготовку педагогических работников, проблемы развития личности учителя, исследование его профессиональных качеств и личностных черт остаются актуальными в педагогической науке уже не первое десятилетие. Характерные черты личности педагога и его профессиональные качества, обеспечивающие развитие учителя как специалиста, стали объектом исследований многих отечественных и зарубежных исследователей, среди которых И. Бех, И. Зязюн, Г. Костюк, Н. Кузьмина, Ю. Кулюткин, С. Сысоева, Г. Сухобская, М. Поташник. Этими учеными профессиональное и личностное развитие педагога рассматривается как единый процесс, происходящий в условиях подготовки будущего учителя в педагогических вузах и на этапах его саморазвития и осуществления педагогической деятельности.

В психолого-педагогической литературе есть немало публикаций ученых и педагогов-практиков, в которых профессионально значимые качества личности учителя изложены как система личностных качеств педагога, которые обеспечивают полноценное осуществление педагогической деятельности. Б. Ананьевым, Е. Бондаревской, Ф. Гоноболиным, Н. Кузьминой, А. Марковой разработаны и обоснованы теоретические модели общих профессиональных и личностных качеств

специалиста (педагогические профиограммы). Среди основных профессиональных черт учителя учеными определены: работоспособность, порядочность и человечность, ответственность, настойчивость, организованность, компетентность, творческая активность и адекватность поведения.

Личность современного педагога как специалиста в психолого-педагогической литературе характеризуется такими интегрированными понятиями как педагогические способности, профессионально-педагогический потенциал, педагогическая культура, профессионализм; исследователями раскрыта сущность и роль этих понятий (Н. Аминов, Е. Гармаш, И. Багаева, В. Крутецкий, Н. Кузьмина, А. Маркова, и др.) Также учеными выделены такие сферы профессионального развития личности учителя как потребностно-мотивационная, интеллектуально-когнитивная и эмоционально-волевая; раскрыты личностные черты, обеспечивающие готовность педагога к эффективному осуществлению педагогической деятельности, среди которых ключевыми определены: педагогическое мышление, педагогический талант и педагогическая культура и творчество педагога [5].

Проблема формирования мышления человека, его способность творчески рассуждать и действовать нашла широкое отражение в психолого-педагогической теории и практике; изучение базируется на научных исследованиях Л. Выготского, Дж. Гилфорда, У. Джемса, Дж. Дьюи, А. Брушлинского, Г. Костюка, А. Леонтьева, С. Рубинштейна и других ученых, описавших философские концепции феномена мышления и методологию его формирования и развития на протяжении жизни. В частности, системное формирование творческого мышления будущего учителя основывается на общих исследованиях психологических аспектов развития личности (К. Абульханова-Славская, Л. Божович, Л. Выготский, Л. Рубинштейн и др.), психологии творчества человека и личности педагога (А. Алексюк, А. Залужный, В. Клименко, А. Киричук, С. Максимова, А. Матюшкин и др.).

Особенно актуальными указанные исследования являются в инновационных условиях развития образовательной системы, когда педагогическая наука и практика находятся в поиске новых принципов и подходов к педагогической деятельности, организации учебно-воспитательного процесса, форм и методов подготовки будущих педагогов, повышении их квалификации и переподготовки. Это подтверждается повышением интереса исследователей к инновационным процессам в образовательной системе и проблемам педагогической инноватики.

Значимыми для нашего исследования являются труды М. Бургина, Л. Даниленко,

В. Кременя, В. Паламарчука, Н. Юсуфбекова и других ученых, которые определили законы течения инновационных процессов в образовании; раскрыли сущность и роль педагогических инноваций и инновационной деятельности педагогических работников; рассмотрели внедрение образовательных инноваций как интеграцию научных достижений в педагогическую практику.

Исследователями образовательные инновации понимаются как прогрессивные технологии, которые направлены, прежде всего, на решение проблем современного образования в условиях его глобализации, информатизации и интеграции в мировое образовательное пространство; обеспечивают качество образовательных процессов и инновационное развитие учебных учреждений; служат связующим звеном между научно-техническим прогрессом запросами государства, общества и учебными заведениями[4].

Анализ научно-педагогической литературы по проблемам течения инновационных процессов в системе образования, развития личности учителя, формирования системы профессионально значимых личностных черт педагога и раскрытия интегрированных понятий, характеризующих его личностные качества, подтверждает важность и актуальность исследования проблемы формирования личности педагога в условиях инновационных изменений образовательной системы.

Целью статьи является освещение результатов поиска и теоретического исследования основных понятий инновационной составляющей личности современного педагога - инновационное мышление, инновационная культура и инновационное поведение для дальнейшего формирования их в будущих учителях в учебном процессе педагогических вузов и повышении квалификации педагогических работников. Инновационное развитие учебных заведений является одним из важных и сложных инновационных процессов, который происходит в рамках общих законов развития государственной образовательной системы в соответствии с социально-экономическими, общественными и научно-педагогическими потребностями общества.

Главными составляющими процесса инновационного развития являются: создание условий, способствующих внедрению образовательных инноваций (поэтапному применению инновационных педагогических технологий, реализации инновационных программ и проектов); формирование инновационного потенциала учебного заведения (профессиональная и психологическая подготовка педагогических работников к участию в инновационных проектах и осуществлению инновационной деятельности (выработка инновационных идей, их экспериментальная проверка и распространение) [4].

Задачи по формированию инновационного потенциала учебного заведения состоят не в том, чтобы найти необходимое количество педагогов (учителей школ, преподавателей высших учебных заведений),

соответствующих определенным требованиям инновационного учебного заведения, и на этом решить кадровую проблему, сегодня нужны действенные механизмы по стимулированию педагогических работников всех уровней к постоянному профессиональному росту и личностному развитию в условиях инновационных изменений образовательной системы.

Личность педагога - это система его ценностных ориентаций, мотивов и стиля индивидуальной деятельности и общения; основа (матрица) педагогической деятельности, которая определяет характер его целей и задач; на ней основывается индивидуальность, уникальность и неповторимость человека как специалиста [5]. Поэтому существует потребность в разработке и теоретическом обосновании инновационных составляющих личности современного педагога, применении новых факторов мотивации будущих и практикующих педагогов к инновационной деятельности, поиска новых моделей формирования личности современного педагога в системе подготовки и отбора кадров в образовании, которые обеспечат развитие инновационного мышления педагога и его инновационной культуры.

Для успешного протекания инновационных процессов в образовательной системе важно, чтобы педагоги умели проанализировать цепочку от создания до стандартизации инновации (предпосылки возникновения инновационной идеи, природу проблемы, на решение которой направлена инновация, этапы ее внедрения, результативность (эффективность), понимали ценность и стратегию внедрения инновации; осознавали сущность инновационной деятельности, были способны мыслить инновационно. Это означает, что педагогическое мышление (профессиональное мышление педагога), важнейшими характеристиками которого являются прогнозируемость, проблемность, самостоятельность, активность, гибкость, творчество [3], приобретает новые качественные признаки, к которым относим и инновационный.

Сущность педагогического мышления исследователи характеризуют как своеобразное видение мира, которое отображает психолого-педагогические и специальные знания педагога, установки, определяющие его поведение, и способы понимания действий [5]. Сложный феномен инновационного мышления педагога мы рассматриваем как составляющую комплексного понятия «педагогическое мышление», которая имеет характерные признаки, особенности, отличается спецификой и стереотипами.

Инновационное мышление педагога - это активный образ восприятия, осмысления и оценки педагогических объектов, основанный на личностном смысле и оценке педагогом внешнего мира; оно связано с необходимостью принятия нестандартных (инновационных) педагогических решений в нестандартных педагогических ситуациях и

обеспечивает разработку и освоение новых моделей взаимодействия субъектов педагогического процесса. Как составляющая педагогического мышления, инновационное мышление является когнитивным образованием, специфическим интеллектуальным инструментом, который обеспечивает определенную технологию протекания мыслительных процессов; познавательную и поисковую активность педагога.

Исследование сущности «инновационного мышления» нами проведено на теоретическом и практическом уровнях. Теоретически инновационное мышление педагога обозначается способностью: проводить системный анализ инновационных образовательных процессов; оперировать абстракциями (представлять процессы изменения педагогических объектов (явлений, процессов, действий) в идеальном и нестандартных вариантах); устанавливать причинно-следственные связи образования и внедрения инноваций; разрабатывать инновационные идеи на основе известных теорий, закономерностей, концепций и положений (сочетать технологические процессы различных сфер с педагогическими); оценивать педагогическую ситуацию с позиции поиска нестандартных вариантов ее решения, обоснование и принятие педагогического решения в условиях инновационных изменений; прогнозировать результаты инновационной деятельности, их положительные и негативные последствия, возможности и риски внедрения инноваций.

Педагогическая деятельность осуществляется через систему спланированных и ситуативных действий педагога в реальном времени, которые направлены на решение педагогических задач, что позволяет рассматривать инновационное мышление на практическом уровне. Фактор дефицита времени в процессе деятельности педагога вызывает потребность быстрого реагирования на изменения педагогической ситуации путем выработки решения и действий. Итак, на практическом уровне инновационное мышление педагога - это способность оперативно принимать верные решения и реализовывать их в условиях быстро меняющейся реальности (инновационной ситуации).

Сложность этого процесса проявляется в том, что педагог как субъект педагогической деятельности обязательно должен учитывать действие другого субъекта - ученика (студента, слушателя), предусмотреть которое бывает трудно, поэтому, прогнозируя результат, необходимо разрабатывать несколько вариантов решения.

Справедливо практическое мышление педагога называют искусством - оно непосредственно включается в педагогическое воздействие и

неотъемлемо от его выполнения [5]. Инновационность мышления педагога не является набором готовых шаблонов инновационной деятельности и способов ее проведения, это, прежде всего, специфический подход к организации профессиональной деятельности, где происходит соединение практического и теоретического типов инновационного мышления, обеспечивающего формирование интеллектуальной составляющей личности педагога и определяющего его поведение.

Инновационное поведение педагога является внешней демонстрацией его инновационного мышления, его характер проявляется в действиях, способах и методах осуществления инновационной деятельности от разработки инновационной идеи к внедрению инновации. Этот процесс тесно связан с постоянным обновлением способов преобразования объектов деятельности.

Мы рассматриваем инновационное поведение педагога как тип индивида

дуального или коллективного поведения человека, который характеризуется инициативностью и потребностью в системном освоении субъектами педагогической деятельности новых способов и методов обучения и воспитания или созданием новых и их эффективным использованием в педагогическом процессе и в различных сферах общественной жизни.

Поэтому инновационное поведение педагога связано с постоянным поиском и апробацией наиболее эффективных тактических моделей осуществления инновационной деятельности (разработка и внедрение педагогических инноваций, инновационных технологий), сущность которой должна соответствовать истинным интересам конкретного педагога и способствовать его развитию как личности и специалиста, что обеспечит его профессионализм и конкурентоспособность.

Литература:

1. Мышление учителя: Личностные механизмы и понятийный аппарат / ред.: Ю.Н. Кулюткин, Г.С. Сухобский. – Москва: Педагогика, 1990. – 104 с.
2. Организационно-педагогические принципы инновационного развития обще-образовательного учебного заведения: монография / [Г.Д.Щекатунова, В.В. Тесленко, К.В. Гораш и др.]; в науч. ред. Г.Д. Щекатуновой. – К.: Педагогическая мысль, 2013. – 264 с.
3. Педагогическое творчество и мастерство: хрестоматия /сост. Н. В. Гузий. – К.: ИЗМН, 2000. – 168 с.
4. Слоан Пол. Искусство мыслить незаурядно / Слоан Пол ; пер. с английского. – К. : Companion Group, 2012. – 224 с.

ВЗАИМОСВЯЗЬ СТРАХА И ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

Существуют своеобразные противоречия в человеке между его творческим порывом и переживанием такой эмоции как страх. Страхи являются неотъемлемой частью жизни человека. Они необходимы с целью выживания. Страхов огромное количество и они все различны. Страх творческого проявления – это проблема многих людей. Он мешает жить, развивать способности и творить в полную силу. Творческие способности позволяют создавать новое, никогда не существовавшее ранее. Но для креативной личности творческая деятельность является жизненной потребностью. Страх может подавлять желание творить, но потребность остается. Эта потребность побуждает подростка к борьбе со своими страхами.

Теоретическая часть исследования описывает категории страха и творческих способностей, их понятия, виды и значимость. Эмпирическое исследование направлено на подтверждение гипотезы о том, что отрицательная эмоция страха негативно влияет на развитие творческих способностей подростков.

Ключевые слова: страх, способности, творчество, творческие способности, эмоции, уровень сформированности способностей.

Постановка проблемы. Все возможные проявления творческой деятельности человека сопровождаются эмоциональными переживаниями. Существует своеобразное противоречие в человеке, между его творческим порывом и такой эмоцией как страх. Существует множество классификаций страхов. Например, страх самовыражения, неудачи или, наоборот, успеха, страх чьей-то оценки, страх общения, страх неизвестного и многие другие. Каждый из этих страхов имеет свой источник, свои причины и свои способы преодоления.

Страх творческого проявления является ощутимой проблемой многих одаренных людей. Такой страх характеризуется так называемым «внутренним критиком», что является субъективной оценкой человека самого себя, своих действий и поступков. К примеру, девушке нравится петь, но ей может помешать «внутренний крик» добиться определенных успехов на пути к реализации собственного призвания. Многие люди не в силах преодолеть этот процесс размышления, справиться с такой задачей, и их творческий потенциал угасает. В детском возрасте такие размышления невозможны. Дети не задаются вопросами о том, что у них может получиться

что-то «плохо», «некрасиво» или «неправильно», они просто увлечены исследованием окружающего мира. «Внутренний критик» вредит людям, он приносит в жизнь стыд, смущение или страх. Однако он необходим, чтобы проводить эстетическое различие, чтобы он оказывал помощь на пути к достижению цели. «Внутренний критик» – это часть человеческой жизни, которая создает препятствия к способности действовать [5]. На сегодняшний день человек находится под большим влиянием экзогенных факторов: вынужденные переезды, климатическая нестабильность, политические конфликты, войны и др. Не каждый взрослый может спокойно перенести такие изменения, а особенно дети. Современные дети отличаются от детей предыдущих поколений. Развитие научного прогресса, обилие информации, а также стремительно меняющийся темп и образ жизни людей оказывают огромное влияние на характер малышей с самых первых секунд жизни. Современные дети, в основном, живут виртуальной жизнью, а это негативно сказывается на их реальном существовании. Они не обладают нужными навыками для нормальной жизнедеятельности. Такие дети, сталкиваясь с примитивными жизненными трудностями, часто опускают руки, теряются и боятся проявить себя, боятся осуждения окружающих. Эти условия негативно сказываются на проявлении творческих способностей, не говоря об их развитии.

Жизнь постоянно создает новые ситуации, каждая из которых вызывает изумление. В каждом ориентировочном рефлексе есть элемент изумления, отсюда – кратковременное чувство беспокойства, тревожности, страха и вегетативная разрядка, которая ему в большей или меньшей степени сопутствует [1].

В свою очередь, творчество – это процесс деятельности, создающий качественно новые материальные и духовные ценности, или итог создания объективно нового. А способности – это индивидуально-психологические особенности, отличающие одного человека от другого, определяющие успешность выполнения деятельности или ряда деятельностей, не сводимые к знаниям, умениям и навыкам, но обуславливающие легкость и быстроту обучения новым способам деятельности [4]. Творческие способности позволяют создавать новое, никогда не существовавшее ранее. Для творческой личности творческая деятельность является жизненной потребностью. Главным показателем творческой личности является наличие творческих способностей, которые представляют собой индивидуально-психологические особенности человека, отвечающие требованиям творческой деятельности, и обозначаются условием ее успешного выполнения. Творческие способности человека проявляются в любой деятельности: научной, производственной, художественной и др.

Иметь творческие способности – это значит мыслить творчески, находить нестандартные решения задачи, видеть картину мира, как в целом, так и детально. Это редкое и ничем не заменимое качество, отличающее людей, талантливых в любой сфере деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций. Страх, его характеристики, разновидности и влияние на личность и массы изучали как зарубежные, так и отечественные психологи. Из них З. Фрейд, который делил страхи на реальные и невротические, Ф. Римен, который выделил четыре формы страхов, а так же В. Леви, который создал простое и доступное сравнение всевозможных человеческих страхов с обычным деревом.

Творческую личность изучали различные психологи, такие как: С. Л. Рубинштейн, В. И. Андреев, Д. Б. Богоявленская, Н. И. Кругликов, А. Н. Лук, И. М. Розет, М. Арнаудов, П. Вайнцвайг, К. Тейлор, Э. Торренс, Л. Холл и др.

Формулирование цели статьи. Целью исследования является теоретическое обоснование и эмпирическое исследование взаимосвязи страха с творческими способностями у подростков, а так же определение формы этой взаимосвязи. Исходя из поставленной цели были выделены следующие задачи исследования: изучить и обобщить научные данные по проблеме страха и творческих способностей; выявить наличие/отсутствие общих страхов в подростковом возрасте (13-16 лет); определить уровни степень развитости творческих способностей в подростковом возрасте у испытуемых из класса с художественным уклоном и класса с изучением иностранных языков; осуществить анализ результатов проведенного исследования.

Результаты исследования. Исследование проводилось в 2015 – 2016 гг. В нем приняли участие 50 человек. В ходе исследования были использованы следующие методики: Опросник иерархической структуры актуальных страхов личности (ИСАС) Ю. Щербатых и Е. Ивлевой; Методика «Несуществующее животное»; Методика «Выявление степени сформированности творческих способностей»; Тест невербальной креативности Торренса (адаптация А.Н. Воронина).

С помощью дескриптивного и корреляционного анализа были получены следующие результаты.

Средний показатель уровня сформированности способностей в художественном классе оказался выше 95% (31,7 балла), чем у детей в классе иностранных языков 90% (28,5 балла). Это свидетельствует о том, что в классе, где основной уклон делается на формировании и развитии творческих способностей, у детей лучше сформированы: творческое мышление, невербальная коммуникация, они обладают творческим потенциалом.

У испытуемых с высоким уровнем сформированности творческих способностей уровень оригинальности снижен ($r = - 0,35$). Аналогичный результат был получен при сравнении сформированности способностей и уникальности ($r = - 0,20$). Чем лучше сформированы способности, тем ниже уровень уникальности. Главной задачей художественного класса является развитие творческого мышления учащихся, наличие у них общей культуры мышления. Из этого следует, что их учебная деятельность основана на умении анализировать, обобщать, сравнивать. Для повышения уровня

уникальности основной упор в учебной деятельности следует делать на умение генерировать идеи, способности к ассоциации, гибкости и оригинальности мышления, а так же умения отходить от традиционного виденья окружающего мира. Данная задача выполняется недостаточно.

Гендерный анализ показал, что в женской выборке существует связь между показателем уникальности и степенью сформированности творческих способностей ($r = 0,66$). Чем лучше сформированы творческие способности у девочек, тем выше уникальность, способность к созданию чего-то нового, никогда не виданного ранее. У мальчиков подобной связи не обнаружено.

По данным дескриптивного анализа были получены следующие результаты.

Подростки из художественного класса обладают большей степенью сформированности творческих способностей. У подростков из художественного класса основной уклон делается на художественные дисциплины: рисунок, черчение, композицию, историю искусств и историю архитектуры. На этих предметах класс делят на две подгруппы, для повышения эффективности усвоения знаний. Однако, подростки из класса иностранных языков также показали высокий результат по сформированности творческих способностей. Это связано с тем, что помимо общеобразовательных предметов, дети принимают участие в школьных творческих конкурсах, проводимых в самой школе, а так же на городских конкурсах «Луганщина – мой край родной», «Первоцвет» и др.

Тест креативности Торренса показал, что дети из класса иностранных языков более оригинальны и уникальны. Они справляются с данными заданиями быстрее по времени, их рисунки меньше требуют изменений или исправлений. Ученики художественного класса выполняют задание дольше, вырисовывая каждую деталь рисунка, и часто исправляют его. У них сформирован определенный шаблон рисования, из-за чего отсутствует собственная уникальность.

Проведенный опросник ИСАС Ю.Щербатых показал, что общий страх подростков в классе иностранных языков составляет 73%, а в художественном классе – 70%. Учащиеся обоих классов имеют высокий уровень страха. Возможно, этот страх связан с особенностями проживания подросткового периода, так как в это время происходят становление мировоззрения, межличностных отношений, социальной направленности и физические изменения в организме детей.

В этом возрасте у детей отмечают обострение «природных страхов»: высоты, огня или воды, боли или крови, а так же страх пострадать от социальных факторов. Переход от младшего подросткового возраста к старшему сопровождается изменением страхов. «Природные страхи» заменяются социальными. Дети, как правило, боятся осуждения, позора, выступления на публике, проявления чувств, быть отверженным или получить какое-либо отрицательное клеймо. Возрастная динамика содержания страхов от младшего подросткового возраста к старшему

сопровождается уменьшением фобий и увеличением социальных страхов [2].

Проективная методика «Несуществующее животное» была проведена с целью определения страха у учащихся. Рисунки учащихся класса иностранных языков выявили наличие большего количества неблагоприятных признаков, по сравнению с рисунками подростков из художественного класса.

Ученики класса иностранных языков чаще использовали штриховку в процессе рисования животного, что говорит об эмоциональной напряженности, тревожности человека. Изображали животных большими глазами, с прорисованной радужкой, что свидетельствует о наличии постоянного страха, подозрительности, тревожности. Такие люди живут в постоянном испуге. На многих рисунках заштрихованы рты – это признак готовности испугаться, такие испытуемые часто недоверчивы и опасливы. Так, данный признак можно трактовать как страх вербальной агрессии. Рисунки, в которых, голова животного повернута влево в сочетании с заштрихованным ртом, говорят о боязни себя, страхе собственных мыслей, высказываний, частом обдумывании собственных поступков, боязни осуждения. У таких подростков легко возникают страхи, опасения и недоверие. Большинство подростков тщательно обвели контуры фигур, с большим нажимом, из-за чего животные выглядели агрессивнее. Скорее всего, дети боятся находиться в социуме, взаимодействовать с другими людьми и выделяют свои границы, защищают себя невербально и пребывают в постоянном волнении. Животные маленьких размеров изображались редко, но те, что были нарисованы, свидетельствуют о боязни самовыражения, страхе быть выделенным из толпы.

Учащиеся художественного класса использовали детали «страха» гораздо меньше, их рисунки не были заштрихованы, глаза прорисовывались не так четко, с меньшим нажимом, животные были обычного размера. В их рисунках преобладали такие детали, как рот с прорисованным языком – признак болтливости; крылья – признак мечтательности, экспансивности, творческих способностей; различные украшения – признак демонстративности, желания выглядеть хорошо, привлекательно. Большинство рисунков наполнены разнообразным количеством «добрых» деталей – общая сильная энергия, уверенность в себе, творческое начало. По типу все животные были нейтральные, что говорит об адекватном представлении себе в обществе.

Таким образом, можно предположить, что занятия художественным творчеством оказывают катарсический эффект, избавляют подростков от существующих у них страхов, делают их менее тревожными и более уверенными в себе.

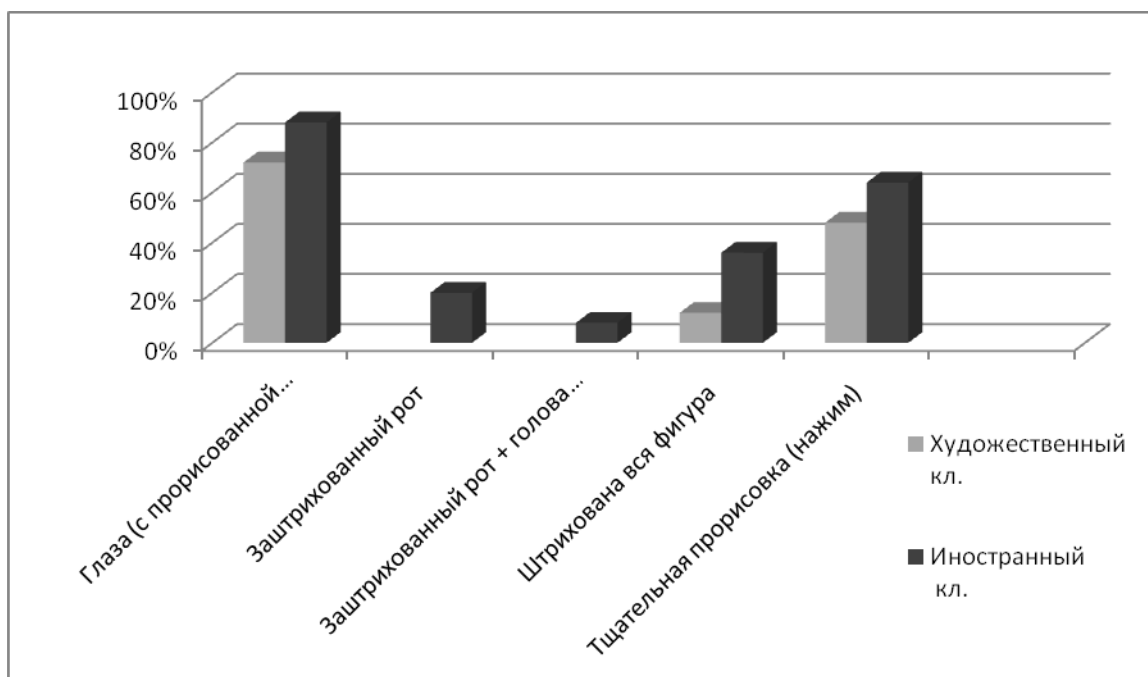


Рис. 1. Соотношение деталей рисунка, указывающих на страх.

Выводы и перспективы дальнейшей работы. В результате исследования выяснилось, что в подростковом возрасте наравне с творческими способностями существуют страхи. Подростки с очевидными страхами проявляют свои способности и умения гораздо реже, чем дети с небольшой тревожностью. Таких детей очень много. Но есть вероятность, что тем детям, у которых нет ярко выраженного страха, мешает раскрыться и развиваться школьная учебная программа. Часто детям не дают право выйти за рамки стандартного и проявить любого рода инициативу. Такие «незначительные» факторы оказывают наиболее сильное влияние на подростков, вследствие чего они постепенно теряют инициативу, увлеченность и заинтересованность в каком-либо роде деятельности. Перспектива дальнейшей работы заключается в подробном изучении конкретных страхов и фобий, а так же их влияния на индивидов, как с развитыми, так и со скрытыми творческими способностями.

Литература

1. Дьяченко О.М. Проблема развития способностей: до и после Л. С. Выготского // Вопросы психологии. - 1996. - №5. - с. 104.
2. Ермак В.В., Шкуратова И. Страхи подростков и их обусловленность тревожностью, нейротизмом и агрессивностью. Ростов-на-Дону.: «Фолиант», 2004. – 299 с.
3. Ильин Е.П. Психология творчества. – СПб: Издательство «Питер», 2012. – 448с.
4. Кайл Р. Развитие ребенка от рождения до 17 лет / Под науч. ред. А. Алексеева. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2006. – 640 с.

5. Кемпински А. Экзистенциальная психиатрия. –М.: Совершенство, 1998. – 320 с.

Ю.А.Шкандыбин, С.П.Долгополов, Н.В. Иванова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

СИСТЕМА ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ НЕЙРОННОЙ СЕТИ ДИАГНОСТИКИ СОСТОЯНИЯ

Волокнистые полимерные композиционные материалы (ВПКМ) находят все большее применение в различных изделиях благодаря своим прочностным и жестким характеристикам, а также коррозионной стойкости.

Однако в процессе эксплуатации в ВПКМ накапливаются микрповреждения, которые со временем могут привести к потере работоспособности конструкции. Различные дефекты появляются и при изготовлении ВПКМ. Поскольку разрушение композитов изучено менее подробно, чем металлов, трудно оценить степень опасности дефекта.

Ключевые слова: ВПКМ, дефект, нейроны, датчик, композитор.

Использование ВПКМ в изделиях с повышенными требованиями к надежности (например, в баллонах высокого давления) сопряжено с некоторой долей риска. В настоящее время, необходимой степени надежности силовых конструкций часто достигают завышением коэффициента безопасности, что приводит к увеличению массы конструкции. В идеальном случае контроль состояния ВПКМ и изделий на их основе необходимо осуществлять в режиме реального времени.

Многие традиционные методы контроля (ультразвуковой, радиоволновой, рентгеновский и т.п.) требуют дорогостоящей крупногабаритной аппаратуры, не позволяющей вести мониторинг состояния баллонов высокого давления в режиме реального времени (в процессе эксплуатации). В связи с этим особенный интерес вызывают те способы контроля состояния ВПКМ, в которых датчики являются частью исследуемого материала. При этом конструкция из ВПКМ сама «сообщает» о степени своей работоспособности. Такие структуры называют интеллектуальными материалами.

В настоящее время одним из наиболее перспективных направлений контроля состояния ВПКМ в режиме реального времени является использование распределенных измерительных систем на базе оптических волокон.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать систему диагностики технического состояния композитных изделий и определить пути создания системы позволяющей производить обучение нейронной сети по эталонным образцам; разработать методику синтеза нейроподобного помехоустойчивого детектора границ; разработать архитектуры нейроподобного помехоустойчивого детектора границ;

- осуществить аппаратно-программную реализацию нейроподобного помехоустойчивого детектора границ.

Способ изготовления баллона высокого давления включает изготовление внутренней герметичной оболочки и формирование внешней композитной оболочки из силового материала и связующего, охватывающей по крайней мере часть внутренней герметичной оболочки. Формирование внешней силовой оболочки осуществляют укладкой на внутреннюю герметичную оболочку по крайней мере одного слоя силового материала и последующую пропитку уложенного слоя связующим. Устройство для пропитки силового материала связующим включает герметичную емкость, выполненную с возможностью заполнения ее связующим и разогрева связующего. Технический результат - повышение прочности баллона. 2 н. и 14 з.п. ф-лы, 3 ил.

Изобретение может быть использовано в газовой, авиационной, судостроительной, автомобильной и смежных с ними отраслях промышленности, где применяются композитные баллоны высокого давления (ВД), наполненные сжатым или сжиженным газом.

Предлагаемое изобретение может быть использовано для изготовления композитных баллонов высокого давления, содержащих внутреннюю герметичную оболочку (именуемую в литературе также как «лейнер» или «колба») и внешнюю силовую композитную оболочку (именуемую также как «силовой корпус»), охватывающую по крайней мере часть внутренней герметичной оболочки. Более конкретно, изобретение относится к способам изготовления внешней силовой оболочки композитных баллонов.

Одной из наиболее важных преимуществ нейронных сетей является их способность представлять нелинейные преобразования, таким образом, нейронные сети способны формировать очень точную аппроксимацию для нелинейных функций любой продолжительности. Нейронные сети являются альтернативным вариантом проектирования оценочных устройств.

Важным свойством нейронных сетей является то, что они изучают динамику системы в процессе тренировки, состоящей из нескольких тренировочных циклов, с тренировочными данными, поступающими либо из предыдущего цикла, либо состоящей из реальных сигналов. После каждого цикла нейронная сеть узнает все больше и больше о динамике работы изделия. Одним из наиболее важных качеств нейронных сетей является их возможность изучать динамику поведения нелинейных систем автоматически, в случае, если архитектура нейронной сети содержит как

минимум три слоя. Существует ряд датчиков позволяющих решать задачи диагностики технического состояния композитных изделий.

Известен волоконно-оптический датчик, содержащий периодическую решетку вдоль оси волокна длина которой может составлять десятки тысяч длин световой волны, что приводит при нагружении волокна к интерференционным явлениям, обусловленным отражением света от штрихов решетки. Расстояние между штрихами дифракционной решетки изменяется, и так как по длине волокна нанесено несколько решеток с различными расстоянием между штрихами, то одно волокно может дать информацию о деформации структуры сразу в нескольких точках. Для этого в волокно вводится широкий спектр света и регистрируется отраженный спектр. Динамические деформации измеряют исходя их изменения длины отраженной волны.

Недостатком данного датчика является то, что для работы с дифракционными решетками требуется высокая точность измерения и калибровки длины световой волны, что обуславливает большую стоимость дешифраторов для волоконных решеток. Также не представляется возможным использовать данные датчики в серийных изделиях из-за сложности организации размещения датчика в структуре композитного изделия и организации ввода вывода светового потока в волокно.

Известен волоконно-оптический датчик для распределенных измерений представляющий собой оптическое волокно, защищенное спиралеобразным покрытием. Принцип работы данного датчика заключается в регистрации потерь в волокне от локальных микроизгибов происходящих под воздействием покрытия, которое зависит от внешних воздействий (давление, деформации).

Основные недостатки данного датчика – сложность размещения в изделии из КМ и сложность организации ввода вывода светового потока в волокно.

Расширение функциональных возможностей систем хранения и обработки информации связано с усложнением их структур и увеличением количества их элементов. Основным препятствием при увеличении числа элементов системы служит проблема её надёжности. Мозг же представляет собой супермногоэлементную систему, но, тем не менее, безотказно служит человеку всю жизнь.

Задача построения надёжно работающих систем на недостаточно надёжных элементах - одна из самых главных в кибернетике.

Весьма эффективным способом повышения надёжности сложных систем является преобразование информации, при котором переходят от обычной, естественной пространственно-временной формы её представления к частотно-спектральной форме, в которой далее она хранится, обрабатывается и передаётся по каналам связи. Очень важно, что структурная избыточность дополняется различными видами функциональной, в частности, информационной, избыточности. Можно

полагать, что даже частичное воспроизведение этих свойств в технических средствах позволит создать высоконадёжные информационно-перерабатывающие самоорганизующиеся адаптивные системы переменной структуры, обладающие способностями к приспособлению.

Искусственные нейронные сети применяются в различных областях науки: начиная от систем распознавания речи до распознавания вторичной структуры белка, классификации различных видов рака и геной инженерии.

Нейронной сети предъявляются только входные сигналы, а выходы сети формируются самостоятельно с учетом только входных и производных от них сигналов.

Большинство применяемых нейронных сетей представляют сети обратного распространения – наиболее популярного современного алгоритма. В свою очередь, алгоритм обратного распространения не свободен от недостатков. Прежде всего не существует гарантии, что нейронная сеть может быть обучена за конечное время: зачастую усилия и затраты машинного времени на обучение, пропадают напрасно. Когда это происходит, обучение повторяется – без всякой уверенности, что результат окажется лучше.

Множество надежд в отношении нейронных сетей сегодня связывают именно с аппаратными реализациями, но пока время их массового выхода на рынок, видимо, еще не пришло. Они или выпускаются в составе специализированных устройств, или достаточно дороги, а зачастую и то и другое. На их разработку тратится значительное время, за которое программные реализации на самых последних компьютерах оказываются лишь на порядок менее производительными, что делает использование нейропроцессоров нерентабельным. Но все это только вопрос времени – нейронным сетям предстоит пройти тот же путь, по которому еще совсем недавно развивались компьютеры, увеличивая свои возможности и производительность, захватывая новые сферы применения по мере возникновения новых задач и развития технической основы для их разработки.

Реализация нейровычислителей на основе ПЛИС требует участия эксперта на топологической стадии проектирования. Это обусловлено тем, что автоматизированный режим разводки пока не позволяет достигать 60-100% использования ресурсов кристалла по разводке, а это является принципиальным для сильно связанных схем, к которым относятся и нейросетевые вычислители.

Из сравнения технических характеристик и аппаратного состава основных серий ПЛИС можно сделать некоторые предположения о преимущественных областях их использования. Кроме подхода, основанного на использовании неограниченной реконфигурируемости ПЛИС, при проектировании нельзя не учитывать возможность их использования в качестве замены ASIC-устройствам в небольших партиях изделий. Совершенно справедливо, что современные микроконтроллеры способны

выполнить те же задачи, что и проекты на базе ПЛИС, но при существенно более низкой цене за кристалл сопоставимой сложности. До недавнего времени этому ПЛИС могли противопоставить только возможность прототипов новых устройств за счет реконфигурируемой архитектуры, однако их DSP-возможности и появление недорогих «компромиссных» семейств все больше и больше размывает границы областей, где применение стандартных ASIC-устройств однозначно целесообразнее.

Исходя из этих данных, для современных ПЛИС фирмы Altera, имеется возможность делать расчеты о количестве нейроподобных фильтров, которые возможно реализовать на выбранном ПЛИС данной фирмы.

В результате проведенных исследований, посвященных проблеме, разработка системы, позволяющей производить обучение нейронной сети по эталонным образцам для диагностики технического состояния композитных баллонов высокого давления были получены следующие результаты;

- основываясь на конструктивных особенностях баллонов высокого давления и предложенной системе диагностики разрушения композитного изделия было установлено, что задача создания системы, позволяющей производить обучение искусственной нейронной сети сводится к разработке нейроподобного помехоустойчивого детектора границ;

- основываясь на анализе особенностей построения нейронных сетей разработана методика нейроподобного помехоустойчивого детектора границ;

- основываясь на свойствах ПЛИС фирмы Xilinx разработана архитектура нейроподобного помехоустойчивого детектора границ;

- исходя из поставленных задач используя язык VHDL и САД систему САПР Xilinx ISE Design Suite 13.3. была разработана система, позволяющая производить обучение нейронной сети по эталонным образцам для диагностики технического состояния композитных баллонов высокого давления.

Литература

1. Лукьяница А.А., Шишкин А.Г. Цифровая обработка изображений. – М.: “Ай-Эс-Эс”, 2009.-518с.: 928 с., ил.

2. Форсайт, Понс Компьютерное зрение. Современный подход.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2004.-928с.: 928 с.

3. Хайкин С. Нейронные сети: полный курс, 2-е изд., испр.: Пер. с англ.- М. : ООО “И.Д. Вильямс”, 2006.-1104 с., ил.

4. Тихонов А.Н.б Арсенюк В.Я. Методы решения некорректных задач - М.:Наука, Главная редакция физико-математической литературы, 1979, изд. 2-е, с. 286.

5. Бояринцев Ю.Е. Регулярные и сингулярные системы обыкновенных дифференциальных уравнений. Новосибирск: Наука, 1980, изд. 2-е, с. 223.

6. Круг П.Г. Нейронные сети и нейрокомпьютеры: Учебное пособие по курсу «Микропроцессоры». – М.: Издательство МЭИ, 2002. – 176 с. ISBN 5-7046-0832-9

7. Титов И.О., Емельянов Г.М. «Выделение контуров изображения движущегося объекта»; Вестник новгородского государственного университета: «Технические науки», 2010. – 50с. ил: с. 27 - 31

К.О. Долгополова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ КРЕАТИВНОСТИ И ПСИХОПАТОЛОГИЧЕСКИХ НАРУШЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ИЗВЕСТНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ЛИЧНОСТЕЙ

Данная статья посвящена установлению взаимосвязи креативности и психопатологического поведения путем теоретического изучения, проведения ретроспективного исследования и анализа творчества известных личностей. Изучением психологического здоровья человека занимались А. Маслоу, К. Г. Юнг, Э. Фромм. Вопрос психопатологического поведения рассматривали Клейберг Ю. А., Шапинский В. А., Мареев В. И. Изучением креативности занимались Буш Г. Я., Пономарев Я. А., Тихомирова О. К., Дж. Гилфорд, П. Торренс., Щебланова Е. И. Для изучения связи креативности с психопатологическими нарушениями необходимо теоретически изучить феномен креативности и психопатологических нарушений и установить их взаимосвязь на примере творчества известных личностей.

Ключевые слова: креативность, психопатологические нарушения, психическое здоровье, творчество, дромомания, нейротизм.

This article is devoted to the relationship of creativity and psychopathological behavior by theoretical study of a retrospective study and analysis of the creative celebrities.

The study human psychological health engaged Maslow, Jung, Erich Fromm. Question psychopathological behavior considered Clayburgh, Shapinsky, Mareev The study of creativity involved in Bush, Ponomarev, Tikhomirov, George. Guilford, Torrens., Shcheblanova. To explore the relationship of creativity with psychopathological disorders is necessary to theoretically examine the phenomenon of creativity and psychopathological disorders and to establish their relationship on the example of creative celebrities.

Keywords: creativity, psychopathological disorders, mental health, creativity, penchant, neuroticism.

Начнем с рассмотрения понятия «психическое здоровье». Всемирная организация здравоохранения дает такое определение: психологическое (психическое) здоровье – это состояние благополучия, при котором человек может реализовать свой собственный потенциал, справиться с обычными

жизненными стрессами, продуктивно и плодотворно работать, а также вносить вклад в жизнь своего сообщества. В этом позитивном смысле психическое здоровье является основой благополучия и эффективного функционирования для человека и для сообщества. Это основное понятие психического здоровья соответствует его широким и разнообразным интерпретациям в разных культурах [7]. Как мы видим, в данном определении нет разъединения на составляющие компоненты, психологическое здоровье рассматривается только в целом.

Изданного определения можно сделать вывод, что психическое здоровье — суть интегральная характеристика полноценности психологического функционирования индивида. Определение психического здоровья в современной науке тесно связано с общим представлением о личности и механизмах ее развития.

Всемирная организация здравоохранения выделяет следующие критерии психического здоровья: осознание и чувство непрерывности, постоянства и идентичности своего физического и психического «Я»; чувство постоянства и идентичности переживаний в однотипных ситуациях; критичность к себе и своей собственной психической продукции (деятельности) и ее результатам; соответствие психических реакций (адекватность) силе и частоте средовых воздействий, социальным обстоятельствам и ситуациям; способность самоуправления поведением в соответствии с социальными нормами, правилами, законами; способность планировать собственную жизнедеятельность и реализовывать эти планы; способность изменять способ поведения в зависимости от смены жизненных ситуаций и обстоятельств [3, с. 67].

Теперь перейдем непосредственно к рассмотрению самого понятия «психопатология». В психологии понятие «психопатология» предполагает проявление любых видов девиантного поведения, а так же психопатологические синдромы, психические расстройства и т.д. в психологии психопатология основывается на психопатологических симптомах и синдромах, являющимися проявлением определенных психических расстройств и заболеваний. Так как в работе делается акцент рассмотрения данной проблемы именно в сфере психологии, психопатология понимается, как любое проявление девиаций.

Теперь перейдем непосредственно к рассмотрению феномена креативности. Креативность - уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности. Первоначально креативность рассматривалась как функция интеллекта, и уровень развития интеллекта отождествлялся с уровнем креативности. Впоследствии выяснилось, что уровень интеллекта коррелирует с креативностью до определенного предела, а слишком высокий интеллект препятствует креативности.

В настоящее время креативность рассматривается как несводимая к интеллекту функция целостной личности, зависящая от целого комплекса ее

психологических характеристик. Соответственно, центральное направление в изучении креативности — выявление личностных качеств, с которыми она связана [6, с. 45].

Творчество – это создание новых по замыслу культурных или материальных ценностей. Оно является высшей формой активности и самостоятельной деятельности человека и общества. Рамки творчества охватывают действия от нестандартного решения простой задачи до полной реализации уникальных потенций индивида в определенной области [5, с. 202].

Творчество как один из видов деятельности и креативность как устойчивая совокупность черт, способствующих поиску нового, оригинального, нетипичного, обеспечивают прогресс общественного развития. На уровне общественных интересов креативность действительно рассматривается как эвристический способ жизнедеятельности, но на уровне социальной группы поведение творческой личности может быть оценено как вид деятельности, не согласующийся с нормами и предписаниями, принятыми в данном сообществе людей. Творчество может рассматриваться как форма поведения, не согласующаяся с принятыми нормами, но при этом не нарушающая правовые и моральные предписания группы [5, с. 35].

Креативность в контексте психопатологических нарушений рассматривается в двух направлениях:

1. Связано с психопатологией, сочетанием одаренности и различных девиаций. Новое – это всегда отклонение от нормы мышления и поведения, чем значительнее новое отличается от привычного, тем аномальнее оно выглядит.

2. Исследование творчества занимается рассмотрением проблем творческого воображения, интуитивного мышления, вдохновения, объективизации образов, особенности бессознательного творчества, половых, возрастных различий в творчестве [2, с 65].

Креативная личность отличается от других людей целым рядом особенностей:

- когнитивных (высокая чувствительность к субсенсорным раздражителям; чувствительность к необычному, уникальному, единичному; способность воспринимать явления в определенной системе, комплексно; память на редкие события; развитые воображение и фантазия; развитое дивергентное мышление как стратегия обобщения множества решений одной задачи и др.);

- эмоциональных (высокая эмоциональная возбудимость, преодоление состояния тревожности, наличие стенических эмоций);

- мотивационных (потребность в понимании, исследовании, самовыражении и самоутверждении, потребность в автономии и независимости);

- коммуникативных (инициативность, склонность к лидерству, спонтанность). [2, с.46]

Повышенная чувствительность (нейротизм) является нормой для творческой личности точно так же, как для обычного нормального человека является нормой эмоциональность в любом виде деятельности. Но повышенная чувствительность творческой личности находится близко к той грани, за которой начинается психопатология. Креативные люди более тонко чувствуют этот мир, способны увидеть то, что недоступно глазу обычного человека, они очень восприимчивы к критике, болезненно ее переживают, часто легко возбудимы, одни творческие личности бросают вызов обществу, общепринятым нормам, другие в свою очередь стараются подавлять свои эмоции, боятся быть непонятыми, страдают гиперстеснительностью [9, с.36].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что творческой личности свойственна повышенная чувствительность, у некоторых проявляется гебоидное поведение, у других, напротив, проявляется гиперстеснительное поведение, и то и другое часто впадает в крайности, что в свою очередь может привести к саморазрушению (алкоголизму, наркомании, игромании, парасуициду, суициду), человек становится опасен сам для себя, а в некоторых случаях и для окружающих, так как творческие люди спонтанны, тревожны, легко возбудимы, часто совершают отчаянные поступки, не думая о последствиях. Так же нейротизм часто приводит к эмоциональному перенапряжению и как следствие к нервным расстройствам, психопатологическим синдромам, а в некоторых случаях даже к психосоматическим и хроническим психическим заболеваниям. Бывают редкие случаи, когда человек имеет врожденное психопатологическое нарушение, но которое может стать вдохновением для личности, может бессознательно мотивировать на создание нового (например шизофрения, киста прозрачной перегородки и т.п.). Следует признать факт, что творческие способности могут сочетаться с некоторыми психопатологическими нарушениями.

За основу исследования мы возьмем личность Максима Горького и его творчество, исследуем биографию, его произведения и на основе этого установим, страдал ли он психопатологическими нарушениями.

Максiм Гóрький (Алексей Максимович Пешков) — русский писатель, прозаик, драматург. Один из самых значительных и известных в мире русских писателей и мыслителей.

Для начала следует акцентировать внимание на том, что Максим Горький прославился, как автор произведений с революционной тенденцией, находился в оппозиции царскому режиму. Это говорит о нем как об инициативном человеке, имеющего лидерские качества, который не боялся пойти против власти, придерживался своих взглядов и следовал своим идеям. Обычно эти качества присущи одаренным личностям, способным создавать что-то новое, т. е. креативным людям.

Далее будет рассмотрена проблема дромомании в творчестве Максима Горького. Дромомания, в какой форме она бы ни встречалась, есть

психопатическая черта, свидетельствующая о более или менее тяжелом нарушении общего психического равновесия индивида, обыкновенно прельщаются бродяжничеством люди неустойчивые, страдающие болезненными любопытством и желающие получить новые впечатления. Известным является тот факт, что отец Максима Горького в своем юношестве бродяжничал, бабушка и прабабушка так же долгое время нищенствовали и бродяжничали[1, с. 274]. Именно поэтому не является удивительным то, что в произведениях Максима Горького часто встречаются бродяги, он их рисует всегда как психопатов от роду или опсихопатившихся, олигофреников, душевно больных, даже тех, которые способны вызвать у читателя симпатию. Сам Горький определенное время бродяжничал из-за нужды, а иногда из-за наслаждения «свободой», бывали случаи, когда он даже совершал бродяжничиьи преступления, но он знал меру, и никогда не погружался в бродяжничью жизнь настолько, чтоб не выбраться из нее, или выбраться с ущербом для нравственности своей личности.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что у Горького была склонность к дромомании, об этом свидетельствуют факты из его биографии, и его многочисленные произведения, где присутствовали бродяги, стоит отметить что в своих произведениях он всегда делал акцент, т.е. данные персонажи не были ему безразличны.

Максимом Горьким было написано 306 литературных произведений. В 46 из которых бродяга являлся эпизодическим персонажем. И 61 произведение, в которых на бродяге акцентировалось внимание автора, или же бродяга являлся ключевым персонажем. Представим данную статистику в процентном соотношении: мы видим, что во многих своих произведениях Максим Горький упоминал о бродягах довольно часто, а именно в 35% своих произведений, и в 20% из них акцентировал свое внимание на бродяжничестве. Если взять упоминание бродяг в произведениях Максима Горького как в количественном, так и в качественном соотношении, то можно сделать вывод, что данная тема ему близка. Так же стоит учесть наследственность (отец, бабушка и прабабушка Горького определенное время бродяжничали), ну и, наконец, непосредственно факты из жизни самого Горького, он бродяжничал не только по нужде, но и для удовольствия. Следовательно Максим Горький имел такое психопатологическое нарушение, как дромомания.

Далее будет рассмотрено творчество Михаила Александровича Врубеля – известного русского художника, который работал практически во всех видах и жанрах изобразительного искусства: живописи, графике, декоративной скульптуре и театральном искусстве.

Михаила Врубеля знали как импульсивного человека, он был очень эмоционален, можно сказать, что даже неуравновешен, часто бывали перепады настроения, переход от бодрости, веселости, жизнерадостности и общительности к мрачному состоянию, замкнутости отрешенность, задумчивость сменялась потоком идей, планов, повышенной активностью, и

это не было обусловлено внешними причинами. Стоит отметить, что данное состояние прослеживалось еще с подростничества, а с возрастом только участилось и стало более глубоким. Он выделял себя на фоне других людей, был высокого о себе мнения, как о художнике, всегда говорил громко и быстро, даже диалог постепенно обращался в монолог. Люди для него не были нужны, он был сосредоточен на себе и своем творчестве. Часто высказывался нелестно о картинах других художников. На протяжении жизни в его поведении можно проследить черты нарцисстической, театральной и пограничной личности. Гипертрофированное чувство самоуверенности, уверенности в своей уникальности, импульсивность, эмоциональность, вспыльчивость, лидерство – особенности присущие творческой личности.

У Врубеля был неиссякаемый поток идей, он брался за одно художественное произведение, не закончив его, уничтожал и тут же брался за другое, координально непохожее на предыдущее, происходила быстрая смена идей, мыслей, образов. И так случалось очень часто, все происходило с бурными эмоциями, что являлось характерным для маниакального состояния.

Проанализировав личность и творчество Михаила Александровича Врубеля, можно сделать вывод, что изначально у него была предрасположенность к психопатологическим нарушениям с раннего возраста. Так же стоит отметить одаренность Врубеля, этот талантливый художник создавал потрясающие картины, создавал новое, как любая креативная личность он более тонко чувствовал мир, был эмоционален, эксцентричен, вспыльчив. Поток мыслей мешал закончить ему многие картины, он мог их дорисовать, его картины всегда были технически идеально нарисованы, но перемены состояния мешали. Нельзя сказать что изначально в его картинах можно было заметить, что Михаил Александрович страдал психопатологическими нарушениями, но далее патология стала влиять и на его творчество. Михаил Врубель страдал маниакальным синдромом, но это выражалось только в его поведении, на творчество данное состояние оказало влияние гораздо позже. Единственное, что стоит отметить, что его гениальность мешала закончить работу, нескончаемый поток мыслей не давал ему сосредоточиться, из-за этого его состояние менялось, что и привело в итоге к маниакально-депрессивному психозу. Как было указано выше, у Михаила Александровича прослеживались черты психопатологических нарушений еще с раннего возраста, но в картинах художника психопатология становится видна только когда начинают проявляться глубокие психопатологические нарушения, и влияние на творчество усиливается с прогрессированием психического расстройства Врубеля.

Таким образом, проанализировав личности и творчество Максима Горько и Михаила Врубеля, можно сделать вывод, что креативность и психопатологические нарушения имеют непосредственную взаимосвязь, так

как творческим личностям свойственна эмоциональность, чувствительность, что непосредственно влияет на их психическое здоровье, часто черты психопатологии можно проследить в произведениях искусства креативных личностей, но не всегда, как творец человек может быть здоров, а как личность – нет. Так же стоит отметить тот факт, что предрасположенность к психопатологии не зависит от того, каким видом творчества занимается креативная личность, одаренность в любом ее проявлении, предрасполагает к склонности к психопатологическим нарушениям, ввиду иного мироощущения творческого человека.

Литература

1. Гиндин В.П. Психопатология в русской литературе/ В.П. Гиндин – ПЕР СЭ, 2012. – 225с.
2. Дружинин В.Н. Психология / В.Н. Дружинин – М.: Инфра-М, 1994.
3. Елисеева И.И. Общая теория статистики: учебник / под ред. И.И. Елисеевой.— М.: Финансы и статистика, 2004. — 656 с.
4. Елисеев В.В. Психосоматические заболевания. Справочник / Елисеев В.В. –М, 2003.
5. Педагогический словарь / под. ред. В.И. Загвязинского, А.Ф. Закировой – М.: Изд-во Дрофа, 2008. – с. 286.
6. Психологос. Энциклопедия психического здоровья // [Электронный ресурс] // Психологическое здоровье – Режим доступа: http://www.psychologos.ru/articles/view/psihologicheskoe_zdorove – Дата обращения: 02.12.2015.
7. Психическое здоровье: усиление борьбы с психическими расстройствами / Всемирная организация здравоохранения – информационный бюллетень №220, 2010г.
8. Психология творчества, креативности, одаренности / под ред. Щерблановой Е. И. – М.:«Академия», 2008. – 336 с.

Т. А. Бугакова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ЛИЧНОСТИ, СКЛОННОЙ К НЕВЕРНОСТИ В ЖЕНСКО-МУЖСКИХ ОТНОШЕНИЯХ

Романтические отношения являются важной и значимой частью жизни человека, ведь в романтических отношениях он может удовлетворить потребности в любви и понимании. Именно поэтому мужчины и женщины во всем мире стремятся построить эмоционально теплые отношения,

характеризующиеся открытостью, высоким уровнем эмпатии, уважением и принятием.

Одной из причин, препятствующих построению гармоничных отношений является неверность. В последние годы эта проблема стала крайне актуальной. Именно это и послужило причиной выбора темы нашего исследования.

Ключевые слова: романтические отношения, женско-мужские отношения, неверность, измена, психологический портрет личности.

Постановка проблемы. Человеку, как живому существу, необходима реализация потребностей. Некоторые из них он может удовлетворить самостоятельно, однако для удовлетворения прочих просто необходимо взаимодействие с другим человеком [5, с. 4]. Речь идет о таких потребностях как любовь, понимание, забота и многие другие.

Именно поэтому мужчины и женщины во всем мире (осознанно или не осознанно) стремятся построить эмоционально-теплые отношения, характеризующиеся открытостью и доверительностью общения, высоким уровнем эмпатии, взаимным уважением и принятием [3].

Являясь важной и значимой частью жизни человека, романтические отношения характеризуются амбивалентными переживаниями [4]. Ведь любые отношения предполагают тесный межличностный контакт, как минимум на бытовом уровне. Объект любви не может в этой ситуации не вызывать время от времени отрицательных чувств, например, раздражения.

В романтических отношениях негативные переживания не могут появиться самопроизвольно, чаще всего их причиной становится негативно оцениваемое событие в жизни диады. Примерами таких событий в романтических отношениях людей могут являться случаи неверности (измены) партнера [1].

На данный момент в психологии нет единого определения понятия неверности. Многие авторы, исследовавшие проблему неверности, предлагают различные формулировки этого понятия.

В качестве базового понятия мы определили неверность как «отрицательно оцениваемый поведенческий акт романтического партнера, переносящий характеристики романтических отношений и способы поведения партнера в них на его отношения с другим человеком: сексуальный контакт, проявление чувств, эмоциональная привязанность» (Смирнова Н. С.) [4, с. 120].

Выделяют несколько причин неверности в отношениях: новая любовь, стремление отомстить, поруганная любовь, восполнение, тотальный распад семьи, случайная связь [6].

Однако, выявлено, что одни люди более склонны к неверности, чем другие. Это объясняется психологическими особенностями личности.

Понятие «психологическом портрете личности» может включать различные структурные единицы, в зависимости от выбранной теории.

Большинством исследователей, занимающихся изучением данного феномена, в структуру личности включаются: темперамент, способности, характер, волевые качества, мотивация, эмоции и социальные установки.

Анализ последних исследований и публикаций. Одними из первых научный интерес к вопросам близких отношений в конце XIX-го – начале XX-го века проявили психоаналитики: З. Фрейд, К. Г. Юнг, А. Адлер, К. Хорни, а также экзистенциальные психологи – В. Франкл, Э. Фромм, Р. Мей и др. [6].

Также тему женско-мужских отношений и неверности изучали Э. Бершид, Д. Майерс (изучали романтические отношения, пытались выделить признаки романтических отношений); Т. В. Андреева, К. Витек (ввели определения неверности); М. Хант, О. В. Лосева, С. И. Голод (выявили основные причины неверности); И. Н. Хмарук, П. И. Сидоров (классификация типов неверности).

Формулирование цели статьи. Теоретически обосновать и эмпирически исследовать психологическую характеристику личности, склонной к неверности в добрачных отношениях. Для достижения поставленной цели были выполнены следующие задачи: изучить основные теоретические подходы к проблеме неверности в женско-мужских отношениях; раскрыть психологическое содержание понятий «неверность», «психологический портрет личности»; организовать и провести эмпирическое исследование для выявления психологических особенностей личности, склонной к неверности; проанализировать полученные результаты о психологическом портрете личности, склонной к неверности в отношениях.

Результаты исследования. Исследование психологического портрета личности, склонной к неверности в женско-мужских отношениях, проводилось на выборке студентов I – III курсов (дневного и заочного отделения) ЛГУ имени Тараса Шевченко. В исследовании приняли участие 50 респондентов, возраст которых от 18 до 47 лет. Средний возраст – 22 года (21 год у женщин и 24 года у мужчин).

В диагностических целях были использованы следующие методики: Многофакторный личностный опросник FPI, Опросник «Шкала любви и симпатии», Методика «Маскулинность – фемининность» Сандры Бем, Методика Дембо-Рубинштейн (в модификации А. М. Прихожан), Опросник терминальных ценностей И. Г. Сенина. Также для изучения отношения испытуемых к вопросу неверности была использована авторская анкета.

В ходе проведенного исследования были получены следующие результаты. Согласно данным анкеты средний возраст мужчин, склонных к измене, составил 25,9 лет, женщин – 20,9. Среди испытуемых, не склонных к неверности, средний возраст мужчин – 22,6, женщин 19,8 лет. Таким образом, можно предположить, что склонность к неверности возрастает с годами.

Анализ полученных результатов показал незначительные различия в уровне образования у лиц, как склонных, так и не склонных к неверности.

Однако, в целом, испытуемые, не склонные к измене, имеют более низкий уровень образования.

В результате проведения дескриптивного анализа было выявлено, что по данным опросника FPI у испытуемых, склонных к неверности, высокий уровень спонтанной (71%) и реактивной (74%) агрессии. Это можно объяснить тем, что лица, склонные к проявлению агрессии по отношению к окружающим, обычно имеют низкие морально-этические нормы, пренебрегают своими обязанностями. Испытуемые, склонные к спонтанной агрессивности, характеризуются более низким уровне социальной комфортности и более высоким уровнем импульсивности. Также важной личностной особенностью является неспособность останавливать, сдерживать свои желания. То есть, для таких людей важно удовлетворять желания в спонтанном поведении, не принимая в расчет возможные последствия своих поступков. Поэтому очень часто они действуют необдуманно.

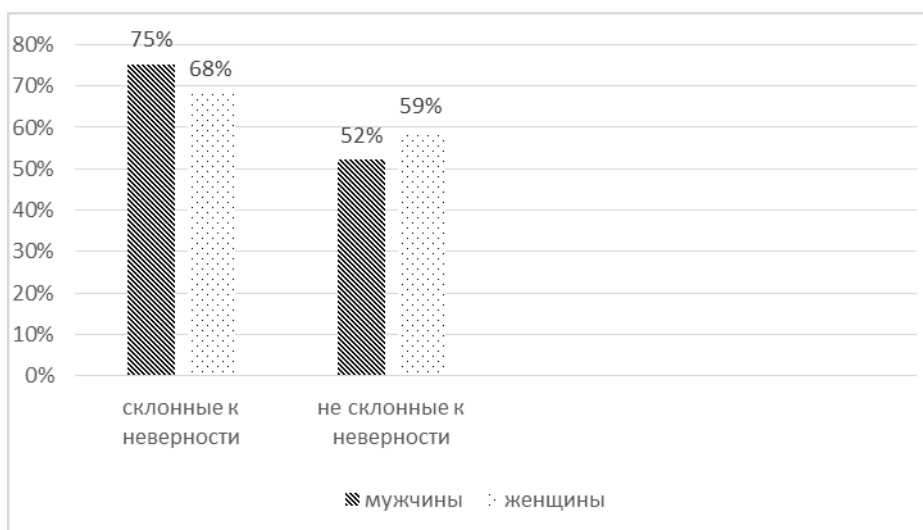


Рис. 1. Связь уровня спонтанной агрессии и склонности к неверности

Данные полученные при проведении дескриптивного анализа подтверждаются данными корреляционного анализа. Наблюдается положительная корреляция между уровнем спонтанной агрессии и склонностью к неверности ($r = 0,29$).

Еще одной важной чертой, связывающей спонтанную агрессию и склонность к неверности, является самоуверенность испытуемых. Т. е. люди, получившие более высокие баллы по показателю склонности к неверности, имеют более высокий уровень самооценки. Дескриптивный анализ показал, что уровень самооценки у мужчин и женщин, склонных к неверности, выше (63%), чем у лиц, не склонных к неверности в отношениях (57%).

Высокий уровень самооценки положительно коррелирует с высокими оценками по шкале общительности ($r = 0,59$). Можно говорить о том, что люди с высокой самооценкой более расположены к множественным

социальным контактам, для них не представляет трудности завести новые знакомства и сблизиться с партнером по общению в короткий срок.

Также была выявлена положительная корреляция между высокой самооценкой и высокими оценками по шкале экстраверсии – интроверсии ($r = 0,41$). Объяснить полученные результаты можно следующим. Высокие оценки по шкале "экстраверсия – интроверсия" характерны для лиц экстравертированных, активных, стремящихся к общественному признанию, лидерству, не стесняющихся, когда на них обращают внимание, не испытывающих затруднений в общении, в установлении контактов, охотно берущих на себя главенствующие роли во взаимоотношениях с окружающими.

И, наконец, высокий уровень самооценки отрицательно коррелирует с высоким уровнем застенчивости ($r = - 0,46$). Т. е. люди с высокой самооценкой уверены в себе, своих силах. Такие испытуемые имеют свое мнение и при этом уверены в нем, поэтому у них зачастую более доверительные и легкие отношения с окружающими.

Помимо этого была выявлена положительная корреляция между склонностью к неверности в женско-мужских отношениях и высокими оценками по шкале раздражительности ($r = 0,31$).

Объяснением полученных результатов может быть то, что высокие оценки по шкале "раздражительность" свидетельствуют о таких чертах как: непостоянство, избегание выполнения своих обязанностей. Помимо этого, такие люди склонны к игнорированию общепризнанных правил. Обычно они не выполняют требования общества, не придерживаются культурных норм и пренебрегают моральными ценностями.

Также была выявлена положительная корреляция между склонностью к неверности и уровнем открытости ($r = 0,36$).

В целом высокие баллы по шкале открытости говорят о стремлении испытуемых к доверительному и откровенному взаимодействию с окружающими людьми. Подтверждает полученные данные и дескриптивный анализ.

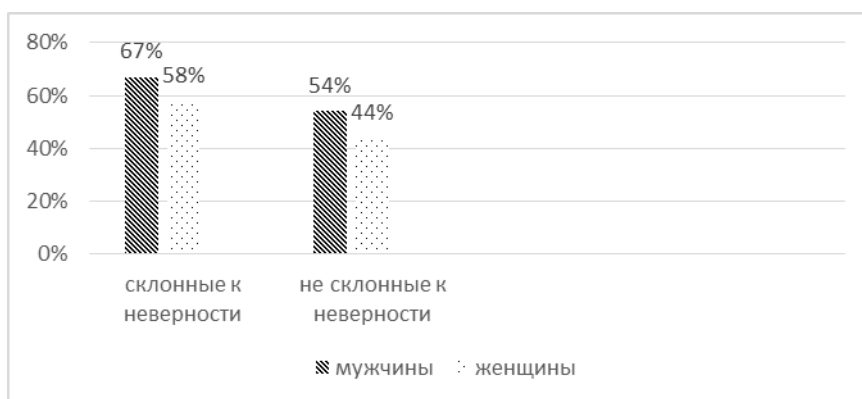


Рис. 2. Связь склонности к неверности и уровня открытости

Высокий уровень открытости испытуемых, склонных к неверности, можно объяснить тем, что таким людям легче устанавливать межличностные контакты, в том числе и с представителями противоположного пола.

Также высокие результаты по данной шкале позволяют сделать вывод о том, что испытуемые в целом позитивно отнеслись к процедуре тестирования. Их ответы были честными. А, следовательно, результатам исследования можно доверять.

Методика исследования терминальных ценностей И. Г. Сенина показала, что испытуемые, для которых важным является высокое материальное положение в общественной жизни, более склонны к неверности в отношениях. Такие результаты дал и корреляционный ($r = 0,36$), и дескриптивный анализ (65%). Это можно объяснить тем, что для испытуемых, набравших высокие баллы по данной шкале, важно получать материальные блага, только в этом случае для них становится важной активная социальная деятельность. Люди, ориентированные на материальные ценности в жизни, чаще изменяют своим партнерам.

По шкале «Любви и симпатии» получены следующие данные.

По шкале любви были выявленные незначительные различия между испытуемыми склонными (74,4%) и не склонными (73%) к неверности.

По шкале «Симпатия» выявлены более значимые результаты. Баллы по шкале симпатии у склонных к неверности (66,8%) ниже, чем у несклонных (70,4%).

Объяснить полученные данные можно следующим: низкие баллы по шкале симпатии указывают на низкий уровень уважения и восхищения партнером, что в свою очередь может спровоцировать появление интереса к другим представителям противоположного пола и, как следствие, к измене.

Методика «Маскулинность – фемининность» С. Бем показала, что лица с выраженной маскулинностью более склонны к неверности в женско-мужских отношениях. Причиной этому может быть то, что к традиционно маскулинным относят такие черты личности как независимость, агрессивность, склонность к риску, более высокий уровень самооценки. Что соответствует данным, изложенным ранее.

Выводы и перспективы дальнейших разработок. В результате наших исследований подтвердилось предположение о том, что существуют особенности личности, которые повышают склонность к неверности. В перспективе дальнейших исследований мы видим более углубленное изучение психологического портрета личности, склонной к неверности в женско-мужских отношениях.

Литература

1. Гозман Л. Я. Психология эмоциональных отношений. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 176 с.

2. Екимчик О. А., Григорова Т. П., Смирнова Н. С. Динамические аспекты близких (романтически) отношений и совладающее поведение партнеров // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика . – 2013. – №3. – С.144-150.
3. Лопатин А. Р., Свешников С. Ю. Семья как социально-культурный феномен // Вестник ПСТГУ. – Серия 4: Педагогика. Психология. – 2009. – №15. – С.18-27.
4. Смирнова Н. С. Аналитический обзор исследований неверности и измены в романтических отношениях // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика . – 2013. – №1. – С.117-121.
5. Шнейдер Д. Б. Семейная психология: Учебное пособие для вузов. 2-е издание. – М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2006. – 768 с.
6. Ятвецкая А. В. Кривошея Т. И. Адюльтер как социальный феномен // Вестник Одесского национального университета. Социология и политические науки. – 2013. – Т.18, Вып.2.

И.А.Белецкая

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

СУЩНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Аннотация. В данной статье говорится о сущности профессиональной подготовки. Рассматриваются разные подходы к определению понятия «профессиональная подготовка». Выделены основные цели, составляющие и компоненты профессиональной подготовки и др.

Ключевые слова: подготовка, профессиональная подготовка, процесс профессиональной подготовки, готовность, формирование готовности.

Постоянная трансформация рынка труда и системы профессионального образования ведет к появлению в педагогической науке новых понятий, искоренению устоявшихся, наполнению существующих новым содержанием, их апробированию практикой. Существенное влияние на процесс формирования понятийного аппарата оказывают интеграционные процессы в мире в целом и в образовательном пространстве в частности. В данных аспектах происходит и совершенствование понятия профессиональной подготовки, которая детерминирована целями и потребностями общества, а также дальнейшим развитием системы национального образования.

В педагогических исследованиях существуют разные подходы к определению понятия «подготовка»: некоторые ученые отождествляют его с

готовностью к профессиональной деятельности, другие считают, что она включает формирование готовности к профессиональной деятельности.

В. Сухомлинский видел результат подготовки к учительской профессии «человековедения» в «знаниях, умениях доведенных до степени мастерства, возведенных до уровня искусства» [6, с. 450].

Исходя из исследований Ф. Гоноболина и Л. Кондрашовой объектом подготовки необходимо считать процесс формирования профессиональных качеств учителя, а результатом – совокупность профессиональных личностных качеств, которые обеспечивают результативность деятельности.

Л. Журавлева и Н. Кузьмина акцентируют внимание на содержании, формах и методах профессиональной подготовки, а результатом исследования определяют знания, умения и навыки, которыми должен овладеть будущий специалист.

Профессиональная подготовка, по словам И. Мосичевой, рассматривается как процесс, который отражает научно и методически обоснованные мероприятия высших учебных заведений, направленные на формирование в течение срока обучения уровня профессиональной компетентности личности, достаточного для организации дальнейшей профессиональной деятельности с учетом современных требований рынка труда [5, с. 21].

В энциклопедии профессионального образования понятие «профессиональная подготовка» трактуется как совокупность реальных знаний, умений и навыков, качеств, трудового опыта и норм поведения, которые обеспечивают возможность успешного труда по избранной профессии; процесс сообщения соответствующих знаний и умений [8, с. 390].

Понятие «профессиональная подготовка» в педагогической энциклопедии трактуется как система профессионального обучения, основной целью которого является усвоение умений и навыков, необходимых для выполнения профессиональной деятельности.

Самым полным, на наш взгляд, является определение профессиональной подготовки А. Троцко: «Это система, которая характеризуется взаимосвязью и взаимодействием структурных и функциональных компонентов, совокупность которых определяет особенность, своеобразие, которое обеспечивает формирование личности студента в соответствии с поставленной целью, – выйти на качественно новый уровень готовности студентов к профессиональной деятельности» [7, с. 20].

На основе анализа трудов ученых можно определить цели и составляющие содержания профессиональной подготовки.

Целями профессиональной подготовки являются:

- формирование качеств будущего специалиста;
- овладение систематизированными знаниями, умениями, навыками и необходимыми личностными профессиональными качествами;

- вооружение студентов профессиональными знаниями, умениями и навыками [4, с. 21].

Составляющими профессиональной подготовки являются:

- психологическая подготовка;
- взаимосвязь теоретической подготовки и практики;
- профессиональное образование;
- совместная деятельность профессорско-преподавательского состава со студентами;
- профессионально-полезные виды деятельности.

В. Бутенко отмечает, что профессиональная подготовка – это владение системой профессиональных знаний, которую образуют:

1. Общекультурные знания (знания о человеке, его становлении, развитии реальной социокультурной действительности; специальные знания по культурологии, социологии, этике, эстетике, экономике, праву);

2. Психологические знания (знание общих характеристик личности: направленность, характер, темперамент, способности и др.; особенностей протекания психологических процессов (мышление, память, воображение и др.); методов психологического исследования закономерностей обучения и воспитания; особенностей усвоения учебного материала в соответствии с индивидуальными и возрастными характеристиками; умение применять приобретенные знания в профессиональной деятельности);

3. Педагогические знания (знание основных теорий формирования и развития личности, принципов педагогики и психологии; профессиональную подготовку, положительные и отрицательные стороны своей профессиональной деятельности и др.);

4. Профессиональные знания (знания по определенной профессии, позитивные и негативные стороны своей профессиональной деятельности и др.) [1, с. 24].

В структуре профессиональной подготовки мы выделяем, также как и Р. Комбекова, такие структурные компоненты:

- познавательный компонент (понимание коммуникативных заданий, оценка их значимости, знания способов решения, прогнозирования результатов и так далее);

- эмоциональный компонент (чувство ответственности, эмпатия);

- мотивационный компонент (потребность в коммуникации, стремление добиться успеха, показать себя с лучшей стороны);

- волевой компонент (мобилизация усилий, преодоление неуверенности в себе и своих силах и др.) [3, с. 103].

Следует отметить, что большинство из приведенных исследователей рассматривают практическую подготовку как существенную предпосылку успешной деятельности профессиональной подготовки будущих специалистов.

Профессиональная подготовка в научно-педагогической литературе часто используется в качестве синонима термина «профессиональное

образование». Однако мы считаем, что эти понятия неверно считать тождественными.

В этом аспекте мы в полной мере согласны с мнением Т. Десятова, который видит различие в том, что профессиональная подготовка не сопровождается повышением общеобразовательного уровня студентов, а осуществляется с целью обучения выполнению определенного вида работы, в то время как профессиональное образование – процесс и результат овладения определенным уровнем знаний, умений и навыков, норм и ценностей конкретной профессии с одновременным формированием общей культуры личности» [2, с. 123].

Это обосновано тем, что по результатам обобщения имеющихся в литературе мнений, можно констатировать, что содержание профессиональной подготовки включает:

- углубленное усвоение научных принципов и технологий избранного вида труда;
- развитие специальных практических навыков и умений;
- формирование личностных качеств, важных для дальнейшей профессиональной работы в определенной сфере человеческой деятельности.

Таким образом, профессиональная подготовка – это сложная многоуровневая образовательная система, структурированная из совокупности целей, форм, методов, средств, инструментария, принципов и технологий, предопределенных потребностями рынка труда, а также – это процесс и результат формирования готовности студента к качественному выполнению профессиональной деятельности.

Список используемых источников и литературы:

1. Бутенко В.С. К определению понятия непрерывного образования в современном мире // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2011. – № 3. – С. 22-27.
2. Десятов Т. М. Современное научное виденье непрерывного профессионального образования: стратегия развития в масштабах геополитических регионов // Непрерывное профессиональное образование: теория и практика. – 2002. – № 2. – С. 390.
3. Комбекова Р. В. Профессиональная подготовка учителя широкого профиля для начальной школы: дис. д-ра пед. наук: 13.00.08. – Сах., 2003. – 313 с.
4. Кузьмина Н. В. Психологическая структура деятельности учителя и формирование эго личности // Автореферат дисс. д-ра пед. наук. – М., 1965. – 39 с.
5. Мосичева И.А. Высшая школа и дополнительное профессиональное образование: проблемы и решения. Ставрополь, изд. СтавГУ, 2011. – 120 с.
6. Сухомлинский В. А. Избр. соч. в 5-ти т.- К.: Советов.школа, 1979. – Т. 1. – 686 с.

7. Троцко Г. В. Теоретические и методические основы подготовки студентов к воспитательной деятельности в высших педагогических учебных заведениях // Автореферат дис.д-ра пед. наук: 13.00.04. – К., 1997. – 54 с.
8. Энциклопедия профессионального образования: в 3 т. / Под ред. С.Я. Батышева. – М.: АПО, 1999. – Т. 2. – 440 с. – С. 390.

А. В. Стоянов

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

PR-КОММУНИКАЦИИ В ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ

Аннотация. Данная статья посвящена осознанию онлайн коммуникаций в современном обществе, которые создают новые формы диалога и формирования PR в глобальной сети интернет. Показано, что сетевые коммуникации в обществе могут выполнять двойную роль: развивать сознание, или же развивать креативное, аналитическое и навигаторское мышление. Для эффективного развития PR-деятельности в наше время нужно продвигать и в модели глобальной сети, которой свойственны коммуникативные аспекты. Основным достоинством развития PR в интернете является открытость для диалога и коммуникации, а также потенциал самоорганизации.

Ключевые слова: сетевые коммуникации, public relations, интернет, веб-сайт, PR-кампания, PR-мероприятия.

Annotation. This article is dedicated to the realization online communication in modern society, which create new forms of dialogue and PR in the global Internet. It is shown that network communication society can perform a dual role: to develop consciousness, or to develop creative, analytical thinking. For effective development of PR-activity in our time should be promoted in a global network model, which is characterized by the communicative aspects. The main advantage of PR on the Internet is open to dialogue and communication, as well as the potential for self-organization.

Keywords: network communications, public relations, internet, website, PR-campaign, PR-events.

Проблемами развития и продвижения PR-коммуникаций в глобальной сети занимаются такие ученые как Дурович А.П., Касьянов Ю.В., Моесеев О.В., Чумиков А.Н. [1-4], которые отмечают, что разработка и реализация программы по связям с общественностью, должны быть тесно увязаны с текущими тенденциями современного общества и развиваться в различных направлениях. Поэтому систематизация и выделения 5 принципов ведения PR-кампании и являются целью данной статьи.

Корпоративный веб-сайт в условиях наших реалий, является одной из главных потребностей в организации, связанных с туристским бизнесом и сферой услуг. При создании рассылки об упоминании организации, делается акцент на веб-сайтах. Сегодня маркетологи и эксперты в сфере PR задаются вопросом, как сделать сайт максимально результативным, для поддержания коммуникаций с целевыми аудиториями и создания благоприятного имиджа в сети интернет.

Создание и развитие сайта является одной из ключевых составляющих проведения PR-кампаний и осуществления PR-деятельности.

Исходя из концепции маркетинга сайт представляет собой набор информационных соединений, представленных в блоки и инструменты для взаимодействия с аудиторией, которая представлена действительными и потенциальными клиентами и компаньонами, а также представителями СМИ [1, с. 115]. Доменный адрес сайта должен отображать его направленность и специфику, а также быть запоминающимся. Обязательно нужно поддерживать обратный диалог с клиентами и осуществлять быстрое реагирование на вопросы или проблемы, которые возникли перед вашим клиентом. Для этого можно использовать электронную почту или ICQ.

Public relations в интернете тесно взаимодействует с продвижением веб-сайта, деятельность которого направлена на поддержания имиджа и создания коммуникаций между клиентами и предприятием. Не маловажным является взаимодействие со средствами массовой информации (СМИ), мониторинг блогов и форумов, создание и освещение событий разной направленности [1, с. 116].

PR-сайт является инструментом для изучения целевых аудиторий и каналом связи их информирования. Это позволяет провести статистический экскурс по посетителям, что позволяет сформировать образ своих клиентов и справиться с коммуникативными барьерами [3, с. 24]. Компания может давать доступ к определенной информации только зарегистрированным пользователям, для чего посетителям сайта надо пройти анкетирование. Часто создают различного вида рассылки, таким образом напоминая о компании и услугах. Это имеет смысл тогда, когда в компании есть лицо, которое в состоянии на систематической основе создавать полезные и информативные материалы, которые создадут заинтересованность для клиента. Чтобы сайт пользовался популярностью в интернете и имел рейтинги, его следует зарегистрировать в электронных каталогах и поисковых системах. Например: Google, Mail, Yandex, Rambler и другие. Также нужно заняться повышением собственного информационного присутствия в сети, цитируемостью сайта, чтобы увеличить количество материалов о сайте компании, выдаваемых поисковыми системами [2]. Это позволит оказывать воздействие на информационное пространство рынка по данному сегменту в Интернете. В последствии клиент сможет найти корректную информацию и сведения по деятельности компании, а не черный PR конкурентов. Продвижение онлайн также важно, как и взаимодействие со

СМИ. Это отображается в создании сетевой электронной ленты, которая дублирует все новости печатных изданий. Если еще совсем недавно существовала бездна между печатными СМИ и сетевыми, то сегодня наблюдается их интеграция [4, с. 58]. Информация на сайтах крупных изданий появляется практически одновременно с выходом печатного варианта, все это подчеркивает важность создания и продвижения корпоративного сайта [1, с. 117].

На сегодня большой популярностью пользуются пресс-конференции в режиме реального времени, которые дают потенциал выхода на открытый контакт с аудиторией. От тематики пресс-конференции зависит ее проведение и форма организации, это может быть, как обсуждение неопределенного вопроса, так и интервью с популярными личностями [1, с. 117]. Пресс-центры помогают проводить такие мероприятия, и у специалиста из другой части страны есть возможность задать вопрос и получить отклик ньюсмейкера в режиме онлайн.

Имеется ряд правил, которые необходимо соблюдать для организации эффективной PR-кампании. Итак, приступим.

Правило первое. Не ждите значительных событий и поводов для проведения PR-кампании, находите причины в повседневной жизни. Примерами могут служить заключения различных договоров, получения наград и призов, публикации стратегии развития, усовершенствования деятельности или услуги.

Правило второе. PR-деятельность должна быть нацелена только на вашего потребителя, а не для СМИ, журналистов, как это делают при работе многие предприятия. При проведении мероприятий по связям с общественностью, помните о том, на какой контингент направлена ваша кампания, какой «язык» будет понятен вашему потребителю. Используйте это.

Кроме того, следует избегать напыщенности в PR-кампании, которая мешает восприятию информации, которую вам необходимо донести до потребителя. Не стоит затрагивать все нюансы и тонкости работы вашей сферы. Для потребителя самым любопытным является то, чем Ваши мероприятия отличаются от других, и то каким образом Вы решаете проблемы своих клиентов. Ваша PR-кампания должна привлечь и раскрыть эти особенности. Помните об этом, при разработке концепции и политики PR-программы.

Правило третье. При проведении PR-мероприятий в глобальной сети интернет пользуйтесь ключевыми словами или хештегами, по которым Вас легко сможет найти целевая аудитория, пользуясь электронными поисковиками.

Правило четвертое. Для достижения наилучшего эффекта организовывайте дискуссии на различных форумах, заведите блог и пользуйтесь рассылкой. Это позволит держать постоянный контакт с аудиторией.

Правило пятое. Создавайте ссылки на свой официальный сайт, блог или форум во всех PR-мероприятиях. Возможно результатами Вашей работы воспользуются конкуренты и некоторые PR-мероприятия будут опубликованы на других сайтах. А пользователей которых заинтересует материал на посторонних ресурсах смогут ознакомиться и получить дополнительные сведения пройдя по созданной Вами ссылке на свой интернет-ресурс.

Вывод. PR является стремительно развивающейся сферой современной науки и практики. Взаимодействуя с общественностью он выступает главным средством социальных коммуникаций, являясь действенным способом донесения информации до разнообразных аудиторий и общества в целом. Имеется огромное количество методов влияния на социум, но в современных условиях одним из приоритетных направлений является использование медийных коммуникаций, связанных с интернетом. Связи с общественностью в сети имеют целый ряд существенных преимуществ по сравнению с традиционными каналами.

Список используемых источников и литературы

1. Дурович А.П. Реклама в туризме: учеб. пособие - 4-е издание / А.П. Дурович. - Минск: "Новое знание", 2008. –640с.
2. Касьянов Ю.В. PR-кампания своими силами. Готовые маркетинговые решения. СПб.: Питер, 2007. 192с.
3. Моесеев О.В. PR-технологии в туризме/ О. Моесеев // «Лаборатория рекламы маркетинга и public relations». –М., 2005.
4. Чумиков А.Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью. Теория и практика / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М., 2010.

А. А. Тонких

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

СОВРЕМЕННЫЙ ОПЫТ ИЗУЧЕНИЯ КОПИНГ-ПОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ПРОФЕССИЙ

В статье представлен теоретический анализ и обобщенный опыт современного представления об особенностях копинг-поведения специалистов экстремальных профессий, рассмотрены подходы к понятию профессиональной деятельности специалистов экстремального профиля, их копинг-ресурсы, что позволяет более углубленно изучить имеющиеся детерминации копинга во взаимосвязи с личностными особенностями индивида, а также более полно раскрыть проблему формирования эффективных копинг-стратегий как важного профессионального качества

сотрудников экстремальных профессий, позволяющего успешно справляться со сложными условиями жизнедеятельности.

Ключевые слова: стресс, стресс-факторы, копинг-поведение, копинг-стратегии, копинг-ресурсы, экстремальная ситуация, экстремальные профессии.

Научный интерес к изучению стресс-преодолевающего поведения за последнее время многократно возрос, что обуславливается различными причинами: ускоренным темпом современной жизни, постоянно возникающими социальными происшествиями, заставляющими людей изменять ценностные ориентации и жизненные установки с целью адаптации к новой ситуации, ежедневные профессиональные нагрузки. Все вышеперечисленное неизменно провоцирует стрессовые ситуации, с которыми человеку необходимо научиться эффективно справляться для его дальнейшей продуктивной и качественной жизнедеятельности. С этой целью человек использует копинг-стратегии, отличающиеся своим разнообразием, многовариативным репертуаром и осознанностью использования. Копинг поведение специалистов экстремальных профессий заслуживает отдельного внимания не только из-за высокой частоты их столкновения со стрессовыми ситуациями, но и по причине высокой моральной и социальной ответственности за результат своей работы, которую несет сотрудник при выполнении профессиональных обязанностей. Для объективного подхода к изучению проблемы копинга у специалистов экстремальных профессий, не хватает систематизации полученного опыта, структурированности знаний о самом понятии стресса и копинга, кризисных ситуациях и особенностях поведения личности при столкновении с ними. Отдельно стоит отметить необходимость интеграции достижений научного знания между различными отраслями психологии, ведь процесс копинга изучается в инженерной психологии, психологии труда, когнитивной психологии, экстремальной психологии и многих других направлениях, причем с различных ракурсов, присущих отраслевой специфике.

В процессе изучения материала, использованного для написания нашей статьи, было отмечено акцентирование внимания авторов на различных личностных чертах и индивидуальных особенностях специалистов экстремального профиля, которые можно определить как копинг-ресурсы личности.

Копинг поведение (син. «копинг», от англ. «to cope» - совладать, преодолевать) неразрывно связано с проблемой стресса. Ганс Селье определял стресс как: «неспецифический ответ организма на любое предъявленное ему требование» [11, с. 120]. Несмотря на многообразие теорий и моделей стресса (Fuller J. L., Thompson W. R., Parsons P. A., Freud S., Wolff H. G., Basowitz H., Persky H., Korchin.Sh., Grinker R. и др.), авторы сходятся в едином мнении, что важное значение имеет процесс преодоления кризисной ситуации, а особенно – успешность данного процесса. В.Ю. Рыбников и Е.Н. Ашанина отмечают проблему переживания кризисных

состояний личности, которая является актуальной ввиду частых возникновений подобных состояний и ситуаций, их провоцирующих.

Пусковым механизмом для развития стресса и кризисных состояний личности, в том числе специалистов экстремальных профессий являются стресс-факторы жизнедеятельности, которые классифицируются на макро- и микросоциальные, профессиональные и медико-психологические. Они «запускают» механизмы копинг-поведения. При их недостаточности возникают социально-психологическая дезадаптация личности и, как следствие, кризисное состояние личности. [10, с. 47].

Копинг-поведение – сложная многоуровневая система, результат взаимодействия копинг-стратегий и копинг-ресурсов. Стоит отметить, что на вариативность использования копинг-стратегий, а также на копинг-ресурсы напрямую влияет личностный опыт индивида, от него также зависит успешность копинга – эффективность применяемых копинг-стратегий и успешность преодоления кризисной ситуации. Копинг-стратегии являются осознанными формами поведения человека, что отличает их от механизмов психологической защиты и находятся во взаимосвязи с копинг-ресурсами личности. Копинг-ресурсы по сути есть особые качества индивида, сформированные в процессе развития и становления личности, приобретения жизненного опыта, отличающиеся своими адаптивными свойствами.

В настоящее время поведенческие копинг-стратегии подразделяются на активные и пассивные, адаптивные и дезадаптивные. К активным стратегиям относят стратегию «разрешение проблем», как базисную копинг стратегию, включающую все варианты поведения человека, направленные на разрешение проблемной или стрессовой ситуации и стратегию «поиск социальной поддержки», включающую поведение, направленное на получение социальной поддержки от среды. К пассивному копинг-поведению относятся варианты поведения, включающего базисную копинг-стратегию «избегание», хотя некоторые формы избегания могут носить и активный характер [1].

И.Г. Малкина-Пых отмечает многообразие существующих классификаций стратегий копинг-поведения (Fineman, 1987, 1983, Lazarus, 1966) и выделяет три основных критерия, по которым строятся эти классификации: эмоциональный/проблемный, когнитивный/поведенческий, успешный/неуспешный. Представляется, что каждая используемая человеком стратегия копинга может быть оценена по всем вышеперечисленным критериям хотя бы потому, что человек, оказавшийся в трудной ситуации, может использовать как одну, так и несколько стратегий совладания [6].

Важным становится вопрос сохранности психологического здоровья, физическое, психологическое и эмоциональное благополучие специалистов экстремальных профессий, как основных критериев, обеспечивающих высокую надежность профессиональной деятельности, профессиональное долголетие и максимальную длительность жизни. Н.Г. Винокурова и С.В. Марихин рассматривали проблему социально-психологической безопасности

специалиста экстремального профиля опираясь на иерархию человеческих потребностей предложенную Абрахамом Маслоу, с ракурса удовлетворенности индивида в базовой потребности в безопасности и позиции деятельностного самоутверждения и самореализации сотрудников экстремального профиля. Установлено, что специалист экстремального профиля реагирует не на саму безопасность или опасность, а на то, что он воспринимает как безопасное или опасное. Исследование также позволило сделать выводы о потребности в безопасности у мужчин и женщин: у женщин выше потребность быть защищенным от опасностей и окружающего мира, у мужчин – потребность в надежной работе со стабильным заработком; а также определить корреляцию по возрасту – снижение силы потребностей с увеличением возраста [2, с. 123]. Стоит отметить, что социально-психологическую безопасность авторы определяют как интегральный показатель профессиональной деятельности специалиста экстремального профиля, представляющий собой многомерную, многоуровневую и динамическую систему. На основании данного утверждения можно сделать вывод о необходимости актуализированности и постоянства социально-психологической безопасности как фактора, необходимого для эффективной профессиональной деятельности сотрудников экстремального профиля. Ведь деформированная потребность в социальной безопасности приводит к снижению удовлетворенности настоящим и отсутствию уверенности в будущем, рост страха и тревоги, снижение стрессоустойчивости, что сказывается отрицательно на выполняемых профессиональных функциях и сохранности психологического здоровья специалиста. Т.Е. Левицкая, Н.А. Тренькаева, Е.А. Матвеева, Ю.А. Шухлова изучая вопрос психологической безопасности, определили её условием эффективную самоорганизацию деятельности лиц опасных профессий. Выводы, сделанные авторами по результатам исследования, подтверждает идею о том, что самоорганизация деятельности является обязательным условием личностного развития людей, работающих в сфере опасных профессий, но при этом вносит неоднозначный вклад в их физиологическую адаптированность [5, с. 169].

Возвращаясь к вопросу о централизации личности специалиста экстремального профиля в изучении совладающего поведения, хотелось бы упомянуть работу К.И. Воробьёвой, в которой рассмотрены смысложизненные ориентиры спасателей а также людей, чья профессиональная деятельность не связана с экстремальными ситуациями. Осознание конечности жизни, дихотомии жизни и смерти особенно актуально для спасателей, которые чаще других сталкиваются с экстремальными ситуациями, связанными с витальными угрозами. Более острое осознание конечности своего существования стимулирует спасателя максимально использовать отведенное ему время жизни, ставит вопрос об осмысленности жизни, ответственности за её содержание, об особой ее ценности [3, с. 127]. Воробьёвой было установлено, что профессиональная деятельность специалиста экстремального профиля определяет особое

содержание личной концепции смерти и способствуют переоценке жизненных ценностей, актуализации, осознанию и порождению новых смыслов жизни. Интересно отметить, что в большинстве работ, посвященных копингу, изучаются личностные ресурсы, необходимые для успешной реализации профессиональной деятельности, а в данной работе можно проследить обратную связь – влияние работы с экстремальной спецификой на формирование позитивных качеств личности, позволяющих эффективно использовать собственные временные, интеллектуальные и другие ресурсы.

Проблема взаимозависимости идентичности и отношения к здоровью у представителей экстремальных профессий была рассмотрена Орловой М.М. Выводы, полученные в результате эмпирического исследования сотрудников МЧС, курсантов МВД и солдат войск специального назначения, позволили установить, что самоотношение в ситуации здоровья как основы профессиональной успешности основано на восприятии себя здоровым, адаптивным, востребованным, а самой ситуации как благополучной. Обращает на себя внимание тесная связь самоотношения и качества жизни. Отношение к здоровью в группах лиц с экстремальными профессиями является внутренне противоречивым, что выражается в восприятии его сверхзначимости и уязвимости, что создаёт уязвимость социальных, прежде всего, профессиональных достижений [8, с. 3207]. Личностные ресурсы и копинг-стратегии – неразрывные понятия, изучаемые в тесной взаимосвязи. Рогачев В.А. и Коноплева И.Н., исследуя взаимосвязь копинг-стратегий и личностных ресурсов стресс-преодолевающего поведения сотрудников правоохранительных органов акцентируют внимание на том, что стилевые особенности осознанной саморегуляции выступают значимыми факторами выбора копинг-стратегий в преодолении стрессовых ситуаций в деятельности сотрудников правоохранительных органов [9, с.11]. В свою очередь Шкилев С.В., изучая особенности выбора копинг-стратегий сотрудниками МЧС России, уделил внимание взаимосвязи таких профессиональных психологических расстройств как синдром эмоционального выгорания и посттравматический синдром и используемыми копинг-стратегиями. Отмечено, что специалисты, использующие «адаптивные» копинг-стратегии («планирование решения проблемы», «поиск социальной поддержки») практически не проявляли симптомов ПТСР и СЭВ, в отличие от группы испытуемых, часто прибегающих к стратегиям «неадаптивным» («конфронтация», «дистанцирование», «самоконтроль», «бегство-избегание» и «принятие ответственности») [13, с. 20]. Эти же выводы подтверждены и Ашаниной Е.Н. Ашанина выделяет ключевые факторы профилактики и коррекции этих нарушений психического и физического здоровья: овладение пожарными осознанными «адаптивными» способами совладания со стрессогенностью своей профессиональной деятельности (копинг-стратегии поведения). Тенденция к выбору «адаптивных» копинг-стратегий положительно влияет на адаптацию сотрудников к экстремальным условиям труда [1].

Отметим, что особое место при формировании адаптивных копинг-стратегий занимает такой копинг-ресурс, как стрессоустойчивость. Исследования стрессоустойчивости проводилось Т.В. Федяновой, Ю.А. Квасовой на примере работников экстренной медицинской службы. Отмечено, что стрессоустойчивость является качеством не постоянным, а тренируемым и иссякающим, а копинг стратегии в отличие от неосознаваемых механизмов психологической защиты поддаются коррекции, что следует учитывать психологу при коррекции уровня стрессоустойчивости. [12, с. 696]. Для полноты рассмотрения проблематики не стоит забывать и о влиянии личностных особенностей (в том числе копинг-стратегий и копинг-ресурсов) на успешность выполняемых профессиональных функций. Задача психологов первоочередно состоит в грамотном подходе к отбору кандидатов претендующих на должности с высокой степенью опасности и дальнейшем сопровождении специалистов, профилактике психологических нарушений, а также формировании эффективных навыков копинг-поведения необходимых специалистам для осуществления своей деятельности. Д.Г. Зубарев рассматривал формирование компетентности и навыков профессионалов опасных профессий. Интересным в данной работе является взаимосвязь соотношения сознательности и автоматизма в поведении человека. Развитие компетентности чаще всего преследует цель выработки именно автоматического навыка, однако так ли это эффективно для экстремальных профессий? Изучая данный вопрос, Зубарев указывает на то, что психологический смысл деятельности в опасных профессиях состоит не в самой аварийной или опасной ситуации, а в неготовности к её ликвидации или противоборству ей из-за природных психофизиологических ограничений человеческой психики и организма в целом. По мнению автора, при отборе и подготовке профессионалов опасных профессий от человека требуется: готовность работы в экстремальных условиях, наличие врожденных задатков, обеспечивающих высокий уровень поддержания гомеостатических функций нейрогуморальных систем организма, исключительно пластичная нервная система, позволяющая прижизненно формировать гибкие функциональные системы в головном мозгу, ответственные за развитие компетентности и обеспечивающие такие творческие процессы как интуиция, предвосхищение, эвристика [4, с. 19]. В контексте же формирования необходимых профессиональных навыков, успешность деятельности в экстремальных ситуациях зависит от развитости ведущих свойств психики – оперативного мышления и предвосхищения. Высокий уровень компетентности специалистов проявляется именно в способности учитывать негативное влияние стереотипа поведения, автоматизированного навыка, тормозящего переключение внимания для осознания новой информации и принятия нового решения. Таким образом, мы видим важность пластичности психики, которую можно рассматривать как копинг-ресурс. Проявление осознанности

при осуществлении своей деятельности также является значимым критерием успешности профессиональной реализации.

Качество выполняемых действий можно трактовать как «психическую надежность», личностно-регуляторное свойство человека. В.А. Олефир изучал влияние личностного потенциала на надежность действий спасателей в чрезвычайных ситуациях, выделяя саморегуляцию ключевым конструктом, который позволит перейти к интегративному изучению человека, его возможностей не только адаптироваться к миру, но и менять мир вместе с собой. Автор выдвигает предположение, что личностный потенциал детерминирует надежность профессиональных действий спасателей как непосредственно, так и опосредованно через фактор саморегуляции [7, с. 190-196]. Спасатели, которые имеют высокие показатели жизнестойкости, характеризуются большим ощущением компетентности, высокой когнитивной оценкой, развитыми стратегиями копинга и испытывают меньше стрессов в напряженных ситуациях профессиональной деятельности, хорошо используют свою способность к действию в напряженных условиях, что и проявляется в более высокой профессиональной надежности. Значимой является надежность взаимодействия в команде. Спасатели, ориентированные на действие и толерантные к неопределенности, осознающие свою самоэффективность, являются более надежными во взаимодействии в групповой работе.

Подводя итоги, можно сказать, что проблематика копинг-поведения сотрудников экстремальных профессий, не смотря на возросший за последнее время интерес, не является до конца изученной и оставляет большое поле для теоретического и эмпирического ее дальнейшего исследования. О малоизученности свидетельствует размытость понятийного поля, отсутствие единого смыслового и понятийного аппарата. Следует отметить малое внимание, уделяемое проблемам влияния гендерного различия на деятельность специалиста экстремального профиля. В первую очередь, это обуславливается превосходством мужской численности среди представителей данных профессий, однако количество женщин реализующих себя в данной отрасли растет с каждым годом. Также малоизучены особенности индивидуальной и командной работы специалистов экстремального профиля. Ведь в зависимости от специфики работы, к личности профессионала могут выдвигаться различные требования, с приоритетом на индивидуальную, командную, а порой и ту и другую виды работ.

Центральной идеей большинства современных работ о копинге специалистов экстремальных профессий есть рассмотрение проблемы формирования копинг-ресурсов. Так, в контексте рассмотренных нами работ можно выделить следующие значимые копинг-ресурсы: самоконтроль, стрессоустойчивость, самоорганизация, оптимистичное восприятие жизни, ответственность, объективность восприятия своего физического и эмоционального состояния, саморегуляция, осознанность. Опыт

современных исследований совладающего поведения специалистов экстремального профиля позволяет нам углубить имеющиеся знания и использовать их при отборе кандидатов на работу, профилактике психологических расстройств личности, с целью составления эффективных коррекционных программ, психологической поддержке и сопровождении специалиста экстремального профиля.

Список используемых источников и литературы

1. Ашанина Е.Н. Структурно-функциональная модель копинг-поведения сотрудников МЧС России как субъекта экстремальной профессиональной деятельности. – Publishing house Education and science s.r.o.//электронный ресурс: URL: http://www.rusnauka.com/11_NPE_2012/Psihologia/10_107412 (дата обращения: 11.04.2016).
2. Винокурова Н.Г., Марихин С.В. Социально-психологическая безопасность специалиста экстремального профиля //Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности: Сборник научных статей III Международной научно-практической конференции / Под ред. Р. В. Кадырова. – Владивосток: Морской государственный университет, 2014. – С. 121-125.
3. Воробьева К.И. Влияние профессиональной деятельности специалистов экстремального профиля на смысловую сферу личности профессионала//Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности: Сборник научных статей III Международной научно-практической конференции / Под ред. Р. В. Кадырова. – Владивосток: Морской государственный университет, 2014. – С. 126 - 133.
4. Зубарев Д.Г. Формирование компетентности и навыков профессионалов опасных профессий//Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности: Сборник научных статей III Международной научно-практической конференции / Под ред. Р. В. Кадырова. – Владивосток: Морской государственный университет, 2014. – С. 17-20.
5. Левицкая Т.Е., Н.А. Тренькаева, Е.А. Матвеева, Ю.А. Шухлова Психологическая безопасность как условие эффективной самоорганизации деятельности лиц опасных профессий//Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности: Сборник научных статей III Международной научно-практической конференции / Под ред. Р. В. Кадырова. – Владивосток: Морской государственный университет, 2014. – С. 166-169.
6. Малкина-Пых И.Г. Стратегии поведения при стрессе // Московский психологический журнал. №12/ электронный ресурс: URL: <http://magazine.mospsy.ru/nomer12/s11.shtml> (дата обращения: 13.04.2016).
7. Олефир В.А. Влияние личностного потенциала на надежность действий спасателей в чрезвычайных ситуациях. //Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности: Сборник научных статей III Международной научно-практической конференции / Под ред. Р. В.

- Кадырова. – Владивосток: Морской государственный университет, 2014. – С. 188-196.
8. Орлова М.М. Взаимозависимость идентичности и отношения к здоровью у представителей экстремальных профессий // Фундаментальные исследования.-2013-№10-13.- С.3206-3210.
 9. Рогачев В.А., Коноплева И.Н. Взаимосвязь копинг-стратегий и личностных ресурсов стресс-преодолевающего поведения сотрудников правоохранительных органов// Медицинская психология в России: электрон. Науч. Журн. – 2015. - № 2(31). – С.11 [электронный ресурс]. – URL: <http://mprj.ru> (дата обращения: 13.04.2016).
 10. Рыбников В.Ю., Ашанина Е.Н. Психологические механизмы копинг-поведения специалистов экстремальных профессий, – Психопедагогика в правоохранительных органах, 2009, № 2(37) с. 47.
 11. Селье Г. Очерки об адаптационном синдроме. — М.: Медгиз, 1960. — 255 с.
 12. Федянова Т.В., Ю.А. Квасова Копинг-стратегии работников экстренной медицинской службы с разным уровнем стрессоустойчивости// Актуальные проблемы теоретической и прикладной психологии: традиции и перспективы: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, г. Ярославль, 19-21 мая 2011 г.: в 3 ч. ЧIII; Российский фонд фундаментальных исследований. – Ярославль: ЯрГУ им. П.Г. Демидова, 2011 – 696 с.
 13. Шкилев С.В. Особенности выбора копинг-стратегий поведения сотрудниками МЧС России //2012 MODERN PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION IN SCIENCE, TRANSPORT, PRODUCTION AND EDUCATION' 2012//SWorld –December 2012 - С.18-27.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК

Р.С.Абраменко, С.П.Гундарь

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ЭКСПЕРТНЫЕ СИСТЕМЫ

Искусственный интеллект, как научная дисциплина, состоит из нескольких крупных течений. Одно из них – экспертные системы.

Система является интеллектуальной, если она обладает знаниями и умеет использовать их для достижения поставленной цели. Знания – это то, без чего нет интеллектуальной системы. Экспертные системы явились первыми действительно интеллектуальными системами и, в конечном счете, интеллектуальность определила их коммерческий успех.

Разработки универсальных программ, использующих общие методы решения широкого класса задач, существенных практических результатов не принесли, но появилось понимание крайней ограниченности применения формально-математических методов в этой области. В 70-е годы была разработана и принята принципиально новая концепция: чтобы сделать систему интеллектуальной, ее нужно снабдить множеством высококачественных, структурированных специальных знаний о некоторой предметной области. Процесс разработки экспертных систем на начальных этапах заключается во взаимодействии эксперта или группы экспертов с инженером по знаниям с целью получения от эксперта и интегрирования в систему фактов, стратегий и эмпирических правил, которые будут использоваться для решения поставленных задач.

Экспертные системы - это направление исследований в области искусственного интеллекта по созданию вычислительных систем, способных принимать решения, на уровне с решениями опытного эксперта данной предметной области.

Как правило, экспертные системы создаются для решения практических задач в узкоспециализированных областях, где большую роль играют знания и практические навыки опытных специалистов. Экспертные системы были первыми разработками, которые привлекли большое внимание к исследованиям в области искусственного интеллекта.

Экспертные системы имеют одно большое отличие от других систем искусственного интеллекта: они не предназначены для решения каких-то универсальных задач, как например нейронные сети или генетические алгоритмы. Экспертные системы предназначены для эффективного решения задач в определенной разработчиками области, в соответствии с поставленными целями.

Экспертная система – это компьютерная система, предназначенная для полной или частичной замены специалиста-эксперта в разрешении конкретной проблемной ситуации.

На сегодняшний день создано уже большое количество экспертных систем. С помощью них решается широкий круг задач, но исключительно в узкоспециализированных предметных областях. Как правило, эти области хорошо изучены и располагают более-менее четкими стратегиями принятия решений. Сейчас развитие экспертных систем несколько приостановилось, и этому есть ряд причин:

Передача экспертным системам «глубоких» знаний о конкретной предметной области является большой проблемой. Как правило, это является следствием сложности представления и формализации знаний экспертов. В отличие от эксперта, система не может приобрести дополнительные знания, отсутствующие в базе. А база знаний системы далеко не всегда охватывает весь спектр фактов и правил в определенной сфере. При общении пользователя с экспертом, эксперт может задать ситуативный уточняющий вопрос, что позволит устранить недопонимание, которое экспертная система, если такая ситуация не описана в базе знаний, устранить не в состоянии.

Неотъемлемая часть экспертной системы – это база знаний. База знаний – это набор фактов и правил, на основе которых система выносит логический вывод в конкретной ситуации. База знаний разрабатывается программистами, инженерами-специалистами по экспертным системам и экспертами предметной области.

Экспертные системы имеют дело с предметами реального мира, операции с которыми обычно требуют наличия значительного опыта, накопленного человеком. Как и эксперт, который пользуется накопленными знаниями и навыками, система, при работе, обращается к базе знаний. Эксперт – это человек, который благодаря обучению и опыту может делать то, что мы все, остальные люди делать не умеем; эксперты работают не просто профессионально, но быстро и эффективно. Они имеют опыт в распознавании типовых проблем, с которыми сталкиваются, знают эффективные решения самых распространенных проблем, и могут составить список признаков для каждой из проблем. Очень важно подчеркнуть, что эксперт должен не только знать, но и уметь. Именно этим свойством отличаются базы данных от баз знаний – базы знаний активны.

Составление базы знаний является очень важной частью разработки системы. Так как система не может самообучаться, новые факты и правила заносятся в нее инженером совместно с экспертом предметной области. От организации и заполнения базы знаний зависит эффективность системы, и если база знаний будет хранить неточные или ошибочные данные, то логический вывод не будет соответствовать проблеме. Далеко не всегда пользователь может распознать некорректность вывода, а неправильный вывод может повлечь за собой последовательность ошибочных действий.

Эксперт предоставляет необходимые знания о тщательно отобранных примерах проблем и путей их решения. Например, при создании экспертной системы диагностики заболеваний врач рассказывает инженеру по знаниям об известных ему заболеваниях. Далее эксперт раскрывает список симптомов, которые соответствуют каждому из заболеваний и в заключение рассказывает об известных ему методах лечения или описывает применяемые в данном случае лекарства. Инженер по знаниям, формализует и структурирует всю полученную информацию в виде базы знаний и помогает программисту в разработке экспертной системы. Очень важно чтобы

Взаимодействие между пользователем и экспертной системой может быть организовано с помощью естественного языка, сопровождаться графикой или многооконным меню. Оно может иметь форму диалога, теста или справочника. В последнем случае система выдает пользователю информацию о запрошенной им проблеме. В остальных, на основе ответов и выборов пользователя экспертная система выносит заключение в зависимости от ее цели. Например, диагностические экспертные системы позволяют пользователю определить проблему (выявить неполадку в какой-либо технике или определить заболевание по заданным симптомам) и выдают информацию о ней и ее решении.

Диалог с пользователем может происходить в виде последовательности вопросов, отвечая на которые, пользователь в итоге получит ответ по своей проблеме. Такой вид взаимодействия очень удобен для пользователя, но сложен для разработки. В случае с тестами пользователь сразу получает весь список вопросов с вариантами ответов, и вся работа системы будет заключаться в анализе готового набора данных.

Отладка и тестирование любой компьютерной программы является достаточно трудоемким делом, но проверять экспертные системы особенно тяжело. Это является серьезной проблемой, поскольку экспертные системы применяются в таких критичных областях, как управление воздушным и железнодорожным движением, системами оружия и в ядерной промышленности.

Экспертные системы обладают еще одним большим недостатком: они неспособны к самообучению. Для того, чтобы поддерживать экспертные системы в актуальном состоянии, необходимо постоянное редактирование базы знаний инженерами по знаниям. Экспертные системы, лишённые поддержки со стороны команды разработчиков, быстро теряют свою востребованность. Исключением могут быть задачи по хорошо изученным предметным областям или задачи, в которых факты и правила остаются неизменными на протяжении жизненного цикла системы.

Очень значимым отличием экспертных систем от классических программ, работа которых основана на точных данных, является то, что

экспертные системы могут ошибаться. Как и человек, не смотря на весь накопленный опыт, может допустить ошибку при вынесении заключения, так и экспертная система может сделать неправильный вывод. Важно, по крайней мере, чтобы экспертные системы ошибались не чаще, чем ошибается человек-эксперт.

Таким образом, можно сформулировать следующее определение экспертной системы. Экспертная система – это вычислительная система, в которую включены знания специалистов о некоторой узкой предметной области в форме базы знаний. Экспертные системы должны уметь принимать решения вместо специалиста в заданной предметной области.

Характерными чертами экспертной системы являются:

- четкая ограниченность предметной области;
- способность принимать решения в условиях неопределенности;
- способность объяснять ход и результат решения доступным для пользователя способом;
- четкое разделение декларативных и процедурных знаний (фактов и правил вывода);
- способность пополнять базу знаний, возможность расширения системы;
- результат выдается в виде конкретных рекомендаций или советов для действий в сложившейся ситуации, не уступающих решениям лучших специалистов;
- ориентация на решение неформализованных (способ формализации пока неизвестен) задач;
- алгоритм решения не описывается заранее, а строится самой экспертной системой;
- отсутствие гарантии нахождения оптимального решения с возможностью учиться на ошибках.

Экспертные системы применяются для решения только трудных практических задач. По качеству и эффективности решения экспертные системы не уступают решениям эксперта-человека. Решения экспертных систем обладают прозрачностью, т.е. могут, быть объяснены пользователю на качественном уровне (в отличие от решений, полученных с помощью числовых алгоритмов, и в особенности от решений, полученных статистическими методами). Это качество экспертных систем обеспечивается их способностью рассуждать о своих знаниях и умозаключениях. Необходимо отметить, что в настоящее время технология экспертных систем используется для решения различных типов задач, таких как интерпретация, предсказание, диагностика, планирование, конструирование, контроль, отладка, инструктаж, управление, в самых разнообразных проблемных областях, таких, как финансы, нефтяная и газовая промышленность, энергетика, транспорт, фармацевтическое производство, космос, металлургия, горное дело, химия, образование, целлюлозно-бумажная промышленность, телекоммуникации и связь и др.

В заключение стоит отметить, что, несмотря на все эти ограничения и недостатки, экспертные системы уже продемонстрировали свою ценность и эффективность во многих важных областях.

Литература

1. Джозеф Джарратано, Гари Райли «Экспертные системы: принципы разработки и программирование» : Пер. с англ. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. — 1152 стр. с ил.
2. Джексон Питер. Введение в экспертные системы. - СПб.: Издательский дом «Вильямс», 2001.
3. Попов Э.В. Экспертные системы 90-х гг. Классификация, состояние, тенденции // Новости искусственного интеллекта. № 2., 1991.
4. Поспелов Д.А. Моделирование рассуждений. Опыт анализа мыслительных актов. - М.: Радио и связь, 1989.
5. Хейес-Рот и др. Построение экспертных систем. Под ред. Хейес-Рота Ф., Уотермана Д., Лената Д. - М.: Мир, 1987.

Л.Е. Бабренок

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ТЕОРИИ ВЕРОЯТНОСТЕЙ ПРИ СДАЧЕ ТЕСТОВ

В статье рассмотрены вопросы применения теории вероятности в различных сферах жизнедеятельности. Проведено исследование, целью которого было оценивание шанса получения положительной оценки при прохождении тестов путём угадывания правильного ответа.

Ключевые слова: теория вероятностей, случайность, тест, статистика.

Случай, случайность – с ними мы встречаемся повседневно: случайная встреча, случайная поломка, случайные находки, случайная ошибка. Этот ряд можно продолжать бесконечно. Казалось бы, тут нет места для математики, но и здесь наука обнаружила интересные закономерности – они позволяют человеку уверенно чувствовать себя при встрече со случайными событиями.

Теорию вероятностей можно определить как раздел математики, в котором изучаются закономерности, присущие случайным событиям. Методы теории вероятностей широко применяются при математической обработке результатов измерений, а также во многих задачах экономики, статистики, страхового дела, массового обслуживания.

В нашей работе было проделано исследование, в котором наглядно показано, возможно ли получить положительный результат при сдаче тестов наугад. Для нашего эксперимента необходимо было разработать тест. Студентам Луганского государственного университета имени Тараса

Шевченко было предложено пройти этот тест, состоящий из 12 вопросов. В эксперименте участвовали 40 человек, из них 10 парней и 30 девушек.

В каждом вопросе из предложенных 4 вариантов ответа необходимо было выбрать только один. Для того чтобы тест считался пройденным, нужно было ответить на 8 вопросов из 12.

Для расчета вероятности сдачи теста используем формулу Бернулли. Схема Бернулли описывает эксперименты со случайным исходом, заключающиеся в следующем. Проводятся n последовательных независимых одинаковых экспериментов, в каждом из которых выделяется одно и то же событие A , которое может наступить или не наступить в ходе эксперимента. Так как испытания одинаковы, то в любом из них событие A наступает с одинаковой вероятностью. Обозначим ее $p=P(A)$. Вероятность дополнительного события обозначим q . Тогда $q = P(\bar{A}) = 1-p$. Получаем

$$P_n(k) = C_n^k p^k (1-p)^{n-k} = \frac{n!}{k!(n-k)!} p^k q^{n-k}.$$

В нашем случае имеем:

$n=12$ – количество независимых испытаний;

$k=8$ – количество наступлений события A (то есть на сколько тестов нужно правильно ответить, чтобы тест считался сданным);

$p=0,25$ – вероятность наступления события A (то есть какова вероятность, что на один вопрос теста студент ответить верно, так как предлагаемых 4 ответов один из них верен, то вероятность равна 0,25).

В ходе вычисления получили, что вероятность удачно сдать тест равна:

$$P_n(m)=0,0023898.$$

Переведем в проценты:

$$0,0023898 * 100\% = 0,23898\%.$$

В ходе проведенного эксперимента получены следующие результаты: из 40 студентов лучшим результатом было получение 7 баллов, это все же недостаточно, чтобы тест считался засчитан, а наименьшее количество баллов было 1. В общем виде результаты эксперимента представлены на следующем графике.



Рис. 1. Результаты прохождения теста

Кроме того, в ходе эксперимента проанализирована зависимость результата угадывания от пола испытуемого. На следующем графике представлены результаты сдачи тестов 10 парней и 10 девушек.

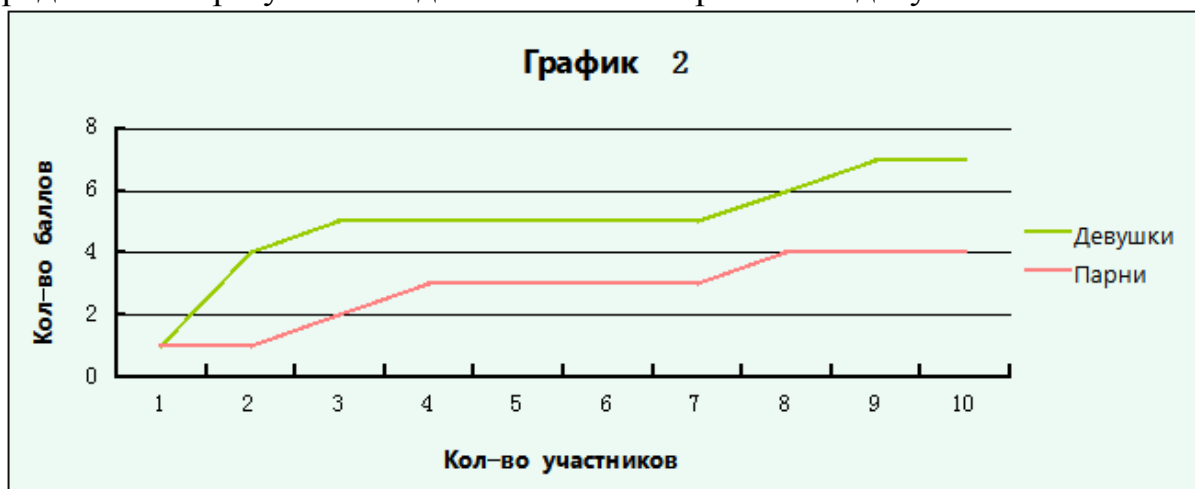


Рис. 2. Зависимость набранных баллов от пола участника

Из анализа графика видно, что статистика сдачи тестов у девушек выше, чем у парней.

С помощью формулы среднего арифметического рассчитан средний набранный балл у девушек и парней.

У девушек среднее набранное количество баллов равно 5, а у парней – 2.8. Откуда следует вывод, что все-таки положительный результат при сдаче тестов наугад зависит от пола. У девушки больше шансов сдать тест, и кстати, только девушки набирали наибольшее количество баллов 7, а у парней наивысший балл равен 4.

Итак, рассчитано, что процент вероятности сдать разработанный тест наугад очень маленький, а именно: 0,23898%. Что подтверждено проведенным экспериментом. Из 40 человек ни один студент не набрал нужное количество баллов, а именно 8. Так что смело можно предположить, что сдать тест наугад почти невозможно.

Также было замечено, что вероятность сдать тест наугад также зависит от пола испытуемого. Построен график зависимости набранных баллов у парней, и у девушек, с помощью которого мы убедились в правильности своих предположений. У девушек выявилась статистика выше, чем у парней. Это же подтверждает и тот факт, что средний балл у девушек почти в два раза больше, чем у парней. Так что смело можно выдвинуть гипотезу, что сдача тестов наугад все-таки зависит от пола.

В данной работе мы хотели донести до всей молодёжи и студентов нашего вуза, что сдать тесты наугад практически не возможно. Нельзя надеяться на судьбу, нужно брать свою жизнь в свои руки, и смело идти к намеченной цели.

Список используемых источников и литературы

1. Афанасьев В.В. Спортивная метрология / В.В. Афанасьев, А.В. Муравьев, И.А. Осетров, П.В. Михайлов. – М., 1978.
2. Виленкин Н.Я. Популярная комбинаторика/ Н.Я. Виленкин. – М.: Наука, 1975.
3. Ерош И. Л. Дискретная математика. Комбинаторика/ И. Л. Ерош. – СПб.: СПбГУАП, 2001.
4. Захаров-Гезехус И.А. Статья «Красота генетики»/ И.А Захаров-Гезехус. – М., 1983.
5. Монахов В.М. Методы оптимизации/ В.М. Монахов. – М.: Просвещение, 2005 г.
6. Пенина Г.Г. Математическое программирование (часть I)/ Г.Г. Пенина, В.М. Дрибан. – Донецк, ДИП, 2000.
7. Раизер Г. Дж. Комбинаторная математика/ Г. Дж. Раизер. – пер. с англ. – М., 1966.
8. Рейнгольд Э. Комбинаторные алгоритмы. Теория и практика/ Э. Рейнгольд, Ю. Нивергельт, Н. Део. – М.: Мир, 1980.
9. Риордан Дж. Введение в комбинаторный анализ/ Дж. Риордан. – пер. с англ. – М., 1963.

П.Н. Гавриленко., П.Н. Иванков

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ТЕМПЕРАТУРЫ ДЛЯ МАЛОЁМКИХ ОВОЩЕХРАНИЛИЩ

В статье рассматривается проектирование и разработка системы контроля температуры для малоёмких овощехранилищ. Особенностью данной системы является то, что основная функциональность построена при помощи теории автоматического управления (ТАУ). Такой подход позволяет построить адаптивную, автоматическую систему, которая, реагируя на изменения окружающей среды, меняет свои параметры. Что, в свою очередь, ведет к последующему изменению окружающей среды. Также данная система построена при помощи недорогих компонентов, основными из которых являются: микроконтроллер ATmega16 и датчик температуры DS18S20. Это даёт ей преимущество перед дорогим и трудоемким утеплением овощехранилищ.

Ключевые слова: ТАУ, автоматическая система, ATmega16, температура, DS18S20.

Введение. Стремительное развитие технологий за последние годы привело к появлению компьютерного измерительного оборудования, ставшего идеальной заменой или альтернативой традиционному автономному измерительному оборудованию.

Это позволило создавать автоматизированные системы мониторинга и управления параметрами микроклимата для коммерческих (магазины, склады, производственные цеха) и некоммерческих целей (музеи, больницы), которые продемонстрировали высокую целесообразность таких решений. Такие решения особенно актуальны для хранения пищевых продуктов, фруктов, овощей и так далее. Ведь для их хранения необходимо соблюдать и поддерживать определённые климатические условия, такие как температура и влажность воздуха.

Постоянный контроль за малейшими изменениями в условиях хранения продукции на складах позволил резко сократить расходы, связанные с преждевременной порчей овощей. Также такой контроль позволяет минимизировать потерю массы и повысить урожайность сельскохозяйственных культур. Опытами научных учреждений и практикой колхозов и совхозов установлено, что высокие урожаи овощей зависят не только от агротехники и удобрений, но и от условий хранения семян.

Такие системы автоматизированного контроля уже сейчас широко используются в крупных ангарах и овощехранилищах, рассчитанные на хранение огромных объемов продукции, от нескольких сотен до нескольких тысяч тонн. Но наряду с такими огромными хранилищами, так же существуют и хранилища небольших размеров, такие как подземные и наземные погреба. Такие погреба широко распространены в частных сельскохозяйственных и фермерских угодьях, а также у владельцев частных домов, у которых погреб находится непосредственно в доме или не далеко от него.

В таких погребах часто наблюдается проблема контроля температуры. Эти проблемы появляются из-за грунтов с хорошей теплоотдачей, а также из-за недостаточной теплоизоляции погреба. В таких случаях погреб может промерзнуть в зимний период времени, что может губительно повлиять на хранящиеся там овощи.

Исходя из вышесказанного, разработка автоматизированной системы контроля температуры весьма актуальна, ведь теплоизоляция уже построенного погреба зачастую оказывается очень трудоёмкой и дорогой. Тем более, в некоторых случаях, теплоизоляция может быть невозможной.

Постановка задачи. Прежде чем проектировать автоматическую систему контроля температуры для овощехранилищ, следует выяснить оптимальную температуру, необходимую для хранения овощей и плодов.

Данная система ориентирована на небольшие овощехранилища – погреба, которые распространены в частных секторах и сельской местности. В таких погребах обычно хранится от 3 до 7 видов плодоовощной продукции.

Таблица 1

Оптимальные режимы и примерные сроки хранения картофеля и
плодоовощной продукции

Продукция	Температура массы, С		Продолжительность хранения (с момента сбора)
	при хранении	при заморозании (минусовая)	
Картофель	2-4	1,3	до 12 месяцев
Капуста белокочанная:	0... -0,5		
ранние сорта	-0,5...-	0,9	до 1 месяца
среднепоздние	0,8	1,0	2...4 месяца
поздние	0...-0,8	1,0	6...8 месяцев
Морковь	1...-1	1,6	6...10 месяцев
Свекла	0...1	1,6	6...10 месяцев
Патиссоны	0...4	0,6	до 2 месяцев
Кабачки	0...4	0,7	до 15 дней
Лук репчатый:			
острые сорта	-2...-3	1,8	6...10 месяцев
полуострые и сладкие сорта	0...-1	1,5	4...7 месяцев
Чеснок	-1...-3	2,6	4...7 месяцев

Из таблицы 1 видно, что оптимальная температура хранения для разных видов овощей неодинакова, но и отличается она незначительно. Из этого можно выделить среднюю оптимальную температуру хранения для разных видов овощей, которая близка к нулю. Основываясь на этом, следует заключить, что данная система должна измерять и поддерживать температуру для хранения овощей и плодов в диапазоне от -0,5 до 3 °С.

Основные понятия и определения теории автоматического управления.

Параметры объекта, которые подлежат изменению или стабилизации, принято называть регулируемыми координатами, а объект, в котором регулируются такие параметры, называют объектом управления.

Устройства, предназначенные для автоматического поддержания постоянного (требуемого) значения регулируемых параметров в разнообразных объектах или изменяющие регулируемые параметры по какому-либо закону, называют автоматическими регуляторами.

Сочетание объекта управления с автоматическим регулятором принято называть системой автоматического управления САУ.

Во время управления различными объектами, в том числе без вмешательства человека, создаются условия неизменности, определенной физической или иной величины, показывающей состояние объекта, или перемены этой величины согласно некоторым законом на основании определенной информации о состоянии объекта и окружающей среды. Реализуется это при помощи автоматизированной системы управления (АСУ).

АСУ составляют две основные части: объект управления и управляющее устройство. В качестве объекта управления может выступать любое техническое, управляемое устройство либо какой-нибудь технологический процесс.

АСУ подразделяются на:

- оптимальные, обеспечивающие автоматическое поддержание самого подходящего режима в объекте управления;
- самонастраивающиеся, с изменением внешних факторов, меняются и параметры объекта управления;
- самоорганизующиеся, принцип работы таких АСУ совершенствуется при изменении внешних факторов и параметров объекта управления;
- самообучающиеся, анализирующие весь полученный опыт управления объектом и в последствии автоматически совершенствуют свою структуру и способ управления.

АСУ, по характеру изменения задающего воздействия можно разделить на следующие виды:

- автоматической стабилизации. В таких АСУ задающее воздействие постоянно; функцией таких систем является поддержание постоянства некоторого физического параметра (температуры, давления, скорости вращения и т.д.);
- программного управления, здесь задающее воздействие может изменяться по заранее известному закону (например, осуществляется изменение скорости вращения электропривода, изменение температуры изделия при термической обработке и т.д. в рамках определенной программы.);
- следящие. В такого рода АСУ задающее воздействие меняется по заранее неизвестному закону (применяется для управления характеристиками объектов управления при перемене внешних условий).

По характеру действия АСУ делятся на непрерывные и АСУ дискретного действия. В непрерывных АСУ при постепенной перемене входных данных также постепенно меняются выходные данные. В дискретных АСУ при таких же условиях поступления входных данных, выходные данные меняются скачкообразно. Основанные на использовании

цифровой техники методы управления, приводят к применению дискретных АСУ.

Из приведённого выше, можно заключить, что в качестве модели для системы контроля температуры подойдёт оптимальная АСУ, дискретная, по характеру действия и автоматически стабилизируемой, по характеру изменения задающего воздействия.

Структура системы. Определившись, что рассматриваемая система должна измерять и поддерживать температуру в диапазоне от -0,5 до 3 °С, а также следовать модели оптимальной, дискретной и автоматически стабилизируемой АСУ, необходимо разработать структурную схему, а также определить составляющие компоненты системы.

Основным узлом данной системы является микроконтроллер Atmega16 фирмы Atmel. Графическое обозначение микроконтроллера приведено на рис 1. Atmega16 является маломощным, высокопроизводительным 8-ми разрядным микроконтроллером, изготовленным по технологии КМОП на основе AVR RISC архитектуры. МК спроектирован по новейшей технологии Atmel с высокой плотностью интеграции, а также удобной системой команд и набором выводов.

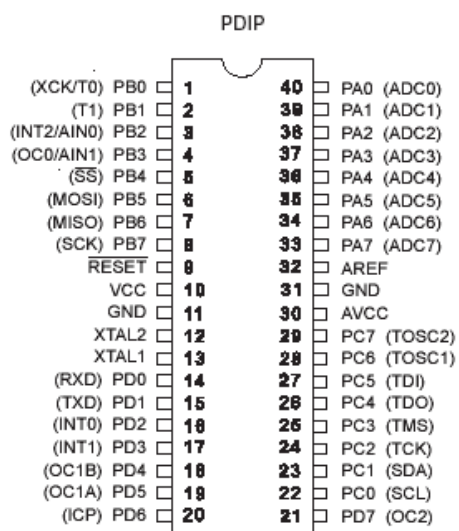


Рис 1. Условное графическое изображение ATmega16

В качестве устройства измерения температуры, в рассматриваемой системе, выступает цифровой термометр DS18S20, который выпускается фирмой DALLAS. Он способен производить измерение температуры в диапазоне -55..+125°С с дискретностью 0.5°С. Цена микросхемы DS18S20 составляет примерно 2\$, цена деталей адаптера для подключения её к COM-порту компьютера - еще меньше.

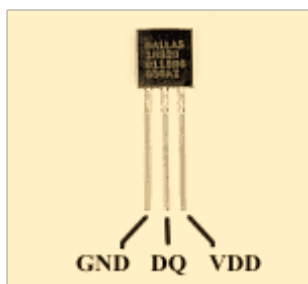


Рис. 2. Внешний вид микросхемы цифрового термометра DS18S20

При помощи дополнительных вычислений дискретность представления температуры можно снизить, в нашем случае она равна 0.1°C . Привлекательным здесь является тот факт, что термометр уже откалиброван на заводе, гарантированная точность составляет $\pm 0.5^{\circ}\text{C}$ в диапазоне $-10..+85^{\circ}\text{C}$ и $\pm 2^{\circ}\text{C}$ в полном диапазоне рабочих температур.

Также в данной системе присутствуют элементы питания (блок питания, силовой блок), нагрева (тепловой вентилятор) и вспомогательные элементы (усилитель преобразователь, заслонка) рис. 3. Их описание выходит за рамки данной статьи.

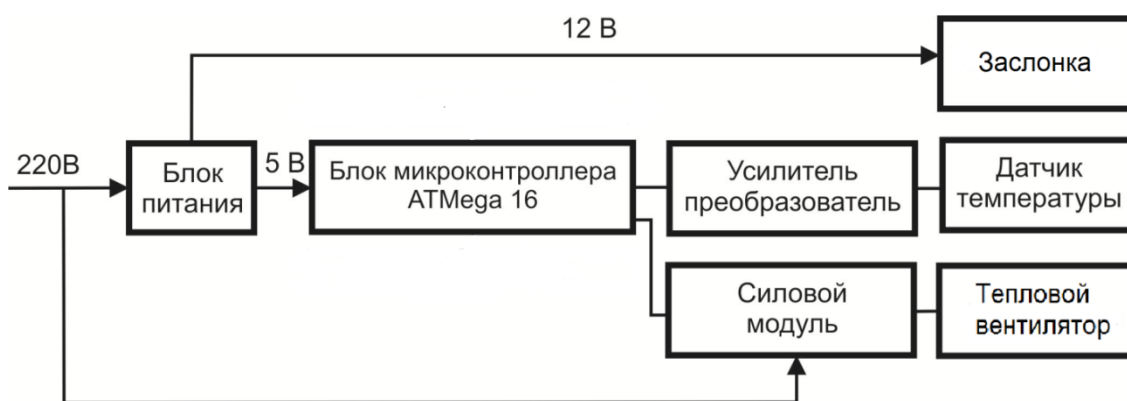


Рис. 3. Структурная схема системы контроля температуры

Принцип работы устройства состоит в следующем: используя датчик температуры измеряется температура погреба, далее информация поступает в центральный блок управления, где происходит проверка, входит ли измеренная температура в необходимый нам диапазон (от $-0,5$ до 3°C). Если температура ниже необходимого диапазона, то формируется управляющее воздействие на шиберную заслонку, заставляя ее прикрыть входное вентиляционное отверстие. Рассматриваемая система построена с учетом того, что в погребе правильно построена вентиляция (два отверстия: первое для поступления воздуха, которое ставится на расстоянии 30-50 см от пола; второе для выхода воздуха под самым потолком). Заслонка устанавливается во входное вентиляционное отверстие и изначально полностью открыта. После того как на заслонку передано управляющее воздействие, формируется два управляющих сигнала на силовой модуль, который

активирует нагревательный элемент в тепловом вентиляторе и собственно сам вентилятор. Тепловой вентилятор устанавливается рядом с входным вентиляционным отверстием в горизонтальном направлении в центр помещения. После очередного замера температуры снова происходит ее проверка, если она поднялась до оптимальной, силовой модуль получает сигнал о прекращении работы вентилятора и нагревательного элемента. Задвижка остается в том же положении. Если температура выше данного диапазона, то открывается заслонка, если же она прикрыта и поступает сигнал на силовой модуль, который активирует только вентилятор. После снижения температуры до необходимого уровня формируется сигнал, отключающий вентилятор. Замер температуры происходит каждые 20 минут.

Выводы. В результате проведенных исследований, посвященных решению проблемы порчи овощей в погребах из-за низкой температуры, а именно контроля температуры установлено следующее.

Учитывая особенности хранения овощей, было выявлено, что оптимальная температура для хранения овощей и плодов находится в диапазоне от -0,5 до 3 °С.

Теоретические исследования возможностей микроконтроллера ATmega16, а также датчика измерения температуры DS18S20 позволяют создать устройство с автоматическим контролем температуры.

Такой подход позволяет сохранить овощи во время хранения в зимний период, а также избавиться от трудоёмких и затратных мер по обеспечению оптимальной температуры в погребе.

Литература

1. Хваткин Н.Г. Организация приемки, хранения плодов, овощей и картофеля на плодоовощных базах. - М.: Высш. шк., 1987.- 144 с.
2. Голубцов М.С. Кириченкова А.В. Микроконтроллеры AVR: от простого к сложному. 2-е издание. М: Солон-Пресс, 2004
3. Шило В.Л. Популярные цифровые микросхемы Справочник. МРБ выпуск 1111. Челябинск: Металлургия, 1988г.
4. Волович Г.И. Схемотехника аналоговых и аналого-цифровых электронных устройств. М: Додэка-XX1, 2005.
5. Голубцов М.С. Кириченкова А.В. Микроконтроллеры AVR: от простого к сложному. 2-е издание. М: Солон-Пресс, 2004.
6. Евстифеев А.В. Микроконтроллеры AVR семейства Tiny и Mega фирмы ATMEL. 2-е издание. М: Додэка-XX1, 2005.
7. Баранов В.Н. Применение микроконтроллеров AVR: схемы, алгоритмы, программы. М: Додэка-XX1, 2004.

ЭЛЕМЕНТЫ ТЕОРИИ ГРАФОВ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Данная статья посвящена одному из разделов дискретной математики – теории графов. Рассмотрены структура графа, его элементы, основные виды графов. Основное внимание в статье уделено вопросу практического приложения теории графов, представлен широкий спектр применения данной теории в различных областях научной деятельности: математике, архитектуре, экономике, физике, теоретической химии. Отдельно рассматривается социальный граф и его применение в социальных сетях.

Ключевые слова: графы, элементы графа, социальный граф, социальные сети.

В настоящее время теория графов является развивающимся разделом математики. Это объясняется тем, что данная теория находит применение во многих областях современной математики и ее многочисленных приложениях, практически в любой отрасли науки и техники. Поэтому изучение данного раздела математики является актуальным.

Теория графов в качестве теоретической дисциплины может рассматриваться как раздел дискретной математики, исследующий свойства конечных множеств с заданными отношениями между элементами. Данная теория является частью как комбинаторики, так и топологии. Удобство формулировок комбинаторных задач в терминах графов делает теорию графов одним из мощнейших аппаратов комбинаторики. А из независимости свойств графа от расположения вершин и вида соединяющих их линий следует то, что это – топологическая теория.

Теория графов берет начало с 1736 г., когда в публикациях Петербургской академии наук появляется первая работа по данной теории, принадлежащая известному швейцарскому математику Леонарду Эйлеру. Л. Эйлера заинтересовала задача о 7 кенигсбергских мостах. Задача была сформулирована следующим образом: можно ли совершить прогулку так, чтобы, выйдя из дома, вернуться обратно, пройдя в точности один раз каждый из 7 кенигсбергских мостов. 13 марта 1736 г. Л. Эйлер пишет письмо итальянскому математику и инженеру Ипполиту Огюсту Маринони, в котором формулирует и предлагает решение задачи. Его ответ был – "нельзя". Впоследствии данная задача становится одной из классических задач теории графов.

Поначалу теория графов казалась незначительным разделом математики, так как имела дело в основном с головоломками и математическими развлечениями. Но после толчка в развитии математики и

особенно ее приложений теория графов стремительно начинает развиваться и нарастает поток задач, в которых она применяется. Наряду с математическими головоломками и играми на графах рассматриваются важные практические проблемы, многие из которых требуют тонких математических методов. Уже в середине XIX в. Густав Кирхгоф применяет графы для построения и анализа электрических цепей, а Артур Кэли исследует важный класс графов для выявления и перечисления изомеров насыщенных углеводородов.

В настоящее время графы используются при построении схем метрополитена, составлении карт, создании генеалогических древ. Графами являются блок-схемы программ для ЭВМ, сетевые графики строительства. Теория графов теперь применяется в экономике, биологии, химии, психологии, социологии и др. Математические головоломки и развлечения также являются частью теории графов [4].

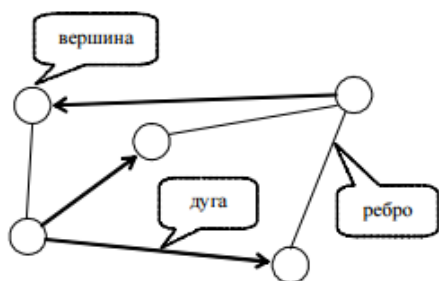


Рисунок 1. Конструкция графа.

Ныне теория графов – раздел дискретной математики, рассматривающий множества с заданными на них отношениями между элементами. Граф – это система, которая интуитивно может быть рассмотрена как множество точек и множество соединяющих их линий. Точки иначе называют вершинами, линии со стрелками – дугами, без стрелок –

ребрами. Вершины графа на рисунке выделяют обычно кружками или квадратами хотя бы потому, что не всегда точки пересечения ребер принимаются за вершины графа. (Рис. 1)

Если рассматриваемые пары вершин являются упорядоченными, т.е. на каждом ребре задается направление, то граф называется ориентированным



(Рис. 2а), в противном случае – неориентированным (Рис. 2б)

Рисунок 2.а) неориентированный граф

б) ориентированный граф

Последовательность неповторяющихся ребер, ведущая от некоторой вершины к другой, образует путь. Маршрут – путь в графе, ориентацией дуг которого можно пренебречь. Цепь – маршрут, в котором все ребра попарно различны. Цикл – замкнутый маршрут, являющийся цепью. Граф называется

связным, если для любых двух его вершин существует соединяющий их путь; в противном случае он называется несвязным.

Дерево – это связный граф без циклов. Деревья особенно часто используют на практике для изображения различных иерархий. Их отличие от простых графов заключается в том, что при обходе дерева невозможны циклы. Это делает графы очень удобной формой организации данных для различных алгоритмов. Таким образом, понятия дерева активно используется в информатике и программировании.

Далее в статье мы глубже рассмотрим значение теории графов в определенных областях, а именно математики, архитектуре, химии, экономике, физике и в социальных сетях. Убедимся на примерах в важности графов.

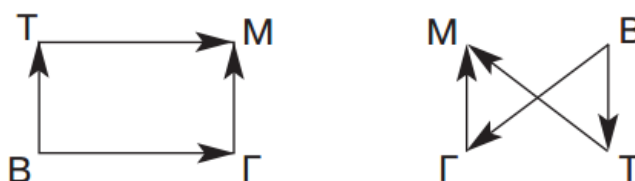
Самое распространенное применение теория графов нашла, конечно же, в математике. Как математическая дисциплина, данная теория сформировалась к середине тридцатых годов XIX ст. благодаря работам многих исследователей. Теория графов в математике применяется для решения различных задач и головоломок, на ее языке условия задач становятся более наглядными, что упрощает их анализ. В основном сами решения являются простыми и, в отличие от решений другими методами, не содержат утомительных вычислений.

Несмотря на то, что теория графов наглядна и проста в своих теоретических сведениях, она пока не находит свое место в большинстве книг по математике. Однако, с помощью этой теории уже на самом раннем этапе обучения школьников можно на достаточном уровне объяснять ряд сложных задач.

На примере рассмотрим задачу, которую можно решить как с помощью графов, так и без их помощи: "В семье четыре ребенка: Миша, Вероника, Тая и Галя. Двое из детей – близнецы (ровесники). Известно, что Тая старше Миши, который моложе Гали. Тая моложе Вероники, которая старше Гали. Кто из этих детей – близнецы?"

Решая эту задачу без использования графа, расставим первые буквы имен детей по возрастанию, то есть от младшего ребенка к старшему. Из условия, что Миша моложе Гали непонятно, где поставить букву "Г", – слева или справа от буквы Т. И только после прочтения последнего условия можно сделать вывод, что "Г" стоит между "Т" и "В". Получаем, что ровесниками могут быть только Тая и Вероника.

Рассмотрим решение этой же задачи при помощи графа. В задаче может быть рассмотрено два отношения – "быть младше" и "быть старше". Выберем одно из них и построим граф отношения "быть старше". (Рис. 3)



При этом стрелку будем ставить от старшего ребенка к младшему:

По графу видно, что старше всех Вероника, а Миша – младший из детей. Следовательно, близнецами являются Галя и Тая.

Из решения такой простой задачи можно сделать вывод, что рассматриваемое множество, состоящее из небольшого числа элементов, еще может быть решено без помощи графов, хотя данный способ решения более

Рисунок 3. Граф отношения «быть старше».

сложный. Однако, при решении задач на упорядочивание множества, состоящего из большого числа элементов, решение без помощи графов становится практически невозможным.

В настоящее время сформировалась устойчивая область взаимодействия архитектуры и математики, имеющая при этом довольно четкую структуру: определенный круг задач градостроительства и объемной архитектуры, решаемых определенными математическими методами из теории графов. Для решения архитектурных задач теория графов дает большое разнообразие методов. Они позволяют оптимизировать поиск проектного решения, корректировать функциональные связи внутри объектов, производить композиционный анализ по различным аспектам и т.д. в соответствии с моделями, которые можно изложить на языке теории графов. Так, при составлении большого проекта, содержащего различные виды работ, складывается ситуация, когда различные работы можно выполнить в определенном порядке, то есть одну работу можно начать лишь по окончании других работ. Например, при строительстве дома нельзя приступить к отделочным работам, пока не возведены стены, и нельзя возводить стены до укладки фундамента. Последовательность работ будет изображаться в виде сетевых графиков. Они применяются при планировании деятельности предприятия.

Также теория графов нашла своё широкое применение и в экономической сфере. В экономике задачи теории графов применяются для принятия на каждом этапе локально оптимальных решений, причем конечное решение также окажется оптимальным. Например, зная дату начала строительства и время, необходимое для выполнения каждой работы, можно выяснить, к какому сроку следует пригласить бригады специалистов (плотников, маляров, электриков) или подвезти материалы и т.д. Также, благодаря теории графов, можно найти кратчайший или объездной путь, рациональный маршрут передвижения для оптимизации производственного цикла.

Графы также используются в физике. Топологические модели схем электрических цепей являются графами. Графом изображается электрическая схема, повторяющая графическое изображение схемы, но без элементов, из которых состоит цепь. Вершинами графа являются узлы, соединенные непрерывными цепями, на которых указывается поток мощности или положительное направление тока (См. Рис. 4).

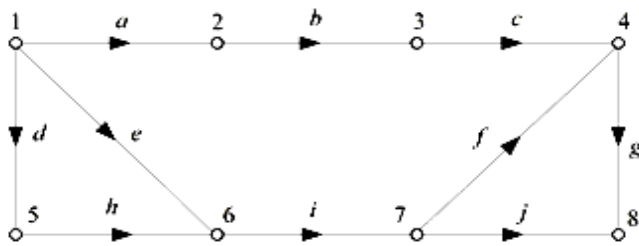


Рисунок 4. Графическое изображение схемы.

материала), на которой в виде металлических полосок вытравлены дорожки. Пересекаться дорожки могут только в определенных точках, куда устанавливаются необходимые элементы (диоды, триоды, резисторы и др.), их пересечение в других местах вызовет замыкание электрической цепи [5]. В ходе решения этой задачи необходимо вычертить плоский граф с вершинами в указанных точках (См. Рис. 5).

Теория графов нашла своё место и в современной теоретической химии, достаточно активно она применяется в трех областях: структурная химия, химическая кинетика, химическая физика полимеров.

Химия была одной из первых наук, сумевших воспринять содержательные идеи теории графов. Молекула химического вещества стала изображаться как граф с вершинами – атомами и ребрами – связями. Так был создан классический язык структурной химии, столь привычный в современном мире. Возможность формализации на его основе химических объектов (молекул) с помощью математических объектов (графов) позволяет использовать методы теории графов для определения числа различных изомеров. Первым известным примером применения математических методов к исследованию изомерии послужило обстоятельство, которое позволило в 1874 г. английскому математику А. Кэли решить классическую задачу структурной химии о перечислении изомеров углеводородов. Также язык теории графов неявно использовался в химической кинетике. В графе, отвечающем определенной кинетической схеме, для линейного случая (сеть молекулярных превращений) вершины – это вещества, ребра – элементарные реакции, для нелинейного случая есть вершины двух сортов – вещества и реакции [2]. На языке теории графов удобно изложить ряд неэмпирических и полуэмпирических методов квантовой химии. Энергетические и зарядовые параметры молекул представляются как различные структурные характеристики молекулярных графов. В химической кинетике благодаря графовой технике получают стационарные кинетические уравнения для многомаршрутных линейных механизмов, анализируют число независимых параметров модели.

Еще совершенно недавно, задача конструирования печатных схем для радиолюбителей являлась одной из самых сложных и утомительных. Как известно, печатной схемой является пластинка из какого-либо диэлектрика (изолирующего

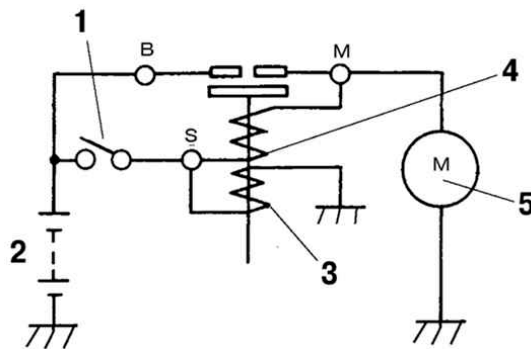


Рисунок 5. Плоский граф.

Также элементы теории графов дошли и до социальных сетей. Граф в прямом смысле слово "эволюционировал". 15 марта 2013 г. на пресс-конференции в головном офисе в Менло Парк, социальная сеть Facebook презентует новый сервис социальной сети – Graph Search, непосредственно затрагивающий теорию графов. Graph Search (Социальный поиск) не является Интернет-поиском, это сервис, помогающий пользователю через визуальную систему фильтров и индексирование доступного, открытого настройками приватности контента получить ответ на запрос о людях, фотографиях, местах и интересах. Сервис помогает найти новых людей по своим интересам, отыскать новые контакты в своем круге, представить старые воспоминания в новой форме [6].

Данный сервис основывается на социальном графе – графе, вершины которого – социальные объекты, такие, как пользовательские профили с различными атрибутами (например, имя, день рождения, родной город и т.п.), сообщества, медиа-контент и т.д., а ребра – социальные связи между ними (См. Рис. 6).

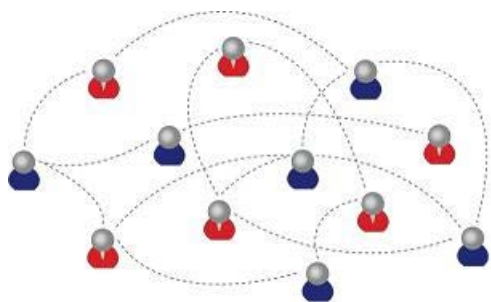


Рисунок 6. Социальный граф.

В целом, социальный граф включает в себя такую информацию, как лайки пользователя, его дружбу, социальную активность. На эти данные накладывается информация, релевантная абсолютно для каждого пользователя. Этот "микс"

социального контекста в каждом отдельно взятом графе и общей информации делает Facebook ресурсом с огромной базой персонализированного контента, позволяющей пользователю "подстраивать выбор информации под себя". Основной идеей социального поиска является то, чтобы искать и создавать все новые и новые связи ("ребра") для объединения "вершин".

Кроме приведенных и рассмотренных примеров, графы также применяются и в литературе, социологии, медицине, машиностроении, рекламе, психологии и т.д.

В настоящее время теория графов является одним из интенсивно развивающихся разделов математики. Это обусловлено тем, что в виде графовых моделей описываются многие объекты и ситуации: коммуникационные сети, схемы электрических и электронных приборов, химические молекулы, сетевые схемы, отношения между людьми и многое другое, то есть все то, с чем мы сталкиваемся каждый день в современной жизни.

Список используемых источников и литературы

1. Березина Л. Ю. Графы и их применение. / Березина Л. Ю – М., 1979
2. Зефилов Н.С., Кучанов С.И. (ред) Применение теории графов в химии./ Зефилов Н.С., Кучанов С.И. (ред) – Новосибирск: Наука, 1988.

3. О. Оре «Графы и их применение» / О. Оре – Москва: Издательство «Мир», 1965.

4. Кононюк А. Е. Дискретно-непрерывная математика. (Графы). / Кононюк А. Е. — В 15-и кн. Кн. 7, Ч. 1— К.:Освіта України. 2014.—558 с.

5. О.Б. Гладких, О.Н. Белых Основные понятия теории графов: Учебное пособие./ О.Б. Гладких, О.Н. Белых – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2008. -175 с.

6. Перевод Анастасии Матвеевой Как работает социальный поиск Facebook? Взгляд изнутри[Электронный ресурс] / – Режим доступа: http://www.searchengines.ru/articles/kak_rabotaet_so.html

А. С. Крицкая

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ТЕОРЕМА ПТОЛЕМЕЯ И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Возникновение и дальнейшее развитие геометрии связано с расширением практической деятельности людей. На протяжении всего периода существования она постоянно обогащалась новыми идеями и методами. Будущие учителя математики должны обладать навыками решения геометрических задач различными способами и обучать детей с разных сторон смотреть на одно и то же задание. В данной статье рассмотрена теорема Птолемея, а также возможность ее применения для реализации указанных учебных целей.

Ключевые слова: теорема, доказательство, четырехугольник, окружность, диагональ.

Геометрия является одной из самых древних наук. Изучая различные теоремы, человек получает огромное количество знаний, которые он будет использовать в течение всей своей жизни. Первые геометрические факты найдены в древнем Вавилоне и Египте. Греческое слово «геометрия» состоит из двух древнегреческих слов: «гео» – «земля» и «metreo» – «измеряю». Геометрические понятия и факты непосредственно применяются при решении практических задач.

В истории математики немало ученых, внесших весомый вклад в развитие геометрии как науки. Одним из таких ученых является Клавдий Птолемей, который без достижений современности, опираясь на свои знания и наблюдения, разработал одну из теорем, не утратившую актуальность и в наше время.

Клавдий Птолемей (примерно 100–170 г.г.) – древнегреческий оптик, астроном, астролог, механик, математик и теоретик музыки. Жил и совершал научные открытия в Александрии Египетской, где проводил астрономические наблюдения. Автор античной монографии "Альмагест", которая стала итогом в развитии античной механики. Одной теоремой этот древнегреческий ученый не ограничился, он оставил знания, способствовавшие дальнейшему развитию математики, астрономии и других наук.

В этой статье мы остановимся только на одной из открытых им теорем, теореме Птолемея, имеющей огромное прикладное значение, выясним ее суть и практическое применение.

К сожалению, деятельность ученого и его теорема, значительно упрощающая решение многих задач и развивающая мышление школьников, практически, не освещаются в современной научной и методической литературе, будучи представлены лишь на Интернет-сайтах. И это – при том, что применение данной теоремы в школьном курсе математике позволит учащимся проиллюстрировать новые подходы к доказательству известных теорем и решению задач.

Теорема Птолемея посвящена четырехугольникам, вписанным в окружность, которые представляют собой класс геометрических фигур, имеющих ряд интересных метрических соотношений, обладающих более высокой структурной симметрией по сравнению с соответствующим соотношениям между элементами треугольников.

В современном толковании данная теорема формулируется следующим образом: "Произведение диагоналей вписанного четырёхугольника равно сумме произведений его противоположных сторон".

С помощью данного открытия, Птолемей, основываясь на его теорему, исходя из которой отношение большей хорды к меньшей менее отношения стягиваемых ими дуг, составил таблицу синусов (таблицу длин хорд, соответствующих дугам от 0 до 180 °). В своих наблюдениях он использовал хорды с длинами, известными из геометрии – стороны правильных многоугольников, вписанных в круг: треугольника (хорда дуги в 120 °), квадрата (90 °), шестиугольника (60 °), пятиугольника (72 °) и десятиугольника (36 °). Взяв хорду, соответствующую 120 °, и применив свою теорему, Птолемей вычислил хорды дуг в 12 °, 6 °, 3 °, 1½ °, ¾ ° и приближённо вычислил по ним хорду дуги в 1 °. Именно эти данные он использовал для составления своих таблиц, без которых были невозможны астрономические расчеты [3].

Существует несколько следствий из теоремы Птолемея, значительно упрощающих решение задач:

1) Если трапеция равнобедренная, то

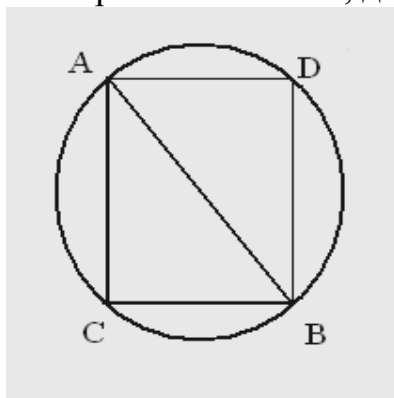
$$d^2 = a \cdot b + c^2.$$

2) Для любого прямоугольника:

$$d^2 = a^2 + b^2$$

Одним из применений теоремы Птолемея является доказательство с ее помощью других теорем, изучающихся в школьном курсе математики.

Пример 1. С помощью теоремы Птолемея, докажем теорему Пифагора.



Доказательство.

Прямоугольный треугольник ABC дополним до прямоугольника ADBC. Из определения прямоугольника мы знаем, что его внутренние углы равны 90° , следовательно, прямоугольник можно вписать в окружность. Значит, по теореме Птолемея,

$$AC \cdot BD + AD \cdot BC = AB \cdot CD,$$

а по свойству прямоугольника:

$$AB = CD, \quad AD = BC, \quad AC = BD.$$

Делаем вывод, что

$$AC^2 + BC^2 = AB^2.$$

Теорема доказана.

Пример 2. Пользуясь теоремой Птолемея, докажем теорему косинусов.

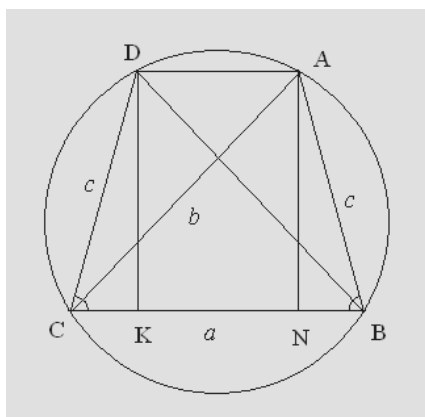
Доказательство.

Треугольник ABC дополним до равнобедренной трапеции ABCD. По свойству трапеции, сумма противоположных углов равна 180° , значит около нее можно описать окружность. Пользуясь, теоремой Птолемея,

$$AC \cdot DB = BC \cdot AD + AB \cdot CD$$

Пусть BN – высота трапеции. По свойству равнобедренной трапеции

$$BD = AC,$$



$$DA = CB - 2 \cdot BN = CB - 2AB \cdot \cos \angle ABN.$$

Следовательно,

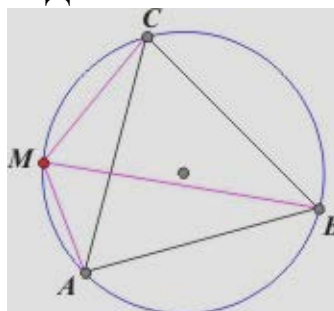
$$AC^2 = AB^2 + BC^2 - 2AB \cdot BC \cdot \cos \angle ABN.$$

Теорема доказана.

Однако наиболее важное значение теоремы Птолемея мы наблюдаем при решении задач. Рассмотрим некоторые из них:

Задача 1. Вокруг правильного треугольника описана окружность. Докажите, что сумма расстояний от точки М, лежащей на окружности, до двух вершин треугольника равна расстоянию от точки М до третьей вершины.

Доказательство.



Рассмотрим четырехугольник АВМС. По условию он вписанный, значит, пользуясь теоремой Птолемея,

$$AC \cdot BM = AB \cdot MC + MA \cdot BC$$

Треугольник ABC – правильный, поэтому

$$AB = BC = AC.$$

Значит,

$$AC \cdot BM = AC \cdot (MC + MA)$$

т. е.

$$BM = MA + MC.$$

Задача 2. Пусть в круге данного радиуса R известны хорды $AB = c$, $AC = b$ и пусть требуется найти хорду $BC = a$, соответствующую разности дуг, стягиваемых хордами AC и AB.

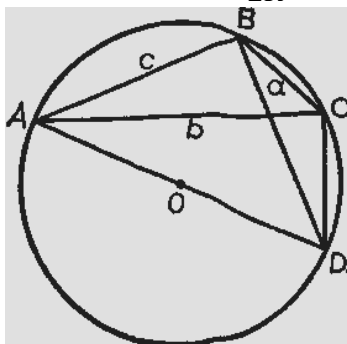
Решение.

Проведем диаметр AD и применим теорему Птолемея к четырехугольнику ABCD, получим:

$$b \cdot BD = c \cdot CD + a \cdot 2R.$$

Выразим BC:

$$a = \frac{b \cdot BD - c \cdot CD}{2R}$$

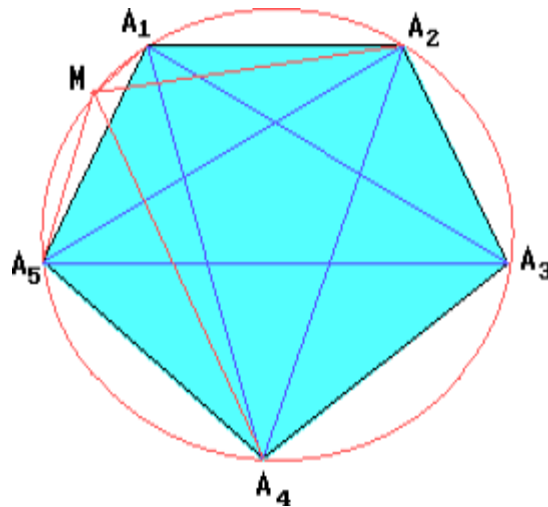


Отрезки BD и CD можно найти, пользуясь теоремой Пифагора, так как они являются катетами прямоугольных треугольников ABD и ACD с гипотенузой $AD = 2R$ и катетами b и c.

Задача 3. $A_1A_2A_3A_4A_5$ – правильный многоугольник, М – произвольная точка на дуге A_1A_5 окружности, описанной около многоугольника. Докажите,

что сумма расстояний от точки М до вершин с нечетными номерами равна сумме расстояний от М до вершин с четными номерами[5].

Доказательство.



Пусть сторона многоугольника равна a ,

$$A_1A_3 = A_2A_4 = A_3A_5 = A_5A_2 = A_1A_4 = b$$

и

$$MA_i = d_i.$$

Применим теорему Птолемея к пяти вписанным четырехугольникам $MA_1A_2A_3$, $MA_2A_3A_4$, $MA_3A_4A_5$, $A_4A_5MA_1$, $A_5MA_1A_2$, получим следующие равенства:

$$ad_1 + ad_3 = bd_2,$$

$$bd_3 = ad_2 + ad_4,$$

$$ad_3 + ad_5 = bd_4,$$

$$ad_1 + bd_5 = ad_4,$$

$$bd_1 + ad_5 = ad_2.$$

Сложив их почленно, получим, что

$$(2a + b)(d_1 + d_3 + d_5) = (2a + b)(d_2 + d_4).$$

Следовательно,

$$d_1 + d_3 + d_5 = d_2 + d_4,$$

что и требовалось доказать.

Геометрию считают сложным предметом. Сложность же ее состоит в том, что, по сравнению с алгеброй, она мало алгоритмизирована. Почти каждую содержательную задачу можно решить несколькими способами, используя различные методы. Одним из помощников нам в этом является теорема Птолемея. С ее помощью мы значительно упрощаем решение многих задач, делая их более красивыми и интересными.

Литература

1. Понарин Я. П. Элементарная геометрия: В 2 т. – Т. 1: Планиметрия, преобразования плоскости / Я. П. Понарин. – Москва : МЦНМО, 2004. – 312 с.
2. Понарин Я. П. Алгебра комплексных чисел в геометрических задачах [Электронный ресурс] / Я. П. Понарин. – Режим доступа к журналу: <http://www.ipages.ru>. – Заголовок с экрана.
3. Режим доступа к журналу: <http://www.hintfox.com/article/dokazatelstvo-drygih-teorem-s-pomoschju-teoremi-ptolemeja.html> – Заголовок с экрана. Библиотека статей.
4. Режим доступа к журналу: <http://www.xn--80adibiyqep1a0i.xn--p1ai/> – Заголовок с экрана. Резольвента. Учебный центр.
5. Режим доступа к журналу: http://www.problems.ru/view_by_subject_new.php?parent=418 – Заголовок с экрана. Задачи МЦНМО.

М. Н. Ляшко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ПИЩЕВОЙ ИНЖЕНЕРИИ

Рассмотрены основные положения теории подобия, типы моделей, основанных на математическом и физическом подобии, а также алгоритм построения математической модели технологического процесса. Исследована возможность применения математических методов для решения практических задач в пищевой инженерии.

Ключевые слова: математические методы, технологический процесс, пищевая инженерия, теория подобия, математическое моделирование, физическое моделирование.

Технологические процессы следует рассматривать как сочетание различных физических, химических и физико-химических явлений, которые можно описать дифференциальными уравнениями, часто неразрешимыми аналитически. В связи с этим возникает необходимость экспериментального изучения технологических процессов на опытных установках различных размеров. При этом используется теория подобия, которая позволяет получить ответы на следующие вопросы [1]:

1. как нужно организовать эксперимент, чтобы число требующихся опытов было минимальным;

2. как обработать полученные данные, если количество этих данных минимально;
3. как результаты экспериментов перенести на процессы, протекающие в условиях, отличных от условий опыта.

Основные положения теории подобия формулируются в виде трех теорем [1]:

Теорема 1.: Подобные между собой явления имеют одинаковые критерии подобия.

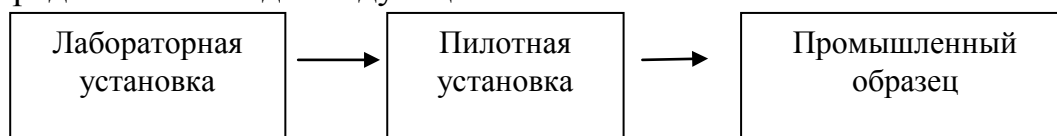
Теорема 2.: Зависимость между физическими величинами, характеризующими процесс, может быть представлена в виде функциональной зависимости (уравнения подобия) неопределяющих критериев от определяющих. При этом уравнения подобия представляются в виде степенных функций:

$$K_i = AK_{a_1}^n K_{a_2}^m K_{a_3}^l \dots K_{a_k}^y,$$

где A , n , m , l , y – постоянные, которые определяются опытным путем; K_n – определяемый критерий; K_a – определяющий критерий.

Теорема 3.: Подобны те явления, которые имеют подобные условия однозначности и одинаковые определяющие критерии. Содержание этой теоремы лежит в основе моделирования. При этом предполагается, что между моделью и оригиналом имеется подобие.

В первом приближении создание объекта моделирования можно представить в виде следующей схемы:



Подобие между моделью и оригиналом может быть физическим и математическим (рис.1).

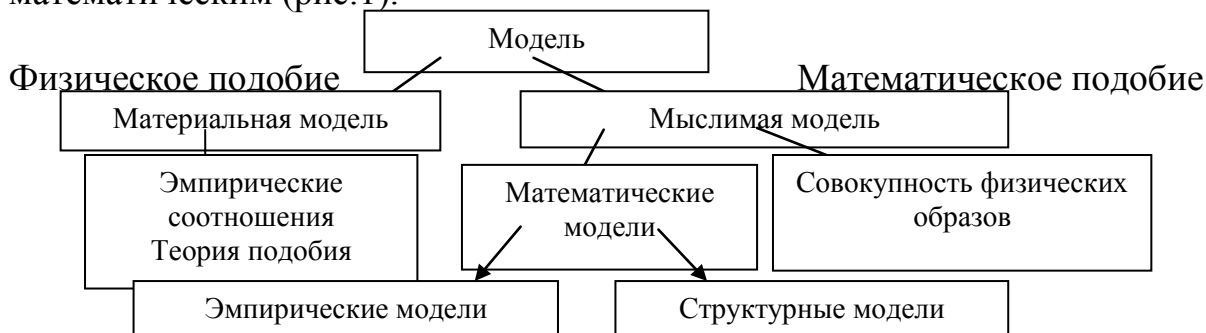


Рис. 1. Типы моделей [1].

Физическое моделирование связано с созданием и изучением свойств материальных моделей, причем основой построения моделей служит теория подобия. При математическом моделировании между моделью и объектом существует математическое подобие, при этом у математически подобных объектов процессы обладают различной физической природой, но

описываются одинаковыми уравнениями [3]. Следует отметить, что если описание объекта с помощью математических символов, верно, то результаты расчетов можно количественно распространить на оригинал.

Математическая модель объекта рассматривается в совокупности четырех аспектов [1,3]:

1. формализованное описание, т.е. описание физической природы объекта, включающее в себя:
 - постановку задачи; от правильной постановки зависит результат, определяются не только цель анализа, но и пути решения задачи;
 - определение фундаментальных законов, которым подчиняется механизм явлений, лежащий в основе функционирования системы;
2. математическое описание – аналитическая сторона, состоящая в составлении уравнений или соотношений, которые описывают работу объекта;
3. моделирующий алгоритм – последовательность расчетов;
4. анализ полученных результатов.

Элементами технологического процесса как системы являются происходящие в нем процессы [2,3]: теплообменный и массообменный процессы; биохимические реакции; движение фаз и др.

Системный подход в этом случае связан с пониманием того, что анализ этих процессов, проводимый порознь, не дает еще возможности судить обо всем процессе в целом. При анализе технологического процесса и работы аппаратов особое внимание следует обращать на взаимодействие составляющих их элементов. При системном анализе используются в основном два вида схем [1,2]:

1. структурные;
2. параметрические.

Рассмотрим пример применения системного подхода при анализе технологического процесса. На рис. 2 представлена структурная схема аппарата для обжарки. Структурная схема дает информацию о характеристиках потоков и их преобразованиях в элементах системы.

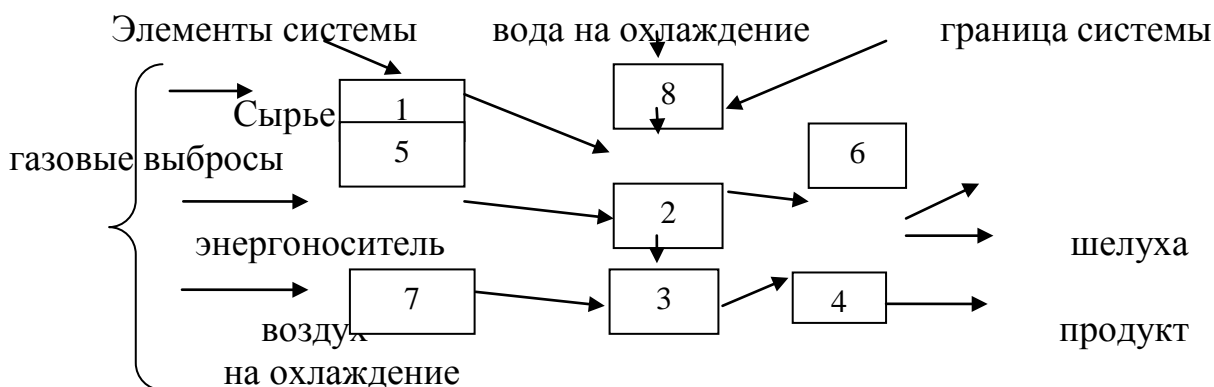


Рис. 2. Структурная схема аппарата для обжарки [1]:

1 – бункер для загрузки; 2 – обжарочный аппарат; 3 – охладитель; 4 – фасовка;

5 – теплогенератор; 6 – система очистки выхлопных газов; 7 – система подачи воздуха; 8 – система подачи воды.

Параметрическая схема данного технологического процесса дает представление о внешних связях рассматриваемой системы (рис.3). Записав эту схему на языке математики, получаем некоторую систему уравнений, соотношений и т. д., описывающих функционирование этой системы. В уравнение будут входить некоторые неизвестные коэффициенты (коэффициенты теплоотдачи, массоотдачи и т. д.). Для определения этих коэффициентов ставятся эксперименты на моделях или на оригинале.

В результате исследования модели не только достигается поставленная цель, но и должна быть установлена всеми возможными способами ее адекватность – соответствие объекту и сформулированным предположениям [2, с.26].

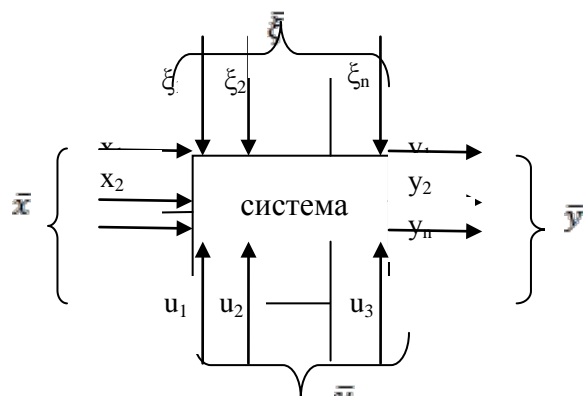


Рис. 3. Параметрическая схема аппарата для обжарки [1]:

$\bar{x}, \bar{u}, \bar{\xi}$ – основные группы параметров, определяющих характер и течение технологического процесса в любой момент времени в рассматриваемой системе;

\bar{y} – выходные параметры, результат функционирования системы.

Следует отметить, что широкое применение в пищевой инженерии также находят модели математического программирования, используемые для решения задач на оптимизацию технологических процессов и аппаратов [2].

Задача математического программирования формулируется следующим образом: найти значения переменных $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$, при которых функция $z(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$ принимает максимальное (или минимальное) значение, и кроме того, на переменные наложены ограничения в виде ряда равенств и неравенств [1, с.107].

Проиллюстрировать применение линейного программирования можно конкретным примером.

Пример: Кондитерская фабрика выпускает разные сорта печенья. Их производство ограничено наличием необходимых ресурсов: муки (М), сухого молока (СМ) и вспомогательного сырья (ВС). Нормы затрат ресурсов на

единицу продукции, запасы ресурсов и прибыль от реализации единицы продукции приведены в таблице 1. Требуется сопоставить производственный план выпуска продукции с учетом имеющихся ресурсов, который обеспечивал бы наибольшую прибыль.

Таблица 1

Виды ресурсов	Виды продукции		Запасы ресурсов
	печенье «Наполеон»	печенье «Птичка»	
М	7	5	32
СМ	5	8	35
ВС	5	7	29
Прибыль	15	18	

Пусть x_1, x_2 – количество печенья «Наполеон» и «Птичка», планируемое к выпуску. Тогда суммарная прибыль от реализации всей плановой продукции (целевая функция) составит $z = 15x_1 + 18x_2 \rightarrow \max$.

При этом общий расход муки (М) равен $7x_1 + 5x_2$, и он не должен превышать имеющегося запаса 32 (табл. 1). Это приводит к ограничению $7x_1 + 5x_2 \leq 32$. Аналогично учитываются ограничения по сухому молоку (СМ) и вспомогательному сырью (ВС): $5x_1 + 8x_2 \leq 35$, $5x_1 + 7x_2 \leq 29$. Так как объемы выпускаемых изделий не могут быть отрицательными, то $x_1 \geq 0$, $x_2 \geq 0$.

Приведенные выше условия являются экономической постановкой задачи. Составим теперь математическую модель задачи. Математическая модель задачи имеет вид:

$$z = 15x_1 + 18x_2 \rightarrow \max \quad (1)$$

$$\begin{cases} 7x_1 + 5x_2 \leq 32, \\ 5x_1 + 8x_2 \leq 35, \\ 5x_1 + 7x_2 \leq 29, \end{cases} \quad (2)$$

$$x_i \geq 0, i = 1; 2. \quad (3)$$

Следовательно, математическая задача заключается в том, чтобы найти неотрицательные значения x_i , $i = 1; 2$, удовлетворяющие ограничениям (2), для которых функция z принимает наибольшее значение (1).

Таким образом, поскольку пищевая инженерия весьма тесно связана с различными физико-химическими превращениями органических веществ и изучением принципов и механизмов их взаимодействия с соответствующим оборудованием, то использование приемов и методов математики в исследовании технологических процессов позволяет получить наиболее ценные результаты, достижение которых иными путями часто оказывается невозможным. Анализ применения математического инструментария становится неотъемлемым средством разработки новых конкурентоспособных инженерных решений.

Список используемых источников и литературы

1. Алексеев Г. В. Математические методы в пищевой инженерии: учебное пособие / Г. В. Алексеев, Б. А. Вороненко, Н. И. Лукин. – СПб.: Издательство «Лань», 2012. – 176 с.
2. Дворецкий С. И. Компьютерное моделирование и оптимизация технологических процессов и оборудования: учебное пособие / С. И. Дворецкий, А. Ф. Егоров, Д. С. Дворецкий. – Тамбов: Издательство ТГТУ, 2003. – 224 с.
3. Самарский А. А. Математическое моделирование: идеи, методы, примеры / А. А. Самарский, А. П. Михайлов. – М.: Физматлит, 2001. – 3

А.К.Теленков

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПОВЕДЕНИЕМ ЧЕЛОВЕКА

В статье затрагивается тема повышения аудитории сайта, которая является ключевым признаком успешности интернет-ресурса. Для ее расширения используют разные модели и методы управления поведением человека, однако, не всегда эффективно и корректно. В данной статье уточнены модели и методы, увеличивающие аудиторию сайта.

Ключевые слова: интернет-ресурс, управление поведением человека, повышение аудитории сайта.

Интернет сегодня стал неотъемлемой частью жизни человечества. Он содержит гигантскую базу различной информации. Кроме развлечений и поиска информации, люди используют глобальную сеть в качестве работы.

Интернет-сайт включает факторы, обусловленные в большей степени техническим исполнением ресурса, его содержанием и нюансами организации контента, а также маркетинговыми технологиями продвижения сайта в сети Интернет.

Развитие интернет-ресурсов служит для достижения личных целей их собственников. Таким образом, глобальная сеть стала содержать сотни сайтов одинаковой тематики, среди которых пользователь выбирает наиболее оптимизированный, поэтому именно оптимизация сайтов становится актуальней с каждым днем.

Аудитория сайта является ключевым признаком его успешности. Для ее увеличения используются различные модели и методы управления поведением человека. Помимо информационного наполнения для привлечения человека, посетившего сайт, большое значение имеют его

общий вид, привлекательность или привычность, графика и анимация.

В данной статье проанализированы популярные исследования манипуляции человеческим сознанием через зрительные и звуковые рецепторы. Кроме того, уточнены наиболее эффективные способы управления человеческим поведением.

Проектирование любого интернет-ресурса всегда начинается с выбора форм и цветов. Цветовое оформление предметов способны оказывать различное воздействие на восприятие: одни оттенки нас радуют, другие успокаивают, третьи раздражают. Этими особенностями человеческого подсознания, зачастую, стараются пользоваться маркетологи, наделяя продукты определенным цветовым решением. Ошибочно подобранный цвет способен нарушить всю смысловую структуру, заложенную в продукт его создателями. Если же цветовой спектр совпал с позиционированием бренда, то отображенная в образе продукта идея обязательно «осядет» в сознании потребителя. В цветопередаче важны любые мелочи: яркость, насыщенность, количество оттенков. «Правильный» цвет подчеркнет гармонию форм, а «неверный» – разрушит единство композиции. Неслучайно большинство успешных брендов осуществляют визуализацию своего продукта одним цветом[1].

Ниже приведены некоторые медицинские, физиологические и психологические характеристики цвета.

Красный: теплый и раздражающий, стимулирует мозг, символ опасности и запрета, показывает деятельный настрой. Красный выбирают люди эмоциональные, влюбчивые. На малых поверхностях может сочетаться с бирюзовым или серым.

Оранжевый: жизнерадостный, импульсивный, создает чувство благополучия, свидетельствует о реализме. Его теплота, часто в сочетании с синим как дополнительным цветом, делает его приемлемым на небольших поверхностях, особенно для такой продукции, как инструменты, машинное оборудование и т.п.

Желтый: стимулирует мозг, привлекает внимание и сохраняется в памяти дольше, чем другие цвета. Желтый, оранжевый цвета выбирают жизнерадостные, импульсивные люди. Яркость этого цвета вызывает нарушение психического равновесия, поэтому его не рекомендуется использовать на больших поверхностях и лучше применять в сочетании с зеленым.

Зеленый: успокаивает, снимает боль, усталость, уравнивает, олицетворяет свежесть и естественность. Зеленый выбирают люди способные и уравновешенные. Сам по себе вызывает ощущение 'обделенности' и создает вялую атмосферу, поэтому должен использоваться в сочетании с белым или синим.

Синий: создает внутреннюю силу и гармонию. Синий выбирают люди меланхоличные и разочарованные.

Белый: символизирует чистоту. Его лучше использовать в сочетании

с синим, красным или зеленым.

Коричневый; вызывает ощущение стабильности и реалистическое настроение. Коричневый выбирают люди, находящиеся в периоде стабильности, но не желающие ничего менять (консервативные);

Черный: символизирует изящество.

Розовый: ощущение слабости, пустоты, а часто и слащавости.

Светло-зеленый: придает холодность окружающей среде[2].

После анализа полученной информации удалось выяснить, что цветовая гамма сайта способна манипулировать сознанием пользователя, побуждая его к требуемому действию.

Красный цвет акцентирует внимание человека на себе, вызывая у него внимание и легкое волнение. В тоже время, избыток красного цвета подсознательно пугает человека и вызывает желание избежать его.

Желтый цвет легко повысит доверие к изложенному материалу. Также, подобно красному цвету, желтый цвет акцентирует внимание.

Зеленый цвет расслабляет человека, снижая его внимание. Впрочем, пере наполнение сайта зеленым цветом может отвергнуть потенциальных посетителей.

Синий цвет олицетворяет уверенность. Человек, видя синий цвет, подсознательно видит в нем уверенность и надежность.

Черный цвет указывает на строгий стиль электронного ресурса, добавляет изысканности.

Белый цвет олицетворяет чистоту и порядок. Белый цвет является наилучшим фоном для всей текстовой информации.

Коричневый цвет вызывает у человека ощущение спокойствия и безопасности.

Звук, подобно запаху и цвету, может оказывать то или иное влияние на поведение человека. Я. А. Лупьян, анализируя влияние музыкального искусства на человека в неблагоприятные, критические для психики периоды, придерживается сходной точки зрения и называет следующие психофизиологические механизмы воздействия музыки на психику человека: «Во-первых, она снижает активность доминанты, сформировавшейся во время конфликтной ситуации (стресса), разряжает накопившиеся отрицательные эмоции. Во-вторых, музыка формирует новую конкурирующую доминанту, особенно у людей с «художественным» типом высшей нервной деятельности. В-третьих, музыка способна повысить общий тонус человека вялого, опечаленного, мобилизовать его энергию на достижение какой-либо цели». Для этого музыка «должна быть оптимальна по громкости», «должна соответствовать и настроению, и вкусу» человека, ее воспринимающего. Одновременное восприятие одной и той же музыки людьми с различными вкусами, с разным настроением будет отличаться по своим особенностям[3].

В. Б. Полякова в своих работах делает вывод о влиянии различных средств музыкальной выразительности на частоту сердечных сокращений.

Одним из основных механизмов влияния музыки на человека ученые считают акустико-моторный рефлекс, вследствие которого восприятие музыки сопровождается повышением тонуса скелетных мышц, под действием музыки изменяется моторная активность[4]. Вслед за акустико-моторным рефлексом, сопровождаемым вздрагиванием и повышением тонуса, как считают М. Р. Могендович и И.Б. Темкин, возникают собственно моторно-висцеральные рефлекс, к которым относят и ориентировочный рефлекс на звук в шумовом или ритмическом виде[4].

Л. С. Брусиловский приводит общий результат исследований, связанный с получением человеком эмоционально-эстетического удовольствия от музыки, в том числе и по критериям «нравится, не нравится»: сердечно-сосудистая система заметно реагирует на музыку, когда она доставляет удовольствие и создает приятное настроение; в этом случае замедляется пульс, усиливаются сокращения сердца, снижается артериальное давление, расширяются кровеносные сосуды; при раздражающем же характере музыки сердцебиения учащаются и становятся слабее.

В исследовании Л. С. Брусиловского [4] показано, что музыка оказывает влияние на холестерин обмен; спокойная музыка способствует переключению вегетативной нервной системы в трофотропном направлении, возбуждающая музыка вызывает эрготропную реакцию, а также музыкальная стимуляция уменьшает время двигательной реакции, повышает лабильность зрительного анализатора.

В.Б. Полякова, анализируя механизмы воздействия музыки на человека, отмечает позитивное влияние музыки на физические возможности человека. Например, мускулатура руки при выполнении механической работы «рефлекторно способна усваивать более высокие ритмы работы под влиянием музыки (без специального инструктирования испытуемого)». В. Б. Полякова доказывает, что музыка может повысить работоспособность и у людей, занимающихся умственным трудом: «Музыка, передаваемая по определенным программам в течение рабочего дня в конструкторском бюро, не только не отвлекает внимания работников от выполнения производственного задания, но и способствует понижению утомляемости. Время моторной реакции уменьшается, улучшаются чувство времени, память и сосредоточенность. Частота сердечных сокращений в дни передачи музыки меньше, она более устойчива в течение рабочего дня. Это позволяет сказать, что музыка облегчает умственный труд»[4].

Таким образом, в результате сбора информации, мы пришли к выводу, что фоновая музыка также может стать рабочим инструментом для увеличения аудитории сайта. Ее актуальность появляется при длительном нахождении на сайте. Классические композиции Моцарта или Вивальди способны стимулировать работу мозга и в тоже время расслабить слушателя. Музыка Баха и Генделя поможет слушателю сконцентрироваться на получаемой информации. Таким образом, музыка способна улучшить различные онлайн библиотеки и блоги, научные издания и электронные

учебные заведения, и, несомненно, подчеркнет индивидуальность сайта.

Для остальных случаев установка музыкального сопровождения является рискованной идеей, поскольку среднее пребывание человека на интернет-странице не превышает 1 минуты.

Поскольку в литературе открытого доступа отсутствует информация о влиянии расположения информации на выбор пользователя, мы провели эксперимент, который четко указал на наиболее просматриваемые части интернет-страницы. Исследование на пятидесяти испытуемых с помощью веб-камеры и дополнительного программного обеспечения EnableViascam (eViascam) показало, что в 80% случаев люди, в первую очередь, обращают внимание на левую верхнюю часть страницы. Площадь этой части равна 35% от площади всей страницы. Вторым просматриваемым местом является середина страницы. Ее площадь равняется 40%. Самой неактуальной частью страницы есть нижний правый угол. На рисунке (рис.1) показано, какие области экрана наиболее актуальны для человека.

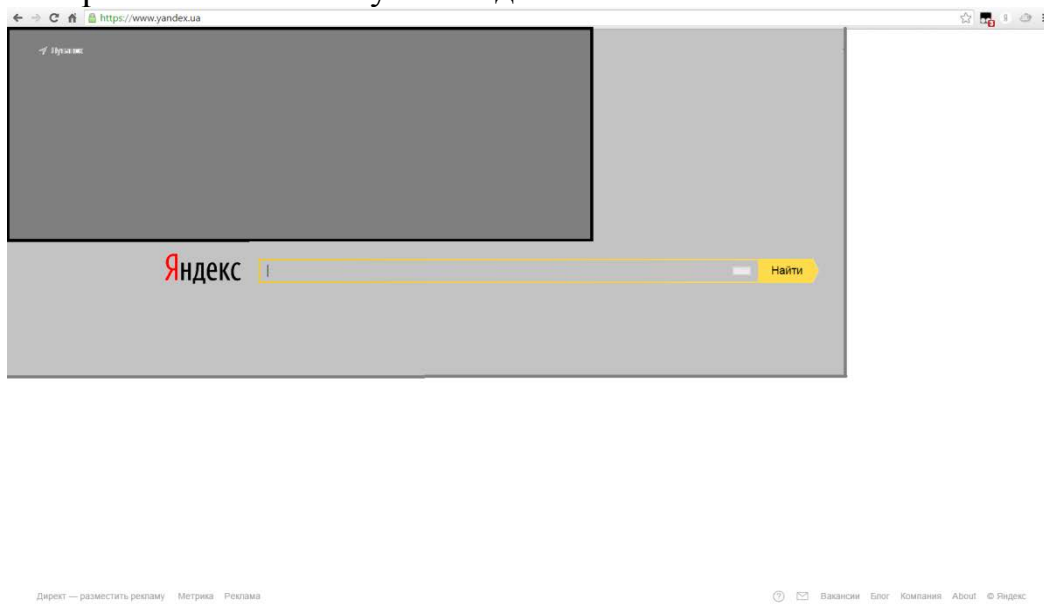


Рис.1. Наиболее просматриваемые области веб страницы (чем область темнее, тем чаще просматривается)

Тем самым, расположение самых важных элементов на электронной странице в приоритетной части способствует формированию мнения посетителя о качестве интернет-ресурса. Расположенная в данных областях информация лучше воспринимается пользователем и позволяет быстрее ориентироваться. Посетитель никогда не упустит необходимой информации, если приоритетные элементы стоят в зоне наивысшего внимания, то есть в левой верхней части.

Выводы

В представленной статье исследовались зрительные, звуковые, основанные на восприятии запахов, активных веществ, нейростимуляции модели и методы манипуляции человеческим поведением.

Проведенный анализ показал, что цветовая составляющая сайта может

по-разному влиять на настроения и желания пользователей. Было выявлено наиболее оптимальное для большинства пользователей цветовое сочетание: коричневый, белый, синий, зеленый. Также, неограниченную роль несут желтый и красный цвета, которые лучше использовать для подчеркивания основных элементов, а черный для подчеркивания собственного стиля.

Музыкальные произведения известнейших композиторов способны привлечь посетителей сайта своей необычностью и эффективностью при запоминании больших объемов информации. Классические композиции помогут посетителю расслабиться во время длительного пребывания на сайте.

Проведенное практическое исследование показало, что грамотное расположение элементов на электронной странице способно оказывать влияние на поведение человека. Посетитель никогда не упустит необходимой информации, если приоритетные элементы стоят в зоне наивысшего внимания, то есть в левой верхней части.

Список используемых источников и литературы

1. Молчанов И. «Мир запахов и управление человеческим поведением. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.dere.ru/library/psy_factor/molchanov_zapah.html (дата обращения: 16.01.2016).
2. Гладченко А. Цвет в рекламе. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.biztimes.ru> (дата обращения: 01.02.2016).
Назаров И. Основы музыкально-исполнительской техники и метод ее совершенствования / Назаров И. – Л.: Музыка, 1969. – 132 с.
Чахвадзе В. О научном подходе в музыкальной педагогике. Сб.: Вопросы музыкальной педагогике / Чахвадзе В. – М., 1973. – 127 с.

М. В. Баганец

Омский государственный педагогический университет, г. Омск

ПРИЛОЖЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ФРЭНСИСА СКОТТА ФИЦДЖЕРАЛЬДА «ВЕЛИКИЙ ГЭТСБИ»)

Аннотация: В данной статье автор анализирует проблему дифференциации категории приложения от категории определения в английском языке, а также определяет синтаксические, семантические и прагматические особенности приложений.

Ключевые слова: Лингвистика, английский язык, приложение, филология, Великий Гэтсби.

Abstract. In this article author analyzes the problem of differentiation of applications and attributes in English and determines the syntactic, semantic and pragmatic features of applications.

Keywords: Linguistics, the English language, apposition, philology, The Great Gatsby.

Приложение является распространенным явлением, характерным как для русского, так и для английского языков, однако в современных лингвистических исследованиях данная структурная единица остается на периферии изучения. Это объясняется тем, что данное явление не вызывает сложностей в плане описания структуры предложения и является факультативным элементом структуры высказывания.

Проблемы, касающиеся приложения в английском языке, затрагивались в исследованиях, посвященных второстепенным и обособленным членам предложения, так как зачастую приложение рассматривается как разновидность определения.

Категория приложения в английском языке рассматривалась такими учеными, как И. П. Ивановой, Л. Л. Иофик, Б. А. Ильишом и другими учёными. Материалом исследования послужили 82 предложения с приложениями из романа Фрэнсиса Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби».

Отличие второстепенных членов предложения от главных не в смысловом весе в высказывании, а в разной грамматической роли. Синтаксическая функция второстепенных членов состоит в распространении главных на основе подчинительной связи. Среди второстепенных членов

предложения выделяются дополнения (Objects), обстоятельственные слова (Adverbial Modifiers) и определения (Attributes).

Определение – это второстепенный член предложения с атрибутивным значением, обозначающий качество или отличительные признаки предметов.

Разновидностью определения является приложение. М. В. Курышева даёт следующее определение: «Приложение – это определение, выраженное согласованным существительным (реже – местоимением) и представляющее собой второе наименование предмета». Например: Её отец, Иван Сергеевич, был геологом [4, с. 95].

Б. А. Ильиш считает, что в отношениях между приложением и определением нет причин считать приложение особым видом определения, так как приложение предоставляет сильные отличительные черты предмета или лица для того, чтобы считаться самостоятельным второстепенным членом предложения. Оно характеризует лицо или вещи отлично от того, как характеризует это лицо или вещь определение. Это различие легко увидеть, сравнив фразы «stone wall» и «President Roosevelt» [2, с. 248].

Приложение может быть выражено:

- существительным: Next morning, Christmas Day, came fine and clear.

- существительным с постпозитивным определением:

From Mrs. Heron, a woman of some diplomatic talent, he learned nothing.

- однородным существительным с соединительными союзами (обычно and): We had just commenced the 3rd course – the bread and jam – when a gentleman came along.

Приложение может располагаться как перед, так и после определяемого слова. Его связь с определяемым словом может быть очень тесной и довольно отдаленной.

Приложение может быть обособленным и необособленным.

Необособленное приложение (a close apposition) образует одну интонационную группу с определяемым словом. В большинстве случаев оно предшествует определяемому слову и часто представляет собой название степени родства или профессии при имени собственном: Uncle Roger, Mrs. Green, Mount Etna, the river Thames. Обособленное приложение менее связано с определяемым словом. Оно всегда отделяется запятой и интонационно. Такое приложение стоит после определяемого слова: John, my eldest son, is sitting for Oxford.

Приложению присущи характерные особенности, которые можно разделить на 3 большие группы: синтаксические, семантические и прагматические.

Синтаксические особенности приложений

1. Все приложения можно разделить на: приложения, выполняющие номинальную функцию и приложения, не выполняющие номинальную функцию. К первой группе можно отнести приложения, которые играют роль:

- подлежащего (subject);

The sister, Catherine, was a slender, worldly girl of about thirty with a solid sticky bob of red hair and a complexion powdered milky white.

- прямого дополнения (direct object);

And he knew that he had lost that part of it, the freshest and the best, forever.

- дополнения предлога (complement of preposition);

She was appalled by West Egg, this unprecedented place that Broadway that begotten upon a Long Island fishing village...

- дополнения подлежащего (subject complement).

There was a slow, pleasant movement in the air, scarcely a wind, promising a cool, lovely day.

Ко второй группе относятся приложения, играющие наречную (adverbial) роль. Например: No telephone message arrived, but the butler went without his sleep and waited for it until four o'clock – until long after there was anyone to give it to if it came.

I slunk off in the direction of the cocktail table – the only place in the garden where a single man could linger without looking purposeless and alone.

2. Приложение и определяемое слово могут принадлежать к одному или к разным синтаксическим классам. Так как большинство приложений выполняют номинативную функцию, следовательно, большинство приложений и определяемых фраз выражено субстантивными фразами (noun phrase/NP).

I was promoted to be a major, and every Allied government gave me a decoration – even Montenegro, little Montenegro down on the Adriatic Sea!

В остальных случаях они могут быть выражены:

- предложной фразой (prepositional phrase/PP); The boy's mother, at a loss to know why he was crying, tried to console him.

- определительными (adjective phrase/ADJ. P.) и наречными фразами (adverbial phrase/ADV. P.).

3. Приложение и определяемое слово, как правило, являются смежными, но существуют случаи, когда они разделены другими членами предложения.

So we beat on, boats against the current, borne back ceaselessly into the past. Для такой позиции есть 2 причины:

- принцип конечной позиции распространенных членов предложения (end-weight principle) или принцип конечной позиции наиболее важной информации в предложении (end-focus principle);

- акцент на местоимение [5, с. 10].

Семантические особенности приложений

Чарльз Мейер выделяет 3 основных типа семантических отношений между приложением и определяемым словом:

1. Приложение более конкретно, чем определяемое слово. Функции приложения:

Обозначение, отождествление: приложение конкретизирует, уточняет название определяемого слова; The sister, Catherine, was a slender, worldly girl

of about thirty with a solid sticky bob of red hair and a complexion powdered milky white.

Детализация: приложение обращает внимание на какую-либо часть или аспект определяемого слова; Gravely the men turn in at a house – the wrong house.

Иллюстративность: приложение приводит пример определяемого явления. After that I lived like a young rajah in all the capitals of Europe – Paris, Venice, Rome...

2. Приложение менее конкретно, чем определяемое слово.

Характеристика: приложение описывает какую-либо характеристику определяемого слова. No telephone message arrived, but the butler went without his sleep and waited for it until four o'clock – until long after there was anyone to give it to if it came.

3. Приложение и определяемое слово конкретны в равной степени.

Перифраз: приложение называет определяемое слово другими словами; I kept it always full of interesting people, night and day.

Переориентация: приложение повторяет, переформулирует то, что было сказано ранее; I graduated from New Haven in 1915, just a quarter of a century after my father, and a little later I participated in that delayed Teutonic migration...

Корректирование: приложение корректирует то, что было сказано ранее. You remind me of a – of a rose, an absolute rose.

Прагматические особенности приложений

В романе «Великий Гэтсби» нами было выявлено довольно частое использование приложений. Наибольшее количество, а именно 63 из 82 случаев, использовано Ником, повествователем истории. Ник является и рассказчиком, и героем романа. В течение истории он меняется под влиянием всего того, что произошло с Гэтсби. Приложения являются средством выразительности.

Несмотря на то, что Ник выступает также героем романа, он повествует рассказ объективно и всесторонне. Ник описывает каждую деталь происходящего, поэтому приложения, используемые им, несут более конкретную информацию, чем определяемые слова.

Finally we came to Gatsby's own apartment, a bedroom and a bath, and an Adam's study, where we sat and drank a glass of some Chartreuse he took from a cupboard in the wall.

They were a party of three on horseback – Tom and a man named Sloane and a pretty woman in a brown riding habit, who had been there previously.

It belonged to Demaine, the oil man.

The young Greek, Michaelis, who runs the coffee joint beside the ashheaps was the principal witness at the inquest.

Ник уже в самом начале повествования предстаёт перед нами как образованный человек, это доказывается его богатым лексиконом и тем, что его речь полна латинизмов и сложноподчинённых предложений.

This is a valley of ashes – a fantastic farm where ashes grow like wheat into ridges and hills and grotesque gardens.

Gatsby believed in the green light, the orgastic future that year by year recedes before us.

Гэтсби использует 11 приложений, все из них содержат более конкретную информацию, чем определяемые слова.

After that I lived like a young rajah in all the capitals of Europe – Paris, Venice, Rome – collecting jewels, chiefly rubies, hunting big game, painting a little...

Том Бьюкенен использует 3 приложения. В основном цель данных приложений – дать новую информацию об определяемом слове.

You follow me to the south side of Central Park, in front of the Plaza.

Необходимо обратить внимание на приложения используемые Дэйзи, их всего два. Данные приложения не несут новой информации, они просто повторяют или подчёркивают сказанное ранее. Данная особенность говорит о легкомысленности Дэйзи.

You remind me of a – of a rose, an absolute rose.

That's what I get for marrying a brute of a man – a great, big, hulking physical specimen of a....

На основе романа Фрэнсиса Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби» выявлено, что в большинстве случаев приложение выполняет номинативную функцию и играет роль подлежащего (38% случаев) или дополнения предлога (28%). Так как большинство приложений выполняют номинативную функцию, следовательно, они выражены существительными, местоимениями или субстантивными фразами в 90% случаев. Если приложение не выступает в роли подлежащего, то находясь в конце предложения, оно обуславливает принцип конечной позиции распространенных членов предложения (end-weight principle) и принцип конечной позиции наиболее важной информации в предложении (end-focus principle). Относительно отношений определяемого слова и приложения в предложении, в 80% случаев (65 из 82) они располагаются непосредственно друг за другом, а в оставшихся 20% случаев (17 из 82) разделены другими членами предложения. В содержании романа наибольшее количество приложений являются более конкретными по семантическому значению, чем определяемые слова (72%), затем идут менее конкретные (17%) и конкретные в равной степени (11%).

Список используемых источников и литературы

1. Жигадло, В. Н., Иванова, И. П., Иофик, Л. Л. Современный английский язык. Теоретический курс грамматики / В. Н. Жигадло, И. П. Иванова, Л. Л. Иофик. – М.: Наука, 1956. – 349 с.

2. Ильиш, Б.А. Строй современного английского языка: Учебник по курсу теоретической грамматики для студентов пед. ин-тов (На английском языке) /

Б. А. Ильиш. – Л.: Просвещение, 1971. – 366 с.

3. Иофик, Л. Л. Структурный синтаксис английского языка / Л. Л. Иофик. – Л., 1972. – 176 с.

4. Курьшева М. В. Русский язык: синтаксический анализ словосочетания и простого предложения. – Томск: изд-во ТГПУ, 2009. – 189 с.

5. Мейер Ч. Приложение в современном английском языке / Чарльз Мейер. – Пресса Кембриджского университета, 1992. – 152 с.

И.В. Безверхая

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

МЕТАФОРИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В НЕМЕЦКОЙ РОМАНТИЧЕСКОЙ СКАЗКЕ

В данной статье речь идёт о теоретических основах немецкой романтической сказки. Особое внимание уделено роли метафорических средств выразительности в сказках немецких романтиков. Литературная сказка рассматривается как самостоятельный жанр, который характеризуется рядом следующих особенностей: неожиданная фабула, своеобразные персонажи, отсутствие победы добра над злом.

Ключевые слова:

Литературная сказка, жанр, метафорические средства выразительности, тропы.

This article is about theoretical bases of the German romantic fairy tale. The special attention is paid to a role of metaphorical means of expressiveness in fairy tales of the German romantics. The literary fairy tale is considered as an independent genre which is characterized by a number of the following features: an unexpected plot, peculiar characters, lack of a victory of good over the evil.

Keywords:

Literary fairy tale, genre, metaphorical means of expressiveness, trope.

В настоящее время внимание многих исследователей привлекает наименее изученный жанр – «немецкая романтическая сказка». К таким произведениям можно отнести сказки Л.Тика, Э.Т.А. Гофмана, К. Брентано, Новалиса и многих других авторов.

В XIX в. сказка включается в общие пути развития литературы, становясь в то же время предметом научного изучения. Романтики вместе с интересом к «народному» начинают обращаться к особому виду художественной сказки, которая строится то на форме крестьянской сказки, то на ее образах, то просто на принципе сказочно-фантастического переосмысления действительности.

Теоретическую базу работы составляют научные достижения таких учёных как В.Я Пропп, В.И. Аникин, А.Б. Ботникова, М.П. Брандес, Е.И. Шендельс, А.И. Никифоров, которые исследовали сказку, её признаки, задачи, функции и проблемы средств выразительности. Но роль средств выразительности именно в немецкой романтической сказке является на сегодняшний день мало изученной. Таким образом, актуальность данной темы обусловлена необходимостью изучения метафорических средств выразительности в сказках немецких романтиков, так как их использование является ярчайшим показателем индивидуального стиля писателя.

В немецкой литературе существует много определений сказки. Мы рассмотрим определение Н.Л. Гильчёнка:

«Сказка жанр короткого рассказа; она возникла как народная поэзия и просуществовала почти у всех народов большей частью в устном предании. Характерно для сказки простая этическая норма: добро, порядочность, гуманность – вознаграждается; зло, несправедливость, жестокость всегда наказуемо» [2, с. 122].

Среди всех народов народная сказка тесно связана с историей человеческого общества. В соответствии с этим сформировались определённые виды сказок. Волшебные сказки происходят из периода родового порядка и отражают веру в духи, эльфов, гномов, природных богов и прочие; сказки о животных («Волк и семеро козлят»); мифологические сказки берут свое начало с момента начала нашей эры («Спящая Красавица»); Королевские сказки – из эпохи феодализма («Король Дроздобород»); социально-критические сказки датируются временем растущего капитализма («Дьявол и дрешер») [2, с. 122– 123].

Литературная сказка наряду с законами жанра, которым она не может не следовать, часто заимствует от народной традиции те или иные ее признаки в той или иной совокупности; этим, в частности, и объясняется многообразие литературной сказки.

В ходе истории некоторые сказки претерпевали существенные изменения, исчезали, появлялись новые версии. Но несмотря на яркую национальную окраску произведений разных народов, многие мотивы, образы и даже сюжеты в них сходны.

В немецком языке сказка обозначается словом Märchen. Корень Mär- означает «новость», «известие», -chen – уменьшительный суффикс. Таким образом, Märchen – «маленький, интересный рассказ». Это слово встречается с XIII века и постепенно закрепилось в значении «сказка».

В различных языковых стилях, а особенно в художественном стиле, широко используются языковые средства, усиливающие действенность высказывания благодаря тому, что к чисто логическому содержанию добавляются различные экспрессивно-эмоциональные оттенки. Усиление выразительности речи достигается различными средствами, в первую очередь использованием тропов и фигур.

Тропы – сердцевина художественной речи, именно благодаря им поэт может увидеть и подчеркнуть новые, неожиданные связи мира [1, с. 44].

Среди немецких писателей-романтиков выделяются Э.Т.А. Гофман, К. Brentano, Л.Тик, Новалис. У каждого из них есть свой излюбленный прием покорения читательских сердец. Гофман это делает с помощью неязыковой иронии, которой пронизаны практически все его произведения, Тик в своих произведениях – показывает связи человека и природы, реального и фантастического миров, внутренней жизни романтической личности, Новалис – с помощью аллегории, Brentano – с помощью перифраз и аллегорий. Их произведения оказывали и оказывают неизгладимое впечатление на читателя [3, с. 131].

Самый одаренный в иенском кружке мыслитель Новалис в совокупности всей своей творческой деятельности был наиболее характерным и ярким выразителем всей системы иенских романтиков. «Сказка – канон поэзии, а все поэтическое для него должно быть сказочным. Истинная поэзия может быть лишь большой аллегорией» [4, с. 56].

Отсюда мы видим стремление Новалиса к поэтизации. Сама сказка для него уже поэзия, но именно язык сказки является этим элементом, который роднит сказку и поэзию, так как романтическая сказка богата метафорическими средствами, что и показывает ниже приведённые примеры.

Опираясь на классификацию метафорических средств В.А. Кухаренко, мы проанализировали сказку «Гиацинт и роза», чтобы глубже понять какие средства выразительности автор использовал в сказке.

«Unter den Mädchen war eine, ein köstliches, bildschönes Kind, sah aus wie Wachs, Haare wie goldne Seide, kirschrote Lippen, wie ein Püppchen gewachsen, brandrabenschwarze Augen» [2, с. 132]. Здесь автор сравнивает красоту ребёнка с красотой куколки.

Следующим тропом, часто наблюдаемым в сказке является гипербола.

Гипербола (греч. «преувеличение») – образное выражение, содержащее непомерное преувеличение размера, силы, значения и т.д. какого-либо предмета, явления.

Приведённый ниже пример покажет нам, чувства героя, которые были выражены с помощью гиперболы: «Damals war Rosenblüte, so hieß sie, dem bildschönen Hyazinth, so hieß er, von Herzen gut, und er hatte sie lieb zum Sterben» [2,с.133]. В данном предложении автор преувеличивает чувства героя, выражая их такими словами: «Он любил её до смерти».

Олицетворения – это особый вид метафоры-иносказания – перенесение черт живого существа на неодушевлённые предметы и явления.

«Die Gans erzählte Märchen, der Bach klimperte eine Ballade dazwischen, ein großer dicker Stein machte lächerliche Bockssprünge, die Rose schlich sich freundlich hinter ihm herum, kroch durch seine Locken, und der Efeu streichelte ihm die sorgenvolle Stirn.» В данном отрывке мы наблюдаем, что олицетворение как стилистическая фигура, связанная с «инстинктом» персонификации в живых языках и с риторической традицией, присущей

любой выразительной речи: гусь рассказывает, ручей звенел балладу, большой толстый камень делал прыжки через козла.

Следующим ярким представителем немецкого романтизма является Эрнст Теодор Амадей Гофман. Он был наиболее яркой фигурой среди писателей позднего немецкого романтизма.

В сказке «Der goldene Topf» характерным стилистическим приемом является употребление такого приема как риторическое восклицание. Автор использует данный приём для того, чтобы читатель мог ощутить, какое состояние герой испытывает в данный момент: «Ach! ach! wo seid ihr hin, ihr seligen Träume künftigen Glücks» [2,с.180]. («Боже мой! Боже мой! Где вы, блаженные грезы о будущем счастье...»).

Употребление Гофманом в повествовании графонов существенно оживляет диалогическую речь героев, а тем самым сближает читателя с персонажами.

«Hei, hei, was ist das für ein Gemunkel und Geflüster da drüben? – Hei, hei, wer sucht mir doch den Strahl hinter den Bergen! – genug gesonnt, genug gesungen – Hei, hei, durch Busch und Gras – durch Gras und Strom! – Hei, – hei – Heru-u-unter – Heru-u-unter!» [2,с.183] У Гофмана мы встречаем использование графонов, криками героя «Эй, эй, что там за толки, что там за шепот? Эй, эй, кто там ищет луча за горами? Довольно погрелись, довольно напелись! Эй, эй, сквозь кусты и траву, по траве, по воде вниз! Эй, эй, до-мо-о-о-й, до-мо-о-о-й!»

В сказке «Das Märchen von Gockel und Hinkel» К.Брентано использовал следующие средства выразительности. Автор употребил эпитеты для того, чтобы передать эмоции читателю: «wilden Wald», «graues Männchen», «frischer Luft», «in dem wüsten Haus».

Гиперболичность, как любое отступление от нормы в сторону преувеличения словно растворена в сказке и касается почти всех моментов ее фантастического действия, но не во всех случаях это качество особенно заметно.

«Gras und Kraut wuchs überall, aus allen Winkeln, und Vögel vom Zaunkönig bis zum Storch nisteten in dem wüsten Haus». Здесь видно явное преувеличение автора по отношению к природе. Писатель хотел подчеркнуть ее красоту.

Как и у Новалиса, средневековье в произведениях Тика это поэтический мир, в котором возможно сказочное и фантастическое. Тик в сказке «Der gestiefelte Kater» продемонстрировал художественные средства выразительности в следующих приёмах.

Автор в сказке использовал персонификацию «Hinze der Kater richtet sich auf, dehnt sich, macht einen hohen Buckel, gähnt und spricht dann: Mein lieber Gottlieb, ich habe ein ordentliches Mitleiden mit Euch.» В данном предложении персонификация носит эмоционально-оценочный характер, так как через данный прием автор выражает свой субъективный взгляд, свое

отношение к животному, другим людям, к каким-то абстрактным явлениям и окружающей его действительности.

Употребляя гиперболу, Новалис выражает своё отношение к герою. «Schon tausend schöne Prinzen, wertgeschätzte Tochter, haben sich um dich beworben und dir ihre Königreiche zu Füßen gelegt» Здесь мы видим отношение короля к принцессе, он гиперболизирует свои чувства, говоря о том, что создаёт царство у её ног.

Суммируя сказанное, можно сделать вывод, что основными жанрообразующими чертами сказки являются ее идейно-тематическое содержание, особая композиция, образная система и языковой стиль.

Стиль художественной литературы отличается такими признаками, как наличие «эстетической функции, экспрессивности и образности», а значит использованием большого количества разных видов тропов.

Таким образом, в сказках немецкие романтики использовали разные виды стилистических фигур. Индивидуальный стиль Э.Т.А. Гофмана отличается преобладанием сложных предложений, использование характерного для фольклорной поэтики гротеска. Излюбленными тропами в сказках Гофмана являются сравнения, эпитеты, аллегория, метафора. Отличительной чертой стиля Э.Т.А. Гофмана являются также такие приемы стилистического синтаксиса, как риторические вопросы и восклицания. Отличительной особенностью Новалиса является частое использование метафор и гипербол. Для индивидуального стиля К. Brentano характерным является использование большого количества гипербол и олицетворения. Особенностью сказки Л. Тика является то, что сказка построена на использовании монологов и диалогов.

Литература

1. Арутюнова Н. Д. Теория метафоры: Сборник / Н. Арутюнова. – М.: Спб, 1990. – С. 44
2. Гильченок Н. Л. Аналитическое чтение. Серия: Изучаем иностранные языки / Н. Гильченок. – СПб.: «Издательство СОЮЗ», 2000. – 256 с.
3. Крайнова Л. Е. Хрестоматия по немецкой литературе / Л. Крайнова. – СПб.: КОРОНА – Век, 2009. – 352 с.
4. Соловьёва Н.А. История зарубежной литературы XIX века / Н.А.Соловьевой. – М.: Высшая школа, 1991. – 637 с.

Д.Д. Гридин

Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко

РОЛЬ ФИЛОСОФИИ ДЕКАРТА В РАЗВИТИИ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

Статья посвящена философии Рене Декарта, принесшей огромные плоды развития французского языка. Ведь именно благодаря его работе, в

грамматике появился такой отдел как синтаксис - изучающий предложения и способы сочетания слов внутри предложения. Что дало развитие для нормализации и изучения французского языка и языков в целом.

Ключевые слова: Картезианство, рационализм, синтаксис, влияние французского языка, ренессанс.

The article is devoted to the philosophy of Rene Descartes, it has brought huge benefits for the development of the French language. Thanks to his work in the grammar there is such a department as a syntax - studying the proposal and process of combining of words within a sentence. What made the development of normalization and learning of the French language and languages in general.

Keywords: Cartesianism, Rationalism, the syntax, the influence of French, Renaissance.

В настоящее время французская филология все чаще обращается к истокам развития французского языка, придавая им новое видение или пересматривая роль каждого этапа его развития. Цель данной статьи – проанализировать влияние философии Декарта на процесс развития французского языка. в целом, чтобы выявить, как это повлияло на нормализацию данного языка.

Актуальность данного исследования заключается в том, что оно показывает не только развитие французского языка, но и его нормализацию. Данным вопросом занимались как отечественные так и зарубежные исследователи, такие как: Василий Соколов, Валентин Асмус, Бергсон, Сартр.

В 1637 г. Декарт публикует на французском языке, анонимно статью, «Рассуждение о методе». Эта публикация предваряет на четыре года «Meditationes de prima philosophia» («Метафизические размышления») на латыни. На латинский язык рассуждение будет переведено в 1644 Этьеном де Курселем. Декарт будет защищать латинский язык «размышлений» [1].

Он дает понять, что перевод на французский герцога де Люиня, дополненный «Возражениями и Ответами» в переводе Клерселье, с его собственноручной обширной правкой, может служить исходным текстом или, как скажет позже Байе, «придает большую выразительность» мысли автора, и что очень важно поддержать склонность к чтению у тех, кто, «не умея пользоваться языком ученых, всенепременно обнаруживает любовь и расположение к философии». [4]

Языковая стратегия Декарта не оставляет сомнений: в ней отдается предпочтение французскому языку, а «Господам деканам и докторам «священного» теологического факультета Парижа», коим адресовано осторожное, оборонительное предисловие «Рассуждений», показывается, что мы умеем обращаться с официальным ученым языком и можем, как и все прочие, превозносить на декадентской латыни авторитет «священного имени Сорбонна». [3]

Точно так же было в XX веке, когда все великие творцы французской философии: Бергсон, Сартр, Делез, Лакан отстаивали право быть писателями на своем языке. В сущности, они отстаивали право на свободу языка, пытались вместе с тем добиться того, чтобы Университет признал за ними профессионализм. Они с упорством следовали философии, согласно которой они стремились писать на родном, материнском, наречии, не поддаваясь соблазну анархического разрыва с учеными институциями.

В чем же для Декарта и его последователей заключался собственно философский смысл этого учреждения мысли во французском языке, наряду с которым учреждается также неоднозначный статус французского мыслителя, дающий повод для кривотолков; рискуя быть преданными анафеме учеными мужами, он хочет быть и философом, и писателем.

Положения рационалистической философии нашли отклик в разработке грамматической теории: в 1660 г. была издана грамматика французского языка — «Grammaire générale et raisonnée», которая сразу же обратила на себя всеобщее внимание. Она была написана двумя учеными — Ланслои Арно.

Арно был крупный ученый, который в 1662 г. в сотрудничестве с учеными Николем написал «Логику Пор-Рояля» (Logique de Port-Royal), завоевавшую большую популярность и составленную в духе рационализма Декарта [2].

Он же разработал грамматическую теорию, которая и была систематизирована и изложена Лансло в указанной выше работе.

Грамматика Арно и Лансло была названа «générale» (общая) потому что авторы при ее составлении стремились исходить из общих принципов, которые были бы пригодны не только для французского, но и для всех других языков; «raisonnée» - так как авторы хотели дать не только описание явлений языка, но и объяснить эти явления.

Исходя из основного положения философии Декарта, Арно выдвигает разум как общий принцип, управляющий языками.

Поскольку любой язык является выражением мысли, то прежде всего и надо исходить из законов развития мышления, то есть из законов логики; эти законы неизменны и всеобщы, и им подчинены все языки.

Грамматика Арно и Лансло, была скорее логическим введением в изучение французского языка. Последняя глава была посвящена синтаксису, что было очень ценно, так как впервые в грамматику вводилось учение о предложении.

Издание этой грамматики было началом того нового направления в грамматических теориях, которое получило яркое выражение в XVIII в. и надолго утвердилось во Франции.

Кроме того, что он утвердил «новые принципы философии», он способствовал развитию ряда специальных научных дисциплин, в частности математики.

Его идеи, относящиеся к области естественных наук, серьезнейшим образом повлияли на развитие французского, в частности механистического, материалистического, философского и естественнонаучного мышления. После его смерти влияние картезианства усилилось - не только во Франции,

но и в других странах Западной Европы. В соответствии с различными сторонами картезианства его влияние проявилось в произведениях различных философов. Рационалистический метод Декарта получил систематическую разработку в книге его последователей и друзей Паскаля, Арно и Николя «Логика или искусство мыслить» Логика, приближенная к математике, трактовалась здесь как наука обретения новых истин в исследовании реальной природы. Если собственно научная сторона картезианства еще при жизни его основателя завоевала много сторонников в Утрехтском, Лейденском и других университетах Нидерландов, то общий дух его рационализма и положения метафизики оказали воздействие на некоторых протестантских теологов.

Таким образом, можно сделать вывод, что философия Декарта стала толчком для развития французского языка, ведь именно благодаря его труду, в грамматике появился такой отдел как синтаксис - изучающий предложения и способы сочетания слов внутри предложения, что дало развитие для нормализации и изучения французского языка и языков в целом.

Литература

1. Фишер Куно. История Новой философии. Декарт: Его жизнь, сочинения и учение. - СПб.: 2014. – 274 с.
2. Декарт Р. Сочинения в двух томах. Том 1. – М.: Мысль, 2014. – 234 с.
3. Василий Соколов. Философия Рене Декарта. – М., 2013. – 187 с.
4. Владимир Ильин. Философия: учебник в 2-х томах.: Изд-во Феникс, 2006. 5. Валентин – 423 с.
5. Асмус. Декарт. Учебное пособие. - М.: Изд-во Высшая школа, 2016. – 178 с.

К.А. Молчанова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

«ОСВЕЩЕНИЕ СОБЫТИЙ ВО ВЬЕТНАМЕ (1957 – 1975 ГГ.) В АМЕРИКАНСКИХ СМИ: ПОРАЖЕНИЕ ПЕНТАГОНА И БЕЛОГО ДОМА В ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЕ»

В статье раскрывается тема освещения событий во Вьетнаме (1957 – 1975 гг.) в американских СМИ, влияние СМИ в информационной войне. На примере освещения американскими журналистами вооруженного конфликта во Вьетнаме можно убедиться, что СМИ существенно влияют на восприятие, мнение, представление людей о событиях, формируют общественное мнение и даже способны изменить жизни и судьбы конкретных людей, подтолкнуть власть имущих к изменению своей политики на международной арене.

Ключевые слова: СМИ, Вьетнам, Америка, информация, США, война.

У статті розкривається тема висвітлення подій у В'єтнамі (1957 - . 1975 рр) в американських ЗМІ, вплив ЗМІ в інформаційній війні. На прикладі висвітлення американськими журналістами збройного конфлікту у В'єтнамі можна переконатися, що ЗМІ істотно впливають на сприйняття, думка, уявлення людей про події, формують громадську думку і навіть здатні змінити життя і долі конкретних людей, підштовхнувши владу імущих до зміни своєї політики на міжнародній арені.

Ключові слова: ЗМІ, В'єтнам, Америка, інформація, США, війна.

The article deals with the topic of coverage in Vietnam (1957 - . 1975) in the American media, the impact of media in the information war. For example, light American journalists armed conflict in Vietnam, you can be sure that the media greatly influence the perception, opinion, people's perceptions of events, shape public opinion, and even able to change the life and fate of specific people, encourage those in power to change its policy in the international arena.

Keywords: media, Vietnam, the United States, the information the United States, the war.

Информация всегда имеет большое значение, но в военное время, по сравнению с мирными условиями, ее ценность и значение возрастают. Каждая из сторон, участвующих в конфликте, стремится, как можно больше узнать о противнике и использовать полученные сведения в стратегических целях. При этом информацию о поражениях, военных ошибках и жертвах стараются скрыть.

Коммуникативным посредником между обществом и актуальной информацией, безусловно, выступают СМИ, но, что касается «сводок с фронтов», то медиа, в основном, распространяют официальные сведения со ссылкой именно на военных, тогда когда те стремятся контролировать СМИ с целью предотвращения утечки информации, которая могла бы быть полезной для противника. Также военные в интересах национальной безопасности стремятся посредством медиа повлиять на общественное мнение, которое должно быть лояльно правительству. То есть СМИ и источники информации, к которым принадлежат люди-военные, преследуют разные коммуникативные цели. Именно поэтому в военное время журналистика, кроме информационной, выполняет воздействующую функцию [1], [2]

В период американской экспансии во Вьетнаме (1957 – 1975), как не покажется странным, именно на журналистов США возложили ответственность на поражение в войне. Дэниэл Халлин называет две наиболее популярные версии о взаимоотношениях СМИ и правительства США в этот период: консервативная и либеральная. Согласно консервативной теории, медиа вели себя как враги по отношению к правительству, поскольку репортажи о войне были чересчур предвзяты и нарочито тенденциозны. Репортеры сформировали общественное мнение против руководства США, заставив его выйти из войны, которую оно могло и должно было выиграть. Освещение войны во Вьетнаме, с этой точки зрения, сломило волю США [3].

Либеральная версия распространена среди журналистов, освещавших конфликт. С их позиции, СМИ были обязаны рассказать правду о Вьетнаме, правду, которую американское правительство стремилось скрыть. Работа журналистов привела к тому, что в обществе укрепилось мнение о «грязной войне», которую Пентагон и Белый дом никогда и не должны были и начинать. Вместе с тем, освещение событий в Юго-Восточной Азии с политической точки зрения было более чем «правильным», потому что она воспринималась в условиях «холодной войны» как борьба между свободным миром и тоталитаризмом [2].

Следует отметить, что в экстремальных условиях, особенно в период военных действий, существуют ограничения на распространение информации, способной навредить военной кампании. Речь идет не о классической цензуре, но все-таки корреспондентам, желающим получить аккредитацию в Сайгоне, необходимо было следовать ряду правил. Им запрещалось упоминать о возможных планах, операциях или атаках с воздуха; о правилах применения вооруженной силы; о количестве топлива и боеприпасов; действиях или методах разведки; о взлетах, маршруте самолетов и прочее. Другими словами, запретные темы касались лишь той информации, которая могла представлять интерес для противника. Вторым объяснением отсутствия цензуры во Вьетнаме Халлин называет нежелание администрации президента Линдона Джонсона придавать особого значения этому конфликту. Введение же цензуры означало бы обратное [4].

Прежде всего, военные полагают, что СМИ оказали колоссальное, но крайне негативное влияние на общественное мнение, освещая Тетское наступление 1968 года. Это сражение является ключевым в войне, в результате которого кардинально изменилось стратегическое положение в конфликте. Обе стороны – и США, и Национальный фронт освобождения Южного Вьетнама – понесли серьезные потери, но сила, выдержка и стойкость Вьетконга не оставили американским военным шанса на победу. Министерство обороны США уверяло общественность в скором завершении войны (в СМИ часто появлялось выражение «свет в конце туннеля»), в то время как американцы увидели по ТВ совсем другое: масштабную, хорошо спланированную акцию Вьетконга.

Например, еще до 1968 года в U.S. News and World Report (1964, Май 4) был опубликован очерк «Мы проигрываем, боевой дух ослаблен... Если бы они дали нам хорошие самолеты...». Это своеобразный военный дневник, составленный из писем капитана воздушных войск Джерри Шанка. Материал уникален, поскольку война показана глазами солдата, непосредственного участника событий. Опубликованные письма охватывают временной промежуток с ноября 1963 по март 1964 (письма обрываются гибелью капитана). Во многих письмах Шанк не устает удивляться ложным заявлениям правительства США []. Более того, журналисты писали/показывали не единичные случаи, когда моральный дух солдат ослабевал под влиянием целого ряда факторов. Именно репортеры и

операторы открыли правду о морально-психологическом состоянии армии в своих телевизионных репортажах, основными героями которых были солдаты. Характерно, что из почти 500 медиа, аккредитованных во Вьетнаме, 408 представляли телевидение [3].

Утверждение, что важным фактором, повлиявшим на американскую журналистику, было отношение военных журналистов к конфликту и правительству, – требует более глубокого анализа и аргументации. С одной стороны, как нас убеждают, во Вьетнаме родилось новое поколение американских СМИ – более скептическое, более враждебное к военной миссии США. Но при этом, как пишет журналист Сидни Шанберг, репортеров, приезжавших во Вьетнам со своим собственным мнением, было меньшинство. Поэтому существует два противоположных мифа об отношении журналистов к войне во Вьетнаме. Согласно первому, СМИ были настроены оппозиционно, согласно второму – всецело поддерживали правительство. Причину распространения столь противоположных по своему содержанию мифов следует искать в той эволюции, которую прошли журналисты вместе с обществом: от объединения вокруг флага до резкого неприятия войны во Вьетнаме [4].

Существует не только миф о журналистах в контексте событий в Юго-Восточной Азии в 1970-х гг., но и вообще понятие мистификации о Вьетнамской войне – совокупность всего массива преднамеренно и непреднамеренно искажённой информации о событиях войны во Вьетнаме. Появлению и широкому распространению некоторых мифов способствовали западные средства массовой информации, тиражирующие сенсационную, но неподтверждённую ничем информацию, а также бестселлеры с шокирующими подробностями о войне, которые на поверку оказывались беллетристическими произведениями людей, к войне имеющими весьма отдалённое отношение, либо не имеющими его вовсе [5], [6], [11]

Например, Директор информационно-аналитического управления ВВС США Р.С. Бойд, в 1969 – 1970 гг. служивший офицером военной разведки Армии США в Южном Вьетнаме на должности военного советника по разведке, в своём труде, посвящённом войскам специального назначения СССР, писал о том, что в конце 1960-х гг., группы советского спецназа, по четыре человека в каждой, направлялись во Вьетнам для испытания 7,62-мм снайперской винтовки Драгунова в бою, но при этом никаких доказательств, кроме своих слов, не приводил [7].

Также американский гангстер Фрэнк Лукас утверждал, что в ходе войны наладил перевозку героина из Юго-Восточной Азии в США в гробах погибших американских солдат. Этот эпизод отражён в художественном фильме «Гангстер». В реальности транспортировка наркотиков осуществлялась не в гробах, а в мебели. Об этом свидетельствовали поставщик Лукаса Лесли Аткинсон (прямо обвинивший Лукаса во лжи) и агент по борьбе с наркотиками Чарльз Лутц, участвовавший в расследовании

этого дела и подробно описавший его в статье «TheCadaverConnection», опубликованной журналом «VietnamMagazine» [8].

Но было и документальное подтверждение многих выводов, размышлений, сенсационных разоблачений, представленных в публицистических материалах. Речь идет о так называемых «Документах Пентагона». Этообщепринятое название сборника «Американо-вьетнамские отношения, 1945 – 1967: Исследование» (UnitedStates-VietnamRelations, 1945 – 1967: A Study), предназначавшегося для внутриведомственного использования в Министерстве обороны США, однако частично обнародованного американской прессой в 1971 году во время Вьетнамской войны. Создание сборника было начато в 1967 году по инициативе министра обороны США Роберта Макнамары. К проекту были привлечены армейские офицеры, гражданские политологи и историки. Общей целью было написание истории принятия американским правительством решений по индокитайскому вопросу, включая решения непосредственно в ходе войны. Работа состояла из 7000 страниц, более половины которых занимали различные документы и не предназначалась для обнародования в ближайшем будущем [11].

Документы Пентагона стали доступны общественности благодаря аналитику госдепартамента США ДэниелуЭллсбергу. Разочаровавшись во Вьетнамской войне, Д. Эллсберг при увольнении с работы сумел тайно скопировать часть сборника. Он попытался предложить эти материалы настроенным против войны членам Конгресса, а когда эта попытка провалилась, предоставил их известному своей критикой политики США во Вьетнаме журналисту Нейлу Шихану [9], [11].

В июне 1971 года газета Шихана «Нью-Йорк Таймс» начала публикацию документов Пентагона, что вызвало значительное недовольство администрации Р. Никсона. В документах указывалось, что администрация предыдущего президента Л. Джонсона намеренно предпринимала акции по эскалации войны, несмотря на заверения самого главы Белого дома о том, что США не стремятся к её расширению [].

Дело о публикации документов дошло до Верховного Суда США, который постановил, что американские газеты имеют право их публиковать. Обнародование документов Пентагона усилило недоверие американского общества к высшим властным структурам, а сами документы использовались антивоенным движением как ещё одно свидетельство неискренности американского правительства в вопросе войны во Вьетнаме. Остальная часть документов (более 48 коробок и 7 тысяч страниц) была рассекречена в 2011 году в 40-ю годовщину утечки информации Национальный архив США совместно с президентскими библиотеками Кеннеди, Джонсона и Никсона.

Таким образом, на примере освещения американскими журналистами вооруженного конфликта во Вьетнаме можно убедиться, что СМИ существенно влияют на восприятие, мнение, представление людей о событиях, формируют общественное мнение и даже способны изменить

жизни и судьбы конкретных людей, подтолкнуть власть имущих к изменению своей политики на международной арене. Американская журналистика в период войны во Вьетнаме изменила и Роберта Макнамару, признавшего в книге «Оглядываясь назад: трагедия и уроки Вьетнама»: «Мы были не правы» [10], [11].

Список литературы

1. Маркс К. Исповедь благородной души. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд., т. 6, с. 23-27.
2. Маркс К., Энгельс Ф. Манифест Коммунистической партии.- Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд., т. 4, с. 419-459.
3. Маркс К. Оправдание мозельского корреспондента. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд., т. I, с. 187-217.
4. Американский милитаризм. 1970. М.: Воениздат, 1972. - 237 с.
5. Андрунас Е.Ч. Концентрация и монополизация печати США. Автореф. дис. . канд.ист. наук. М., 1972. 16 с.
6. Голованова Г.А., Урина Н.В. Зарубежная печать. Библиографический указатель. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1966. - 114 с.
7. Антикоммунистическая пропаганда империализма. Доктрины, аппарат. / Под ред. Хромушина Г.Б. М.: Международные отношения, 1971. - 334 с.
8. Арбатов Г.А. Идеологическая борьба в современных международных отношениях. М.: Политиздат, 1970. - 349 с
9. Шаронов Д. И. О коммуникативном смысле медиатизации // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2008. № 2. С. 234 – 239.
10. «Война во Вьетнаме» - [Электронный ресурс] – Режим доступа к статье: <https://ru.wikipedia.org/wiki/10>. «Мистификации о Вьетнамской войне» - [Электронный ресурс] – Режим доступа к статье: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
11. «Документы Пентагона» - [Электронный ресурс] – Режим доступа к статье: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
Фотографии из архивов фотожурналиста Дуга Нивена.

К.А.Молчанова, А.О.Бабик

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ НЕОЛОГИЗМОВ В СМК. (СИТУАЦИЯ НА ДОНБАССЕ)

В статье раскрывается тема появлений новых неологизмов в средствах массовой коммуникации, связанных с ситуацией на территории Украины — Донбассе. Даются примеры неологизмов с одного интернет ресурса, мнения исследователей. Делается вывод, что в скором времени, после истечения событий на территориях Украины и Донбасса, неологизмы устареют и потеряют своё значение, до следующего события, которое повлечёт собой новые слова.

Ключевые слова: СМК, Россия, Украина, Донбасс, неологизмы, территория, язык.

У статті розкривається тема появи нових неологізмів у засобах масової комунікації, пов'язаних із ситуацією на території України — Донбасі. Даються приклади неологізмів з одного інтернет-ресурсу, думки дослідників. Робиться висновок, що незабаром, після закінчення подій на територіях України та Донбасу, неологізми застаріють і втратять своє значення, до наступної події, яка спричинить собою нові слова.

Ключові слова: СМК, Росія, Україна, Донбас, неологізми, територія, мова.

In the article the theme of appearances of new neologisms opens up in the facilities of mass communication, related to the situation on territory of Ukraine — Donbass. The patterns of neologisms are set from one the internet — resource, opinion of researchers. Drawn conclusion, that before long, after expiration of events on territories of Ukraine and Donbass, neologisms will become antiquated and will lose the value, to the next event that will entail by itself new words.

Keywords: MC, Russia, Ukraine, Donbass, neologism, territories, language.

Объектом нашего исследования, стали неологизмы в СМК, связанные с ситуацией на территории Украины — Донбассе. Мы анализировали, смотрели в СМК новые неологизмы. Просмотрев несколько источников, мы нашли интернет — словари с пояснениями, нашли мнения экспертов и критику. Проанализировав ситуацию и пришли к выводу.

Каждый из нас смотрит телевизор, читает газеты или интернет - источники, обращая своё внимание на средства массовой коммуникации, ведь нельзя быть равнодушным к восприятию мирового сознания. Мы в

поисках информации, нам необходима информация. Мы черпаем её разными способами: телевидение, радио, газеты и журналы, но в нашем XXI веке, всегда побеждает Интернет.

Что же такое СМК? Это процесс производства и воспроизводства массового сознания, средствами массовой коммуникации (СМК) — сначала периодической печатью, радио и телевидением, а затем и другими средствами электронной коммуникации.

С недавних событий 2014 — 2015 года на территории Украины, в СМК начали появляться новые неологизмы, заставляющие обратить на себя внимание. Неологизмы это слова, значение слов или словосочетаний, недавно появившихся в языке (новообразованное, отсутствовавшее ранее). Свежесть и необычность такого слова, словосочетания или оборота речи ясно ощущается носителями данного языка.

Позже, эти неологизмы вошли в речевой оборот и обрели некую популярность. Любые общественно значимые события, а тем более национальные стрессы и трагедии побуждают народ к активному обновлению языка, бурной словотворчества. Так, известная исследовательница жаргонизмов Леся Ставицкая в декабре 2004 года опубликовала статью «Язык оранжевой страсти», вслед за ней появился ряд научных исследований на тему постреволюционной лексики. Согласно вычислениям специалистов, активный словарь украинского языка за последнее десятилетие изменился на 25%. Если учесть не только возникновение новых лексем и развитие значений, но и миграцию лексики по языковой периферии к центру и наоборот, цифра представляется вполне правдоподобной. «Ставицька Леся Олексіївна» [Электронный ресурс] – Режим доступа к статье: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

«Говорящему надо выразить свое отношение к тому, что происходит, назвать новые явления, реалии, процессы. Последние полгода, конечно, активизировали языкотворчество, но вряд ли рекордно сравнению, скажем, с Оранжевой революцией», — рассказывает Украинской Неделе Евгения Карпиловская, доктор филологических наук, профессор, заведомо структурно-математической лингвистики Института украинского языка НАНУ. «Карпіловська Євгенія Анатоліївна» - » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

На данный момент, происходит некое повторение данной ситуации. Новое общественно значимое событие — раскол территории Украины, Майдан, повлекли за собой череду новых событий, новых жертв, идей и неологизмов.

Украинисты уже изучают Язык Евромайдана. В последнее время издаются научные статьи, в которых происходит осмысление этого явления и его динамики. Например, в самом свежем номере журнала «Языкознание» опубликовано посвященную лексике гражданских протестов 2014 Александра Тараненко.

Началась неологистическая полемика среди сторонников Украины и сторонников России. Poleмика стала столь агрессивной, порой не

основанной. Поискав во всемирной паутине, мы обнаружили «Словарь 2014 года: уходящий год придал старым словам новые значения, понятные только украинцам», где мы можем полностью ознакомиться с неологизмами, с пояснениями в жёсткой форме от украинских сторонников. К примеру:

Два раба— обещанная награда бойцам Нацгвардии за участие в зоне АТО. Первое упоминание о двух рабах встречается в репортаже Первого канала (Россия) в интервью с жителем Донецкой области пенсионером Быкодоровым. Два раба идут в комплекте с "клаптиком земли". Для Юлии Тимошенко, не состоящей в Нацгвардии, было сделано исключение - и ей досталась всего одна рабыня.«Словарь 2014 года: уходящийгодпридалстарым словам новыезначения, понятныетолькоукраинцам» » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <http://obozrevatel.com/crime/>

Друзья хунты – пятая колонна России, выявленная каналом "НТВ" в фильмах "13 друзей хунты" и "Еще 17 друзей хунты". Если доверять каналу "НТВ", все проблемы России в том, что эти тридцать человек публично осудили аннексию Крыма, не поддерживают Путина – и поэтому ни все педофилы, тайные геи, содержанки США, при этом засланные Киевом в Москву (видимо, еще при рождении) для диверсий вроде концертов, написания книг и статей, а также игры в театре.«Словарь 2014 года: уходящийгодпридалстарым словам новыезначения, понятныетолькоукраинцам» » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <http://obozrevatel.com/crime/>

Зеленка – в лексиконе военных и журналистов – посадка, только опасная и простреливаемая.«Словарь 2014 года: уходящийгодпридалстарым словам новыезначения, понятныетолькоукраинцам» » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <http://obozrevatel.com/crime/>

Колорады– негативное прозвище симпатиков России; получили прозвище из-за своей любви к украшению себя черно-желтыми георгиевскими ленточками, напоминающих по расцветке спинку колорадского жука.«Словарь 2014 года: уходящийгодпридалстарым словам новыезначения, понятныетолькоукраинцам» » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <http://obozrevatel.com/crime/>

Луганда и Добмбабве – колумнист Юлия Латынина употребила эти названия в отношении самопровозглашенных 11 мая образований на территории Украины – ДНР и ЛНР, - но автором их не была: названия Луганда и Домбабве были привезены ею из командировки на Донбасс в мае месяце, автор неизвестен, но судя по всему, это народное творчество самих жителей Донбасса.Более распространенный вариант собирательного названия для этих двух новообразований – Лугандон.«Словарь 2014 года: уходящийгодпридалстарым словам новыезначения, понятныетолькоукраинцам» » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <http://obozrevatel.com/crime/>

Диванная сотня – производное от "Небесной сотни"; презрительное название пользователей социальных сетей из всех лагерей, которые, сидя в

теплом кресле перед компьютером, рассуждают о войне до победного конца и призывают к радикальным действиям, ловко уклоняясь от своего участия в них. «Словарь 2014 года: уходящий год придал старым словам новые значения, понятные только украинцам» » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <http://obozrevatel.com/crime/>

Показательно, что в российской пропаганде не так много новой лексики («защитники Донбасса», «Новороссия»). Неологизмы «одалживают» с советских времен, в частности это касается «карателей», «фашистов». Такие слова называются возрожденными (определение Юрия Шевелева), или актуализированными (срок Любви Струганец). Российская пропаганда, будучи не слишком продуктивной в словообразовании, чаще прибегает к старой, еще советской риторике, когда национально сознательных людей называли «нацистами», «фашистами», «национал-фашистами». «Это, собственно, и сама лексика, которую постоянно эксплуатировали представители Партии регионов, иницируя «антифашистские» акции. Кстати, от Вадима Колесниченко еще до Майдана можно было услышать такой термин, как «национал-фашисты», — отмечает Лариса Масенко.

Таким образом, хотелось бы отметить, что обращая своё внимание на средства массовой коммуникации, люди начинают реагировать, запоминать, употреблять информацию поданную в любом источнике. На территории Украины, произошло общественно значимое событие, которое повлекло много новых идей и неологизмов.

В некоторых случаях, это слова, которые не имели аналога, чтоб объяснить или озвучить то или иное явление. В других, это оскорбительные и саркастичные выражения и слова, которые направлены на то, что бы оскорбить и унижить.

Писатель Антон Санченко надеется, что военные новообразования выйдут из активного употребления уже через год. Мы же придерживаемся мнения, что в скором времени, после истечения событий на территориях Украины и Донбасса, неологизмы устареют и потеряют своё значение, до следующего события, которое повлечёт собой новые слова. А неологизмы в СМК связанные с ситуацией на Донбассе войдут в историю.

Список использованной литературы (интернет – источники):

1. «Ставицька Леся Олексіївна» [Электронный ресурс] – Режим доступа к статье: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
2. «Карпівська Євгенія Анатоліївна» - » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. «Ватники, Онижедети и Зеленые человечки - новые фразы и мемы 2014-го» [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <http://www.sq.com.ua/rus/news/politika>
4. «Словарь 2014 года: уходящий год придал старым словам новые значения, понятные только украинцам» » [Электронный ресурс] - – Режим доступа к статье: <http://obozrevatel.com/crime/>

МЕСТО СРЕДНЕФРАНЦУЗСКОГО ПЕРИОДА В ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

В данной статье рассмотрены изменения, которые произошли во французском языке в среднефранцузский период, а также социально-исторические причины возникновения данного периода. В процессе анализа изменений, которые произошли в данный период, было определено его место как «моста» между старофранцузским и новофранцузским периодом.

Ключевые слова: среднефранцузский период, новофранцузский период, периодизация, старофранцузский период, развития французского.

This article describes the changes that have occurred in the French language in the Middle French period, as well as socio-historical causes of this period. In an analysis of the changes that have occurred in this period, it was determined his place as a "bridge" between old French period and new French period.

Keywords: Middle French period, new French period, periodization, old French period.

Французский язык имеет свою историю своего развития. Своими корнями он уходит к латыни, где в свое время он отделился от неё, и долгое время существовал как диалект. Со временем он приобрел статус официального отдельного языка. Как известно, французский пережил несколько этапов становления, а именно: старофранцузский период, который длился с IX по XIII в., среднефранцузский период XIV–XV в., а также новофранцузский период.

До сих пор нет единого мнения, когда начался данный период, возникает сложность в определении какие именно изменения в нем произошли. Изучением данной проблемы занимались как отечественные, так и зарубежные ученые, лингвисты и историки. Из отечественных ученых мы можем выделить: Бородину М.А. которая занималась вопросом исторического развития фонетики французского, также Сергиевского М.В. изучавшего эволюцию языка от самых истоков до современного французского языка, и Шишмарева В.Ф. который занимался историей морфологии французского языка

Из зарубежных ученых, которые занимались изучением среднефранцузского периода, мы можем назвать такие фамилии как: Коэн М. который отслеживал изменения и тенденции в истории французского в целом, а также стоит отметить ФушэТ. занимавшегося вопросом фонетики.

Актуальность данной статьи заключается в том, что в ней рассмотрены изменения, которые произошли в среднефранцузском периоде на всех языковых уровнях: фонетическом, орфографическом, морфологическом, синтаксическом и лексическом. Также определены социально-исторические причины возникновения данного периода.

Цель данной статьи определить место среднефранцузского периода в общей истории развития французского языка, проанализировав изменения, которые в нем произошли и установить, как они повлияли на современный французский язык.

Как известно французский язык произошел от латыни Северной Галлии. Датой его рождения считается IX в., так как времени относится первый памятник французского языка «Страсбургские клятвы» – 842г. Постепенно французский становится разговорным языком отличный от латыни. Карл Лысый в 863 году издает приказ о том, чтобы епископы сообщали народу приказы короля на французском языке. Из этого следует, что народ не понимал латынь и общение среди населения происходило на новом языке [2, с.240].

Период XIV-XV в. обуславливался ростом товарно-денежных отношений, созданием единого внутреннего рынка, развитием производительных сил в области городского ремесла и сельского хозяйства, и это несмотря на то, что экономическая жизнь изрядно нарушалась событиями Столетней Войны. Что касается политической области, изменения вызвало создание феодальной монархии, а усиление феодальной эксплуатации повлекло за собой ряд антифеодальных движений.

На формирование французского как отдельного языка повлияла также социально-культурная обстановка Франции XIV-XV в.: укреплялась королевская власть, и поднимался патриотизм народа, который, несмотря на столетнюю войну все еще надеялся на восстановление территории Франции. Все это способствовало развитию французской народности в нацию, а главное необходимости в собственном языке. Именно тогда французский язык начинает приобретать свои особенности, которые отличали его от латыни [2, с. 246].

Несмотря на то, что французский язык произошел от латыни, сама латынь совсем скоро утратила свою силу. На замену народной латыни пришел франксийский диалект Парижа. Именно в этот период французский все дальше и дальше отделяется от латыни, приобретает свое своеобразие, а именно: грамматические нормы, нормы произношения, орфографии и свою неповторимую лексику.

В среднефранцузский период активизируется процесс расширения французского языка среди населения. Латынь остаётся только на официальном уровне, так как во французском языке еще не было устойчивой определенной грамматической системы. Все те изменения, которые произошли в языке в период с XIV по XV в. имели неустойчивый характер,

так как установление определенных норм как в устной так и письменной речи, произойдет только в новофранцузский период [3, с. 86].

Активно развивалась переводческая деятельность, однако возникла необходимость в новых выражениях на французском языке, которые бы заменяли латинские. Широкое распространение имела и литература данного среднефранцузского периода. Его можно характеризовать, как период расцвета лирической поэзии [5, с. 55].

В период XIV-XV в. происходят достаточно большие изменения в области фонетики: меняются правила произношения, которые были свойственны для старофранцузского периода [4].

В среднефранцузский период происходит становление нового типа гласных, которые нам известны как носовые гласные. Назализированные а и о полностью поглотили последующий за ним носовой п, и со временем они стали отдельными носовыми гласными.

Этому способствовало исчезновение таких безударных гласных как е и а в зияние: *meur* > *mûr* (совр. *mûr*), *seur* *û* *sur* (совр. *sûr*), когда а оказывается в зиянии со следующим ð, тогда а поглощало ð, и а становилось носовым например: *raðn* > *râñ* (орф. *раон*).

В системе согласных также появились новые правила произношения и чтения, которые мы используем и в наше время в современном французском языке. Процесс исчезновения конечных согласных из произношения, например утрата конечного согласного г, положило начало процесса исчезновения в произношении конечных согласных, которое продолжалось в течение последующих XVI-XVIII вв. Появились произношения такого типа как: вместо привычного для старофранцузского *finir* появляется *fini*, вместо *porter* теперь *porte* и т.д. Еще одна причина утраты конечных согласных это то, что следующие слова нередко начинаются с той же буквы, то есть для более красивого звучания речи, окончания стали усекаль. Об этом нам говорит дошедший до нашего времени трактат под названием «*Orthographia Gallica*». В нем можно найти указание о том, что конечные согласные не обязательно читать и произносить, однако они обязательны для написания, хотя изначально согласные г, t, p, s произносились [6, с. 234].

Многие филологи считают, что именно стирание конечных согласных и исчезновение гласных в зиянии, положили начало процессу изменения ударения. Из старофранцузского словесного ударения, оно изменилось во фразовое, однако ударение стало основательно фразовым лишь в новофранцузский период (XVI-XVIII в.).

Что касается орфографии того времени, можно сказать что она была переполнена противоречиями. С одной стороны она старалась следовать нововведениям французского языка, ведь вполне логично, что с фонетикой, то есть устной речью начала изменяться и письменная. С другой же, латынь продолжала еще оказывать огромное внимание на него. Возрождение античной древности повлекло за собой написание произведений на латыни, а в дальнейших переводе на французский. Французский язык обогащался

именно благодаря латыни, поэтому так сильно её влияние на орфографию.[2, с. 256].

В написании слов появляется достаточно много лишних букв, а именно тех, которые не произносились в угоду латинской манере. Также с увеличением букв связано восстановление в словах двойных букв. С XIV века появятся написание такого типа *appeller, souffrir, elle, celle, mettre*. Считается, что удвоение было восстановлено с целью передачи носового произношения предшествующего гласного, например *bonne* вместо *bone*. В дальнейшем они начали появляться без обоснования. Это отдаляет еще больше орфографию от произношения, и эта тенденция продолжается еще в следующем столетии, все эти усложнения в итоге приведут к попыткам реформы орфографии именно для облегчения написания и приближения её к разговорной речи уже в новофранцузский период [4, с. 266].

Самым важным фактом в развитии морфологии является утрата двухпадежной флексии, которая связана с еще одним очень важным событием, которое происходило в период с XIV-XV в., это установление четкого порядка слов в предложении. К XV в. устанавливается прямой порядок слов, при котором сначала идет подлежащее затем сказуемое и только после этого дополнение и другие члены предложения соответственно. Естественно, что свободный порядок слов все еще давал о себе знать, но в официальных бумагах использовался исключительно прямой порядок слов. Отдельное и особое внимание хотелось бы отвести имени существительному. [2, с. 264].

Синтаксис среднефранцузского периода имеет достаточно большое количество отличий от старофранцузского. Латынь привносит сложные синтаксические конструкции и тенденцию к усложнению строя сложного предложения. В среднефранцузский период в сложном предложении достаточно активно используются составные союзы. Это вызвано тем, что все чаще употреблялись сложноподчиненные предложения. Естественно, что теперь есть нужда в способе выражения, а в именно грамматических средствах. Итак, особую популярность имели такие составные союзы как: причины – *pourceque, ainsique, causeque*; времени – *avantque, apresque, jusques a seque*; цели *affinque*; образа действия- *tellementque, selonque* и т.д. Также на развитие сложного предложения повлияла научная проза, т.к. в ней достаточно часто употреблялись более сложные формы словосочетания, различные обороты [3, с. 97].

Лексика данного периода весьма обогащалась благодаря переводческой деятельности, ученым и писателям того времени. Словарь обогащался за счет заимствований в латыни, она была своего рода источником, из которого приходили все новые и новые элементы, которые приспосабливались к французскому. В основном латинские слова использовались для создания терминов. Это было обусловлено тем, что образованные люди того времени такие как философы, богослужители, ученые, писатели – владели латынью. В это время пришли такие слова как *allegorie, aromatiste, emblem, zone* и

т.д. Заимствования слов из языков соседних стран достаточно невелико. Можно отметить вклад провансальского языка, влияние которого связано в первую очередь с географией и историей, ведь именно в это период провансальские области начинают присоединяться к Франции [1, с. 74].

Однако наряду с этим, начинается большое развитие словообразования и словосложения, которые и составили основу лексикологии среднефранцузского периода. Основными средствами словообразования являлось добавления к корню слова суффикса или префикса. Появляется большое количество производных слов. Изначально французский язык содержал большое количество слов с латинскими суффиксами такими как *able, age, ain, el, ier, ille, eus, on, ius* и т.д. Эти суффиксы стали, потом использоваться также для словообразования. Многие из них становятся дуплетами ранее существующих суффиксов, которые прижились во французском из вульгарной латыни, например: *-aire* соответствующий старому *ier*, *-ature* параллельный старофранцузскому *-eure* [2, с. 258].

Также сохранились латинские префиксы с помощью которых образовались новые слова такие как, *a, de, par, tres, mes*.

Большое распространение получил еще один способ словообразования, такой как сложения основ, в существительных, например: *garde-robe, porte-chappe, passe-temps, passavant* и т.д. Более распространенным было сложение синтаксического типа: *fleurdelis, certvolant, deboneaire*. Среднефранцузский период этот способ образования слов начал только развиваться.

Исходя из выше изложенного, мы можем сделать вывод, что среднефранцузский период в истории развития языка является значимым и принес изменения, и новые тенденции на всех языковых уровнях, которые мы можем наблюдать и в современном французском языке. Изменения происходили в различных направлениях, и подчинялись определенным закономерностям.

Важно также отметить, что социально-культурная обстановка этого времени, еще не давала полным ходом развиваться французскому как официальному государственному языку, латынь занимала на господствующую позицию. Однако, несмотря на это французский язык приобретал свои особенности и активно использовался в устной речи. Среднефранцузский занимает промежуточное место в истории развития современного французского языка. Он явился периодом отхода от старых традиций и началом образования новых тенденций, которые получают свое развитие лишь в новофранцузский и современный период.

Литература

1) Зайцева Г.И. «Век гуманизма во Франции» / Г.И. Зайцева // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2012. – № 3. – С. 73-80.

2) Катагощина Н.А., История французского языка / Н.А. Катагощина, М.С. Гурычева, К.С. Аллендорф – 2-е изд., испр. М.: Высшая школа, 1976. – 437 с.

3) Сергиевский, М.В. История французского языка / М.В. Сергиевский. – М., Изд-во иностр. лит., 1947. – 274 с.

4) Скрелина Л.М., Становая Л.А. История французского языка / Л.М. Скрелина – М.: Высшая школа, 2001. – 457 с.

5) Скрелина Л.М. Новая идеология в изучении истории французского языка / Л.М. Скрелина // Филологические науки. - М., 2002. - N 1. - С. 54-62

6) Шишмарев, В.Ф. Книга для чтения по истории французского языка / В.Ф. Шишмарев. – М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1955. – 557 с.

Ю.А. Рыкова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЖАНРОВ

В ГАЗЕТЕ «ЖИЗНЬ ЛУГАНСКА»

Вопросы жанрологии всегда были предметом дискуссий теоретиков и практиков журналистики. В статье анализируется группа информационных жанров на примере одного из печатных изданий Республики. Ключевые слова: «Жизнь Луганска», информационные жанры, хроника, заметка, отчет, корреспонденция, репортаж.

Жанры в журналистике – устойчивые типы публикаций, объединенные сходными содержательно-формальными признаками. Подобного рода признаки называются жанрообразующими факторами. Знание этих факторов помогает более четко представить себе истоки и особенности возникновения тех или иных жанров периодической печати.

Для анализа мы выбрали группу информационных жанров.

А.Тертычный, автор многих научных и учебно-методических работ по журналистике, выделяет следующие информационные жанры: заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, блиц-опрос, вопрос – ответ, репортаж и некролог [24, с.32]. Заметка, в его работах, имеет следующие разновидности: событийная заметка, анонс, аннотация, мини-рецензия, блиц-портрет, поздравление, мини-обозрение, мини-история, мини-совет [24, с. 35].

В.Ворошилов, профессор кафедры журналистики Санкт-Петербургского университета, к информационным жанрам добавляет еще беседу и комментарий [4, с. 140-142]. Хотя большинство исследователей справедливо относят эти жанры к аналитической группе.

Ещё один санкт-петербургский исследователь, М.Ким, предлагает более упрощённую классификацию информационных жанров: заметка, репортаж, интервью [7].

В.Здоровега, профессор Львовского университета, говорит о следующих информационных жанрах: заметка с её разновидностями, интервью, отчёт, репортаж, корреспонденция.

В нашей работе мы руководствовались классификацией А.Тертычного и В.Здоровеги.

Объектом нашего исследования стала общественно-политическая газета «Жизнь Луганска». А предметом – наличие информационных жанров в ней.

«Жизнь Луганска» – издание территориальной громады Луганска. Это общественно-политическая газета, которая издаётся с 6 ноября 1990 года. Тираж составляет 5000 экземпляров. Объём 6 печатных листов формата А3. Еженедельное издание, выходит по средам. Нами было проанализировано несколько выпусков за второе полугодие 2015 года.

Большое предпочтение в публикациях «Жизни Луганска» журналисты отдают именно заметке, но иногда она создаётся с отклонением от существующих канонов. Структура заметки строится по принципу перевёрнутой пирамиды, если это жёсткая новость, и последовательное изложение в хронологическом порядке, – мягкая новость.

Принцип пирамиды в проанализированных текстах, зачастую, соблюдается. Но есть моменты, которые стоит отметить, как не очень допустимые. Лид должен быть: а) без подробностей; б) без повторов; в) кратким и лаконичным. Иногда авторы пренебрегают этими правилами. Например: «Дети Луганска – дети мира», автор Светлана Ланская [13, с. 1], «Луганск-Нива» спешит помочь», автор Станислав Краевой [10, с. 6], «Жизнь с диабетом», автор Станислав Краевой [9, с. 8]. Также есть тенденция в качестве лида использовать цитату главного героя заметки: «Зима нас врасплох не застанет», автор Анна Яковлева [26, с. 3]. В этом случае мы вместо факта в лид выносим мнение. Это не всегда оправдано.

Проследив типы информационного содержания заметок, отметим: все созданы на основе фактологической информации. Нам не встречались тексты заметок с превентивной, вероятностной, нормативной и программной информацией.

Хроника не обрела широкого распространения у авторов данного издания. Тем не менее, в номерах можно найти рубрику «Эхо недели», в которой информация изложена, в большинстве случаев, именно в формате хроники: «Ремонт 2000 домов» [20, с. 2]. В рубрике «Городские будни» есть отдельная колонка – «О конкурсе, вакцинации, пенсиях и строительстве домов», автор Андрей Петренко [16, с.3], где материал также может

претендовать на отнесённость к хронике, но не весь. «Автобус - за талант!» – хроника, а последующий текст – «Луганская Народная Республика будет воспета гимном» – идёт как дополнение к предыдущему, но его нельзя оценить ни как заметку, ни как хронику. Своеобразный гибридный жанр.

Информационная корреспонденция от заметки отличается и объёмом, и шириной информированности. Поскольку корреспондент не присутствует на месте событий, для воссоздания картины происходящего ему необходимо опросить как можно большее количество очевидцев и участников. В проанализированных текстах часто встречались мнения лишь трёх очевидцев. Например, «Чтобы дети росли счастливыми», автор Станислав Краевой [12, с. 1], «Луганчане помнят и чтут своего земляка», автор Зинаида Моржакова [14, с. 6]. Но если бы количество мнений было больше трёх, то журналистский материал этого жанра только выиграл бы. Как, например, «Расколота русская равнина», автор Мария Сазонова [21, с. 1], где количество очевидцев и участников возрастает до четырёх.

Информационное интервью встречается не часто. Например: «Безопасность луганчан – главный приоритет власти», автор Ольга Никитина [15, с. 7], «Игорь Плотницкий: «Наша цель – закончить войну мирным путём», автор Станислав Краевой [11, с. 5], «Везёт тому, кто везёт» [8, с. 12].

Остановимся на жанре репортажа. В газете есть рубрика «Правопорядок», где практически всегда публикуется материал одного автора – Валерии Разиной, которая пишет о работе правоохранительных органов: «Всё ночью в Луганске хорошо, если бы не наливали» [18, с. 21], «СИЗО: взгляд изнутри» [19, с. 21], «Всегда настороже, всегда на страже закона» [17, с. 21]. Пишет она динамично и захватывающе. Подобная манера повествования погружает читателей в те события, в которых она сама побывала, что и предполагает специфика этого жанра. Вид репортажей В.Разиной представляет собой некое сочетание событийного (оперативно отображает значимое событие в хронологии), познавательного (автор освещает малоизвестную сторону работы правоохранителей), и проблемного (повествует о проблемах, специфике работы) репортажа. Источником информации выступает личное наблюдение автора.

Блиц-опрос в данной газете встречается крайне редко, например: «Всё – вред, всё – польза» [5, с. 17]. Создание подобной рубрики могло бы стать серьезным подспорьем в мониторинге социологических процессов и общественных проблем в Республике.

Вопрос – ответ и некролог отсутствуют.

Информационный отчёт фигурирует на полосах газеты в формате краткого хроникального отчёта. Посвящается подведению итогов прошедших конкурсов, мероприятий и встреч: «Пример, достойный подражания», автор Анна Яковлева [27, с. 3], «Спешим делать добро!» [22, с. 2].

О жанре заметки мы упоминали. Но хотелось бы добавить несколько слов о её жанровых разновидностях.

На последней полосе каждого номера есть рубрика «Афиша», анонсирующая мероприятия на грядущую неделю. Но текст, присутствующий в ней, нельзя назвать журналистским. Он больше похож на рекламу и объявления.

Поздравление периодически появляется на полосах газеты, особенно в предвкушении больших событий, праздников. В большинстве случаев поздравление публикуется от первых должностных лиц. Например: «Уважаемые работники телевидения!» [25, с. 2] и «Уважаемые работники радио, телевидения и связи» [24, с. 2], где Глава Республики и Глава Администрации поздравили работников СМИ с профессиональным праздником.

Мини-совет часто встречается на страницах «Жизни Луганска» (в отдельной рубрике, или во вкладыше, что появился совсем недавно в этом печатном издании). Советы, в большинстве случаев, публикуются в рубрике «Здоровье» на соответствующую тему, например: «Стоп кашель!» [23, с. 20].

В классификации В.Здоровеги существует такая разновидность заметки, как благодарность. На страницах исследуемой газеты [1, с. 2], [2, с. 3], [3, с. 2] она имеет разную структуру: где-то это благодарность от одного лица, или коллектива [1, с. 2], а где-то она была оформлена в виде таблицы полученных писем от читателей [3, с. 2]. Подобные материалы относят, как правило, к разряду редакционной почты.

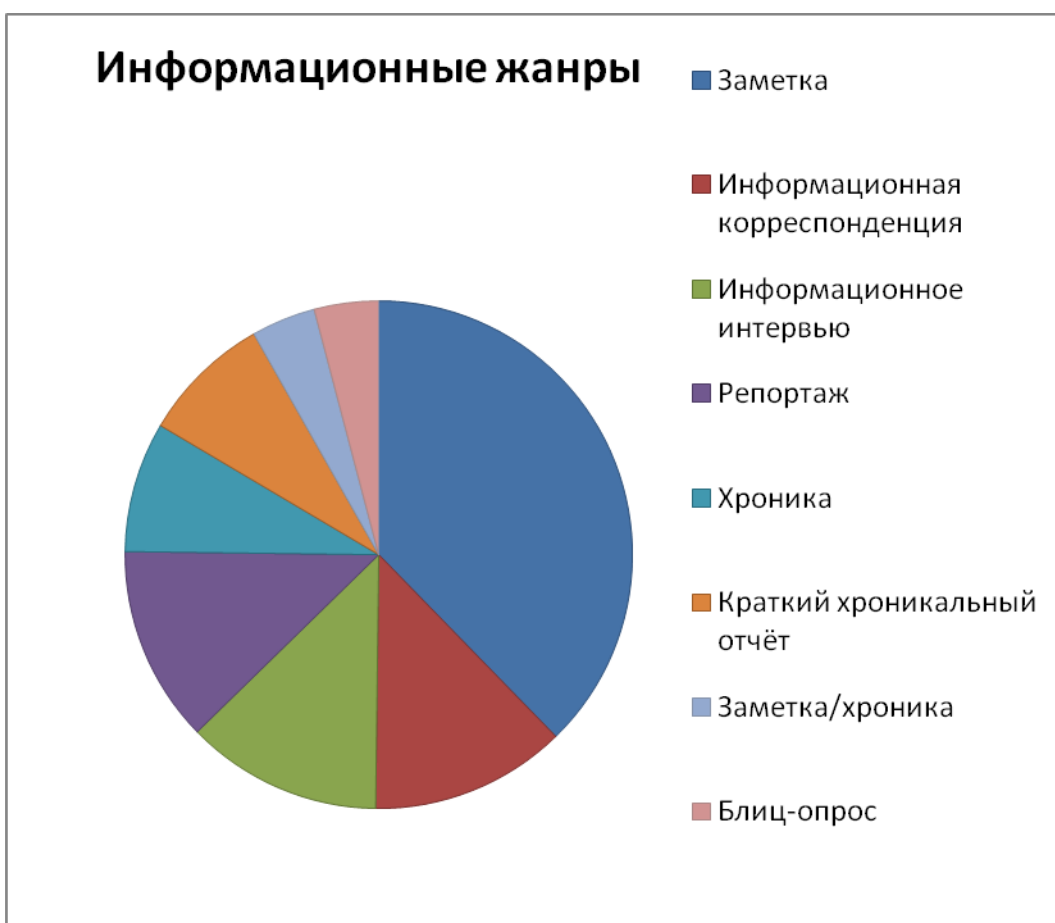


Рис. 1. Информационные жанры в газете «Жизнь Луганска»

В процентном соотношении репрезентация информационных жанров в газете «Жизнь Луганска» выглядит так (рис.1). Заметка (со всеми видами) 37,5 %; информационная корреспонденция 12,5 %; информационное интервью 12,5 %; репортаж 12,5 %; хроника 8,3 %; краткий хроникальный отчёт 8,3 %; заметка/хроника (гибрид) 4,1 %; блиц-опрос 4,1 %; вопрос – ответ 0%; некролог 0%.

Список используемых источников и литературы

1. Благодарность // Жизнь Луганска. – 2015. – № 76. – 28 октября. – С. 2.
2. Благодарность // Жизнь Луганска. – 2015. – № 82 – 18 ноября – С. 3.
3. Благодарность // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября – С. 2.
4. Ворошилов В.В. Журналистика: учеб. – 3-е изд. – СПб: изд-во Михайлова В.А., 2001. – 447 с.
5. Всё вред – всё польза // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября – С. 17.
6. Здоровега В.Й Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. и допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
7. Ким М. Технология создания журналистского произведения: моногр. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 320 с.
8. Краевой С. Везёт тому, кто везёт // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84 – 25 ноября. – С. 11-12.
9. Краевой С. Жизнь с диабетом // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября. – С. 8.
10. Краевой С. Луганск-Нива спешит помочь // Жизнь Луганска. – 2015. – № 82. – 18 ноября. – С. 6.
11. Краевой С. Наша цель – закончить войну мирным путём // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября – С.5.
12. Краевой С. Чтобы дети росли счастливыми // Жизнь Луганска. – 2015. – №80. – 11 ноября. – С. 1.
13. Ланская С. Дети Луганска – дети мира // Жизнь Луганска. – 2015. – № 82. – 18 ноября. – С. 1.
14. Моржакова З. Луганчане помнят и чтут своего земляка // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября. – С. 6.
15. Никитина О. Безопасность луганчан – главный приоритет власти // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября. – С. 7.
16. Петренко А. О конкурсе, вакцинациях, пенсиях, строительстве домов // Жизнь Луганска. – 2015. – № 82. – 18 ноября. – С. 3.
17. Разина В. Всегда настороже, всегда на страже закона // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября. – С. 21.
18. Разина В. Всё ночью в Луганске было бы хорошо, если бы не наливало // Жизнь Луганска. – 2015. – № 76. – 28 октября. – С. 21.
19. Разина В. СИЗО: взгляд изнутри // Жизнь Луганска. – 2015. – № 76. – 28 октября. – С. 21.
20. Ремонт 2000 домов // Жизнь Луганска. – 2015. – № 80. – 11 ноября. – С. 2.

21. Сазонова М. Расколота русская равнина// Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября. – С. 1.
22. Спешим делать добро! // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября. – С. 2.
23. Стоп кашель! // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84 . – 25 ноября. – С. 20.
24. Тертычный А. Жанры периодической печати: учеб. – М: Аспект Пресс, 2006. – 320 с.
25. Уважаемые работники радио, телевидения и связи! // Жизнь Луганска. – 2015. – № 82. – 18 ноября. – С. 2.
26. Уважаемые работники телевидения! // Жизнь Луганска. – 2015. – № 82. – 18 ноября. – С. 2.
27. Яковлева А. Зима нас врасплох не застанет // Жизнь Луганска. – 2015. – № 82. – 18 ноября. – С. 3.
28. Яковлева А. Пример, достойный подражания // Жизнь Луганска. – 2015. – № 84. – 25 ноября. – С. 3.

А.В. Руснак

*Луганский Государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ИДЕЯ ВЕЛИЧИЯ ГОСУДАРСТВА В АНАЛИЗЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ

ШАРЛЯ ДЕ ГОЛЛЯ «НА ОСТРИЕ ШПАГИ»

Статья посвящена анализу книги Шарля де Голля «На острие шпаги», в которой автор поднимает важные вопросы, от решения которых зависит величие и признание государства на международной арене. Среди таких вопросов можно выделить роль промышленности и военной техники, кадровые вопросы военной элиты и целесообразность войны, как двигателя прогресса. Так же, немаловажную роль в формировании эффективной внешней политики играет качества лидера.

Ключевые слова: национальная идея, Франция, Шарль де Голль, величие государства, война, армия и техника, военная элита, сильные личности, повышение патриотизма.

В современных условиях концептуального поиска механизма построения национальной идеи государств повышается интерес к изучению такого общественно-политического и исторического явления как голлизм. С ним связано, прежде всего, усиление позиций Франции на международной арене, несмотря на неблагоприятные для нее геополитические изменения после мировой войны. Возникший голлизм связан с именем Шарля де Голля,

одному из этапов становления идей которого посвящена данная работа, а именно анализу произведения «На острие шпаги». Книга де Голля была опубликована в 1932 г. в период пересмотра Версальской системы и дискуссий по вопросам разоружения, господства пацифистских взглядов, вызванных ужасами пережитой мировой войны.

В своем произведении будущий руководитель «Свободной Франции» поднимает ряд острых теоретических проблем, от решения которых, по его мнению, будет зависеть будущее Франции.

Шарль де Голль обратил свое внимание на ведущую роль промышленности, авиационной техники на пути величия государств. В своей книге «На острие шпаги» он показывает, что роль армии в истории государств колоссальна, она является ее движущей силой. Поэтому генерал призывает обеспечить ей достойное положение в обществе: «нужно добиваться того, что бы кадровые офицеры гордились принадлежностью к армии, как защитники безопасности и величия нации»[4, с. 65].

«Воинский дух, — пишет де Голль, — искусство солдата, его достоинства являются неотъемлемой частью человеческих ценностей. Настало время, когда военная элита должна вновь проникнуться сознанием своей первостепенной роли и сконцентрироваться на своей цели, которая состоит в войне. Военная элита должна поднять голову и устремить взгляд к вершинам. Чтобы придать острие шпаге, настало время восстановить философию, присущую положению военной элиты»[1, с. 86].

Он давно понял, что Франция не сможет соперничать с будущим противником, то есть с Германией, по количественным и качественным показателям в военной сфере [3]. Де Голль акцентировал внимание и на кадровых вопросах, которые, по его мнению, также требуют пристального внимания и адекватных решений, направленных на необходимость проведения кадровых перестановок основывалось на том, что во-первых, генералы мыслили понятиями первой мировой войны, тем более что они носили с гордостью лавры победителей[1, с. 107]. Во-вторых, состав генерального штаба не менялся еще с 1919 года, следовательно, все генералы имели устаревшие взгляды на ведение войны и военной политики государства. Любые идеи модернизировать армию отвергались, также модернизация техники считалась слишком затратным и ненужным процессом. Армия и техника была совершенно не подготовлена для ведения масштабных военных действий[1, с. 98].

Шарль де Голль, побывав на поле боя, также в своем произведении поднимает тему необходимых качеств, которыми должны были обладать лидеры, командиры, полководцы, ведь из-за одного неправильного решения может случиться непоправимое, из-за одной ошибки война может быть проиграна, из-за одной оплошности потеряют жизни тысячи солдат. Быть командиром – означает брать на себя громадную ответственность и только достойнейшие могут с этим справиться. Поэтому, жизненно важно для армии иметь талантливых, компетентных и знающих генералов. Де Голль

справедливо замечает, что военные успехи Наполеона были непосредственно связаны с его знанием количественных и качественных характеристик каждого отдельного полка.

Какими же качествами должны обладать «истинные» генералы? Де Голль отвечает на этот вопрос достаточно обширно: «Сильные личности, созданные для борьбы, испытаний, великих событий, не всегда воплощают простое превосходство, ту поверхностную привлекательность, приятную в повседневной жизни. Выдающиеся характеры обычно суровы, неуживчивы, иногда Жестоки. Если даже стоящая внизу масса признает их превосходство и невольно воздает им должное, то очень Редко случается, чтобы их любили и им покровительствовали. При решении вопроса о продвижении выбор охотнее останавливают на тех, кто нравится, а не на тех, кто этого заслуживает»[4, с. 75].

«Далекий от того, чтобы укрываться под покровом иерархии, скрываться в бумагах, прятаться за отчетами... он решительно становится хозяином действий, ибо, если он вмешивается в них, они подчиняются ему. Если он находится на высоте положения, то добивается успеха, если даже ему не удастся выиграть, он берет на себя все тяготы, перенося их не без некоторого горького удовлетворения. Короче говоря, это борец, который находит в самом себе источник своей энергии и свою точку опоры, игрок, который больше стремится к успеху, чем к выигрышу, и платит свой долг собственными деньгами. Человек характера придает действию благородство: без него — тягостная участь раба; благодаря ему — божественная игра героя...» [4, с. 70-71].

Так же, Шарль де Голль ставит вопрос о целесообразности войны. Война – это не только двигатель прогресса, это всплеск патриотизма, новое дыхание общества: «во время войны военный дух дает моральный капитал, с которым мы прекрасно чувствуем себя»[4, с. 117]. Однако нужно помнить и о пагубном влиянии оружия на общество. Обладание любым оружием вызывает чувство вседозволенности, пренебрежения к другим, это всплеск жестокости и насилия, оружие угнетает слабых и превозносит недостойных и подлых: «Нет таких ошибок, которые не защищало бы оружие. Нет невежд, которые не прибежали бы к нему»[4, с. 124], однако в умелых и знающих руках оружие несет в себе мир, спокойствие, с ним достигают величия смелость и духовность. Именно поэтому государству стоит обратить особое внимание на военный контингент: «профессия солдата заключается в использовании оружия, но власть оружия должна быть организована»[2]. При этом немаловажную роль играет знание возможностей и потенциала своей армии, ведь это предупредит от принятия неправильных решений. Так, де Голль указывал на то, что «командир, неспособный принимать решения, легко находит в плане операции, требующем чрезмерного повиновения, софизмы и мнимые аргументы, по его мнению, оправдывающие его бездействие»[4, с. 45].

Таким образом, основные идеи, которые де Голль раскрывает в своем произведении, сводится, во-первых, к необходимости поддержания государством процессов подготовки компетентной военной элиты. Во-вторых, для повышения патриотизма и стимулирования общенациональной идеи необходима война, как двигатель прогресса. Все это признано обеспечить величие государства как субъекта международных отношений.

Список используемых источников и литературы

1. Молчанов Н.Н. Генерал де Голль. - М., Издательство «Международные отношения», 1973. – 496с.
2. Цитаты Шарля де Голля. Цитаты. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://citaty.info/man/sharl-de-goll>
3. Шарль де Голль. Военные мемуары 1940-1942. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.aktivnoetv.ru/writer/11731/books/47031/goll_sharl_de/voennye_memuaryi_-_prizyiv_1940-1942/read/2
4. Шарль де Голль. На острие шпаги: о войне, о доктрине, о характере / Пер. с фр. О. Дубицкая. – М., Издательство «Европа», 2006. – 240с.

А. О. Тихомирова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕКСТОВ РЕКЛАМЫ ОДЕЖДЫ

Данная статья посвящена рекламе, которая является неотъемлемой частью современного мира. В основе исследования лежат рекламный текст, слоган и особенности их создания. Особое внимание отводится текстам рекламы одежды, а также слоганам, которые украшают рассматриваемые нами тексты.

Ключевые слова:

Реклама, рекламный текст, слоган, заголовок, эллипсис.

This article is devoted to advertising, which is an integral part of the modern world. The research is based on advertising text, slogan and features of their creation. Particular attention will be given to the texts of advertising clothes and slogans that adorn the texts which considered by us here.

Key words:

Advertising, advertising text, slogan, title, ellipsis.

Вторая половина XIX века стала значимой для истории рекламы, так как она выделилась из сферы торговли и стала самостоятельной формой общественной деятельности.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что изучение рекламы становится неотъемлемым элементом жизни общества и занимает значимое место в современной лингвистике. Сегодня существует огромное множество различных вариаций рекламы, которое окружает нас повсюду: в газетах, журналах, листовках, билбордах, в радио-сообщениях, по телевидению и т.д. Главной отличительной особенностью текстов рекламы является их своеобразность, эффективность и заманчивость, которая представляет собой неиссякаемый источник для филологических студий.

Альберт Ласкер, прозванный отцом современной рекламы, определяет, что реклама – это "торговля в печатном виде". Такое определение было дано задолго до появления радио и телевидения, во времена, когда характер и размах рекламного дела значительно отличались от сегодняшних.

Существуют разнообразные определения рекламы [6, с. 49].

В настоящее время не существует единого определения термина «реклама» (от. лат *reklamare*– громко кричать, извещать). Наиболее широко употребляются следующие:

Реклама – распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к юридическому или физическому лицу, товарам и способствовать реализации товаров. Под рекламой понимается любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, оплачиваемая точно установленным заказчиком; реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации с четко указанным источником финансирования.

Реклама – форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг на язык нужд и запросов потребителя.

Реклама – вид деятельности либо произведенная в ее результате продукция, целью которых является реализация сбытовых или других задач промышленных, сервисных или общественных предприятий путем распространения оплаченной ими информации, сформированной таким образом, чтобы оказывать усиленное воздействие на массовое или индивидуальное сознание, вызывая заранее заданную реакцию выбранной потребительской аудитории.

В этих определениях присутствуют четыре черты, характерные именно для рекламы и отличающие ее от других видов маркетинговых коммуникаций:

- 1) реклама – это всегда оплачиваемая форма передачи информации, т.е. она разрабатывается и публикуется на денежные средства рекламодателя;
- 2) «неличное представление информации» означает, что для распространения рекламы используется, прежде всего, средства массовой информации;
- 3) реклама всегда имеет цель – стимулирование спроса на рекламируемый товар (услугу);

4) «точно установленный заказчик» означает, что в рекламе помимо сообщения о товаре (услуге) обязательно содержится информация о том, кто его предлагает (название рекламодателя, его адрес и/или телефон).

По своей сущности реклама представляет собой целенаправленное распространение информации путем использования наиболее эффективных приемов и методов с учетом конкретной рыночной ситуации, предпринятое и оплаченное рекламодателем для:

- формирования у потребителей определенного образа предприятия, определенного уровня знаний о товаре (услуге), потребности в товаре (услуге), благожелательного отношения к предприятию;
- побуждения потребителей обратиться к данному предприятию;
- стимулирования сбыта товара (услуги) предприятия;
- превращения потребителей в постоянных клиентов предприятия [7, с. 5-6].

На сегодняшний день реклама занимает значительную часть окружающего нас информационного пространства. Информация может распространяться по различным каналам. К средствам массовой информации относятся:

- радио (специальные передачи рекламы по ходу радиопередач);
- телевидение (специальные передачи, видеоролики, заставки);
- газеты (общенациональные, ежедневные региональные, технические и профессиональные, рекламные, бесплатные);
- интернет;
- журналы (специальные рекламные, отраслевые, экономические);
- издания для бизнесменов;
- справочники, каталоги, информационные письма;
- телефонные справочники;
- бюллетени;
- аудиовизуальные издания (печатные издания с использованием магнитных записей, дисков CD, слайдов и т. п.).

Печатная реклама — один из основных каналов распространения рекламных обращений. Именно печатная реклама занимает основное место в данной работе.

Вопрос о лингвостилистических особенностях рекламного текста тесно связан со спецификой воздействия печатной рекламы и ее восприятия потребителем. Главные задачи рекламы — информирование, убеждение и напоминание. Ряд исследователей, таких как Шнейдер, Демина, Ульяновский, рассматривают рекламные тексты как своеобразный акт коммуникации — имеются участники, способ контакта, сообщение информации и реакция на нее. Если переходить к рассмотрению вопроса об особенностях рекламного текста, отметим, что ряд этих особенностей обусловлен экстралингвистическими факторами: оплата за площадь, занимаемую рекламным текстом, конкуренция другой информации, прагматическая направленность рекламного текста. Общая

перенасыщенность информационной сферы, высокая стоимость рекламы и фактор времени, которым располагает потребитель, определяет языковую специфику текста. Рекламный текст, представляет собой пример максимально эффективного использования языковых средств. Прагматический аспект рекламных текстов непосредственно проявляется в его своеобразной организации: выбор материала, использование элементов различных знаковых систем. В основе создание рекламных текстов две тенденции: сжатость, лаконичность выражения и выразительность, емкость информации. Важно сохранить первоначальную свежесть информации, донести ее взрывной потенциал, сосредоточив текст в нескольких легко усваиваемых и простых для запоминания слова. Текст рекламы относится к тем видам текстов, которые призваны оказать по возможности более прямое и непосредственное воздействие на аудиторию. В самом построении в данном случае можно найти проявление языковых закономерностей, которые соотносятся с наиболее глубинными слоями сознания. Основной целью рекламы является воздействие на потребителя [1, с.1].

В текстах рекламы присутствуют различные средства художественной изобразительности, такие как: антитеза, инверсия, каламбур, параллелизм, парцелляция, трансформация, а также эллипсис. Эллипсис широко представлен во всех видах рекламы.

По определению Ж.А Голикова «Эллипсис» – пропуск в речи какого-либо легко подразумеваемого слова, члена предложения [4, с.109].

В качестве примера взята обложка журнала Burda[2]. Журнал Burda является немецким печатным изданием, который дает возможность, ознакомиться с мировой модой на многих языках.

Таким образом, мною предложен следующий вариант перевода обложки:

**ВЯЗАНИЕ БУРДА
ЭТО КРАСИВО!
39 ИДЕАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ И
РАЗВИВАЮЩИХСЯ.
ЭТО ВАЖНО!
ВЕЛИКОЛЕПНЫЕ ПУЛОВЕРЫ РАЗНООБРАЗНЫХ РАЗМЕРОВ.
ЭТО ПРОСТО!
НЕМНОГО УСИЛИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ БЫСТРЫХ ПЕТЕЛЬ – 1 МИНУТА
И ПОДАРКИ ГОТОВЫ.
МАЛЕНЬКОЕ ЧУДО ИЗ ШЕРСТИ
ШЕДЕВРЫ В СВЕТЛЫХ ТОНАХ. ВЫ ХОРОШО СЕБЯ ПОЧУВСТВУЕТЕ В
СВИТЕРАХ ИЗ МЯГКОЙ ПРЯЖИ. ИЗЫСКАННЫЕ НАКИДКИ И КУРТКИ.
ШАПКИ И АКСЕССУАРЫ. ВЫ ГОТОВЫ НАЧАТЬ?
(перевод с немецкого языка наш – А. Т.).**

Таким образом, анализируя рекламный текст обложки журнала, следует отметить, присущие немецкому языку особенности. Необходимо отметить, что в немецких рекламных текстах присутствует эмоционально –

оценочная лексика, в качестве рекламных заголовков – своеобразных слоганов.

Следует отметить, что в массиве исследуемых материалов слоган в рекламе большинства товаров для женщин (одежда, белье, колготки, косметика) содержит эмоциональную окраску, взывает к чувствам потенциального покупателя.

В данной, немецкой версии журнала присутствуют выражения:

- Это красиво!;
- Это здорово!;
- Это просто!.

Данные выражения играют роль сигналов, они указывают на важность рекламной информации, несут большой заряд экспрессии, эмоций. Хорошая реклама должна быть эмоциональной.

Так же присутствует вопрос **ВЫ ГОТОВЫ НАЧАТЬ?** – риторический вопрос который ставится не с целью получить ответ на него, а для того чтобы привлечь внимание читателя.

В немецкой рекламе, в одной из немногих, принято использовать надписи, которые рассчитаны не только на жителей Германии, но и на зарубежную аудиторию, размещать слоганы на немецком языке, смешанным с английским, французским и другими[5, с.1].

Возьмем, к примеру, компанию Adidas. Текст рекламной компании сообщается на немецком языке и заканчивается слоганом компании на английском языке "NOTHINGISIMPOSSIBLE" ("Невозможное -возможно"). В рекламной компании был задействован MuhammadAli. В рекламе отсутствуют какие-либо излишества, на переднем плане группа бегунов во главе с американским боксером.

Текст рекламы гласит:

Есть люди, которые прислушиваются к себе, а не к чужому мнению.

Таких людей редко можно встретить.

Но когда ты встречаешь таких людей, в их понимании не существует не могу, не получается, невозможно.

Эти люди говорят нам о том, что нужно верить

НЕВОЗМОЖНОЕ – ВОЗМОЖНО [3, с.1]

(перевод с немецкого языка наш – А. Т.).

Таким образом, рекламный текст многоаспектен, его эффективность зависит от таких неотъемлемых его составляющих: изображения, звука, видео, образа, рекламного слогана. Благодаря правильному чередованию стандартных речевых стереотипов и экспрессивных элементов, которые придают тексту выразительности с помощью грамматических средств – достигается необходимая окрашенность информации, преподносимой потребителям в рекламном тексте. Итак, окрашенность информации в тексте способствует более живому и глубокому восприятию рекламы, позволяет добиться ответной реакции от рекламной аудитории.

Литература

1. Albest.ru Лингвостилистические особенности рекламного текста. [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru/languages/3c0b65625a2ad69b4d43a88521216c27_0.html – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 17.02.2015
2. Burda (БУРДА). Специальный выпуск 1/2015 «Вязание/Stricken». Изд-во Aenne Burda GmbH & Co. KG. Хуберт – Бурда – Платц 2, 77652 Оффенбург, Германия. – 76 с.
3. Impossible is Nothing Muhammad Ali (German)[Электрон. ресурс] / Adidas Werbung Impossible is Nothing mit Muhammad Ali. (Deutsch), дата загрузки: 20 февр. 2009 г. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=WO_bmsdhgEI – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 3.03.2015.
4. Голикова Ж.А. Перевод с английского на русский. Learn to Translate by Translating from English into Russian. 5-изд., стер. — Минск: Новое знание, 2008. — 287 с.
5. Михайлова К. Научные конференции. Национальные особенности немецкой рекламной культуры – Оренбург. [Электрон. ресурс] / К. Михайлова – Режим доступа: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1037> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 12.03.2015.
6. Полукаров В.Л., Грановский Л.Г., Козин В.П., Лозовская В.Ю. Телевизионная и радиовещательная реклама: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004. – 388 с.
7. Титкова Л.М. Рекламная деятельность [текст]. – Мн.: Дизайн ПРО, 2005. – 256 с.: ил.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

В.А. Аноприев

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

РАЗВИТИЯ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Системы управления персоналом, менеджмент, менеджер – без этих терминов трудно представить экономическую систему, современное информационное пространство. Что они собой представляют, где и как зародились, с чем связано их появление и эволюция, какие управленческие модели существуют, их особенности, преимущества и недостатки, перспективы развития, – эти вопросы попробуем рассмотреть, сравнивая различные системы управления персоналом ведущих стран мира на примере России, Японии и Америки.

Российская модель управления, базируется на системе ценностных, ориентиров народа, вытекающих из его духовности, культуры традиций духовности языка и культуры. Народ России в основе своей имеет общие ценностные ориентиры. Начальный период, развития менеджмента в России датируется с 1984 по 1992 г. Появились менеджеры - антрепренеры. Субъекты хозяйствования назывались кооперативами и позволили их менеджерам-владельцам приобрести необходимые навыки и опыт управления коллективами, освоение новых производств и рынков, взаимодействия с контактными аудиториями, включая органы государственной власти.

Современный этап начался в 1998 г. Быстрыми темпами начали появляться группы профессиональных менеджеров которые работают в новых отраслях производства, обслуживания и сферах деятельности

Все модели управления оперируются на ценности и мировоззрение народов. российская пока еще находится на этапе формирования. Потому что, в СССР была идея светлого будущего, а у нынешнего поколения на первом плане личная материальная выгода. Самый эффективный и простой путь – это скопировать чью-нибудь готовую эффективную модель. Например, американскую или японскую.

В Америке на предприятиях не обучают персонал, так как считают, что работник должен сам заниматься развитием профессионализма, потому что от этого непосредственно зависит его заработная плата в компании.

А в Российских компаниях персонал обучают. Проводят семинары, тренинги и т.п..

Когда в Америке устраиваются на работу важны профессиональные качества человека, а в Японии принимают ко вниманию только на личные. В России же при приеме на должность проверяют и, то, и другое.

Работники предприятий – это субъекты рыночных отношений. От них, прежде всего, зависит успех компании на рынке.

Особенность исключительного менталитета делать всю работу самостоятельно. «Если хочешь, чтобы было сделано хорошо, сделай сам» – еще одна типичная российская поговорка.

Из научных источников можно сделать вывод, что Американская модель позиционирует себя как супер модель. Методы управления персоналом в России представляют собой смесь азиатской и европейской культур. Большое значение имеет размер предприятия, его статус и вес на мировом рынке.

Среди главных принципов управления персоналом в России выделяют следующие:

-Плановость (двигаться по построенному плану к поставленной цели шаг за шагом.)

-Сочетание централизации и децентрализации (руководитель своего подразделения может управлять, работенками которые находятся в не го под контролем).

-Научная обоснованность (руководитель должен подходить к управлению людьми с научных точек зрения).

-Сочетание прав наряду с обязанностями и ответственностью (руководитель должен ставить перед работником задачу, за выполнение которой работник сам несет ответственность.)

-Принцип мотивации (руководитель должен различными способами мотивировать работников с помощью кнута и пряника).

-Принцип обратной связи, а также иерархичности (любое предприятие построенное виде пирамиды ай меньшее звено подчиняется высшему и так далее).

-Демократизация управления (все работники участвуют в управлении предприятием.)

Принципы работы в коллективе включают в себя следующее

1 Доверие начальства к работникам.

2 Коммуникация.

3 Сопричастность (в принятии решений участвуют все работника предприятия).

4 Решают проблемы коллективом.

5 Обратная связь (дает возможность улучшать деятельность коллектива).

Квалифицированное управление персоналом – это не только возможность прийти к успеху, но хотя бы подняться на ступень выше в развитии предприятия, а если не получится, то остаться на прежнем, уровне и не упасть на ступень ниже. Если на предприятии сотрудниками управляли не правильно, то есть, допуская ошибки, возникает множество

проблем, такие как страдает репутация компании, и происходит снижение качества товара.

Образование американского менеджмента проходило в несколько основных принципиальных этапов:

I Собственник и менеджер представлены в одном лице.

II Существуют 2 общества: акционеры и наёмные управляющие.

сферы управления человеческими ресурсами

расширение содержания, форм и методов работы с персоналом фирмы;

- углубление специализации в различных функциях управления персоналом;

- рост профессионализма сотрудников Системы Управления Человеческими Ресурсами;

- увеличение расходов на деятельность Системы Управления Человеческими Ресурсами;

Выводы:

- В Америки на данный момент наивысшие экономические показатели системы.

- В будущем эксперты прогнозируют что ситуация будет меняться с увеличением менеджеров профессионалов, которые работают по найму, почти во всех сферах и отраслях обслуживания и производства

- Мысль построения организаций и функционирования современных систем управления обязательно должна исходить из фундаментального принципа, как единение и сохранение народа. В основе единения лежат традиции, духовность, культура и язык многонационального народа с использованием в данной сфере.

Источники информации

1. Комаров Е.. Черты американского стиля управления//Управление персоналом,-2000. №9.

2. Базаров Т.Ю., Еремина Б.Л.. Управление персоналом: Учебное пособие - 2-е изд., перераб. и доп. - М: ЮНИТИ, 2002

3. Веснин В.Р.. Управление персоналом: теория и практика: Учебник,-М,2009.

- 4 menedzhmenti.ru/page47/page53/index.html

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА МЕНЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ РЕСТОРАНА «J. CASANOVA»

В статье представлены результаты анализа меню ресторана «J.Casanova» в городе Луганске. Анализ проводился методом ABC-анализа, что позволило определить наименее прибыльные позиции в меню, и рекомендовать заменить их более выгодными позициями. По каждому блюду главного меню ресторатор должен регулярно проводить анализ по трем основным параметрам (по количеству продаж, объему продаж и по маржинальной прибыли).

Ключевые слова: меню, ресторан, ABC-анализ.

Актуальность проблемы. Ресторан — это организация общественного питания, в которой предоставлен широкий ассортимент блюд, отличающихся сложностью в приготовлении и включающие фирменные и сделанные на заказ. Рестораны, в зависимости от уровня сервиса и требований к заведению, классифицируют на ресторан класса «Люкс», ресторан высшего класса и ресторан первого класса. В Луганске на 2015-2016 год осталось в действии не очень большое количество ресторанов высшего класса. К таким заведениям можно отнести рестораны «КОРОНА», «Печка», «Don Ash», а так же одним из таких заведений является ресторан «J.Casanova».

Одним из наиболее значимых критериев работы ресторана является его меню. В меню предприятия ресторанного хозяйства характерно соответствие заявленного класса ресторана ожиданием гостя. Анализ меню позволяет охарактеризовать работу ресторана и предложить современные, инновационные разработки рестораторам города [4].

Цель статьи – проанализировать меню ресторана «J.Casanova», выявить положительные и отрицательные стороны.

Анализ исследования. Теоретическую основу исследования составили научные разработки опытных авторов, среди которых наиболее известны работы: Пятницкой Г., Пятницкой Н., Аакера. Д., Пригожина А., Джонсона М., Карсекина В.

Изложение основного материала. Ресторан «J.Casanova» радушно встречает гостей в самом центре города Луганск. Ресторан «J.Casanova» был открыт зимой 2014 года. Предприятие ставит перед собой задачу занять лидирующие позиции на рынке заведений общественного питания города Луганска. Ресторан расположен в центре Луганска в жилом доме на 1 этаже по адресу: площадь Героев ВОВ, д.7. Общая площадь ресторана составляет 160м². Расположение ресторана «J.Casanova» влияет на осуществление обслуживания посетителей и музыкального сопровождения (проведение

праздничных мероприятий), режим работы четко установлен ежедневно с 10.00 до 22.00. Но ограниченное время работы не мешает проводить корпоративы, юбилеи, свадьбы. Обслуживание посетителей осуществляется в двух залах (гостевом и банкетном), летней площадке-террасе, также есть VIP-комната.

Слоган ресторана «J.Casanova» - «Вкуснее только любовь». Важной составляющей ресторана «J.Casanova» является кухня, в меню широко представлены блюда европейской кухни. «Изюминкой» ресторана «J.Casanova» можно назвать меню, в котором помимо закусок, салатов, главных блюд, есть раздел, называющийся «Нотка Италии» и содержащий традиционные классические блюда Италии. Также представлена винная и кальянная карты заведения.

Нами проведен анализ меню ресторана «J.Casanova» методом ABC-анализа (принцип Парето). По каждому блюду главного меню рестораторы и директора предприятий ресторанного хозяйства должны регулярно проводить периодический анализ по трем основным параметрам. Первый по количеству продаж; второй по объему продаж (в нашем случае в рублевом эквиваленте) и третий по маржинальной прибыли. Следующим шагом является тщательный анализ каждого блюда с точки зрения технологии приготовления и объективной необходимости его присутствия в основном меню. Задача проведенного анализа это удалить блюда, которые относятся к группе С и располагаются внизу списка, так как они являются наиболее убыточны и непопулярны среди гостей, и иногда изменять блюда которые находятся в середине списка относящиеся к группе В [2].

Анализ проводится не за один день, а за определенный период времени (неделя, месяц, квартал), что позволяет адекватно выявить самые продаваемые блюда, и непопулярные блюда.

Чтобы не разбирать частные случаи проведения анализа в программах автоматизации, которых существует огромное количество, мы выбрали самую распространенную и доступную программу Excel. Методика проведения анализа, аналогична в других программах.

Берется необходимая информация для анализа из программы автоматизации. Например, возьмем данные о количестве проданных блюд за определенный период времени, допустим, неделя. В «J.Casanova», например, можно выгрузить данные в формате .txt. Обычно ABC-анализ меню делятся в течение 7 дней (недели). Сортируем таблицу по количеству проданных блюд и вычисляем процент в общем объеме продаж.

Таблица 1. Анализ продаж холодных блюд и закусок

Наименование	Количество проданных порций	%
Карпачо из лосося	460	11,26899

Карпачо из телятины	380	9,309162
Салат «Аги-капрезе»	360	8,819206
Лазанья мясная	312	7,643312
Салат «Цезарь с курицей-гриль»	294	7,202352
Плечики куриные в медово-соевом соусе	286	7,006369
Сырная нарезка	240	5,879471
Ризотто с морепродуктами	234	5,732484
Паста Паперонате	201	4,924057
Колбаски из телятины	194	4,752572
Лосось слабосоленый	186	4,55659
Окрошка мясная	185	4,532092
Суп куриный	176	4,311612
Язык отварной	132	3,233709
Яйцо Бенедикт	123	3,013229
Салат «Домашний»	121	2,964233
Салат «капустой и огурцом»	92	2,253797
Салат «Мериленд»	58	1,420872
Карпачо из сала	48	1,175894
ИТОГО	4082	100%

Рассчитывается доля блюд от общего количества проданных за квартал блюд с накопительным итогом. Доля с накопительным итогом высчитывается путём прибавления процентов проданного блюда к сумме предыдущих параметров.

Таблица 2. Доля блюд от общего количества проданных блюд с накопительным итогом

Наименование	Количество проданных порций	%	% с накопительным итогом	Группа
Карпачо из лосося	460	11,269	11,26898579	А
Карпачо из телятины	380	9,30916	20,57814797	А
Салат «Аги-капрезе»	360	8,81921	29,39735424	А
Лазанья мясная	312	7,64331	37,04066634	А
Салат «Цезарь с курицей-гриль»	294	7,20235	44,24301813	А
Плечики куриные в медово-соевом соусе	286	7,00637	51,24938756	А
Сырная нарезка	240	5,87947	57,1288584	А
Ризотто с морепродуктами	234	5,73248	62,86134248	А

Паста Паперонате	201	4,92406	67,78539931	A
Колбаски из телятины	194	4,75257	72,53797158	A
Лосось слабосоленый	186	4,55659	77,09456149	A
Окрошка мясная	185	4,53209	81,6266536	A
Суп куриный	176	4,31161	85,93826556	B
Язык отварной	132	3,23371	89,17197452	B
Яйцо Бенедикт	123	3,01323	92,18520333	B
Салат «Домашний»	121	2,96423	95,14943655	B
Салат «капустой и огурцом»	92	2,2538	97,40323371	C
Салат «Мериленд»	58	1,42087	98,82410583	C
Карпачо из сала	48	1,17589	100	C

Далее выделяются группы А, В и С и присваиваются каждому блюду:
Группа А – наиболее популярные прибыльные позиции - 80% продаж
Группа В – промежуточные – 15 % продаж
Группа С – убыточные блюда– 5% продаж

Далее проводим ABC-анализ по объему продаж.

Таблица 3 ABC-анализ по объему продаж

Наименование	Объем продаж, руб.	%	% с нарастающим	Группа
1	2	3	4	5
Карпачо из телятины	144400	26,29662005	26,29662005	A
Карпачо из лосося	59800	10,89015152	37,18677156	A
Плечики куриные в медово-соевом соусе	42900	7,8125	44,99927156	A
Лазанья мясная	31200	5,681818182	50,68108974	A
Салат «Цезарь с курицей-гриль»	29400	5,354020979	56,03511072	A
Колбаски из телятины	27160	4,946095571	60,98120629	A
Салат «Аги-капрезе»	25200	4,589160839	65,57036713	A
Лосось слабосоленый	25110	4,572770979	70,14313811	A
Сырная нарезка	24000	4,370629371	74,51376748	A
Ризотто с морепродуктами	23400	4,261363636	78,77513112	A
Суп куриный	21120	3,846153846	82,62128497	A
Паста Паперонате	16080	2,928321678	85,54960664	B
Окрошка мясная	14800	2,695221445	88,24482809	B
Яйцо Бенедикт	14760	2,687937063	90,93276515	B
Язык отварной	14520	2,644230769	93,57699592	B

Салат «Домашний»	10860	1,983173077	95,560169	В
Салат «капустой и огурцом»	9860	1,795600233	97,35576923	С
Салат «Мериленд»	8280	1,507867133	98,86363636	С
Карпачо из сала	6240	1,136363636	100	С
Итого:	549120 руб.			

АВС- анализ по маржинальной прибыли. Сравнивая полученные данные в таблицах можно заметить, что «Окрошка мясная» в первом анализе входил в группу А, а во втором в группу В. В анализе по маржинальной прибыли он мог находиться, допустим, тоже в группе В. Владение данной информации приводит к определенным управленческим решениям, например к такому как увеличение стоимости мясной окрошки.

Группу А прибыльные и самые популярные позиции, изменять их ненужно, это те блюда которые предпочитают гости. Сюда входят два типа блюд, популярные блюда и хиты. Карпачо из лосося может считаться хитом недели. Группу С нужно либо исключить из меню сразу, либо пересмотреть и улучшить блюда.

Из группы В можно выводить любое блюдо, но обязательно вместо него ввести другое. Если сразу много убрать блюд из группы В, то могут упасть продажи. Если например плохо продается телятина, телятину сложнее испортить, чем скажем рыбу. Поэтому поставив высокую цену на телятину может вызвать ряд проблем, необходимо искать причины, почему блюдо не продается. Можно видоизменить блюдо и снизить цену. Можно сделать чуть больше гарнира и чуть меньше мяса. Управляющий должен обязательно вникать в технологии приготовления блюд, иначе он никогда не сможет грамотно управлять прибылью кухни. А известно в ресторанах кухня всегда дает больше прибыли, нежели чем бар [3].

Основное меню должно вмещаться на разворот или максимум на два разворота, далее может идти спецпредложения. Нельзя ронять ценовой уровень ресторана, предлагая скидки на блюда основного меню. Уронить цены можно только один раз, и потом гости станут определенным образом реагировать. Снижение цен на спецпредложения ни каким образом не повлияет на имидж ресторана.

Вывод: проведенные исследования показали пример проведения анализа меню в ресторане «J.Casanova», и выявили какие блюда являются «дойной коровой» для ресторана популярны и приносят прибыль ресторану, а какие нужно исключить из меню и заменить на новые и интересные блюда [1].

Литература

1. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли. – СПб.: Питер. - 2001

2. Облаков П.О. К статье «Метод треугольника в анализе меню» / П.О. Облаков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. - № 2.
3. Хамлова Ольга АВС- анализ: методика проведения / Ольга Хамлова // Управление компанией. - № 10. – 2006.
4. Фишер Андрей, [Методы выделения групп в АВС-анализе](#), журнал «Логистика и Управление». -2008.-№1.

Е.А. Кравченко

И.А. Щербинина

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В публикации рассмотрены научно-методологические подходы к определению понятия «конкурентоспособность», определена ее роль в деятельности туристических предприятий; представлены основные базовые и альтернативные стратегии развития туристических предприятий в условиях конкуренции; предложены стратегические пути развития деятельности туристических предприятий в условиях конкуренции.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная способность туристического предприятия, конкурентная способность туристического продукта (услуг), стратегическая ориентация.

В настоящее время одним из важнейших социально-экономических отраслей мировой экономики является туризм. Именно туризм наиболее существенно влияет на развитие политических, экономических, социальных, культурных отношений и межличностных отношений в международном масштабе, становится содержанием и стилем жизни для миллионов людей.

В условиях глобализации рыночной экономики решающее значение приобретает конкуренция. Конечная цель любого предприятия - победа в конкурентной борьбе. Победа не разовая, не случайно, а как итог постоянных и грамотных усилий туристических предприятий. Достигается она или нет - зависит от конкурентоспособности туристического продукта (услуг), то есть от того, насколько он (они) лучшие по сравнению с аналогами других предприятий сферы туризма.

Вопросам теории и практики стратегического управления в условиях конкурентной среды, а также конкурентоспособности как составляющей этого процесса посвятили свои работы ученые Т. Амблер, И. Ансофф, Г. Армстронг, И.Аренков, Ф. Котлер, М. Мескон, Г. Мицберг, С. Попов, И. Астахова, С.Гаркавенко, В. Кардаш, С. Оборская, С. Шершнева и другие [1-4]. Исследователями были предложены различные научно-методологические подходы к определению понятия «конкурентоспособность»; освещена роль

этой категории в обеспечении эффективности процесса стратегического управления.

Но современный процесс трансформации экономической системы в целом, а также в сфере туризма в частности, сопровождаются проявлением ряда проблем по управлению конкурентоспособностью туристического продукта (услуг). Объективная необходимость адаптации научно-практических основ управления конкурентоспособностью туристических предприятий обусловили проведение данного исследования. В процессе выполнения исследования были поставлены ряд задач:

- исследовать особенности научно-методических подходов к определению категории конкурентоспособности;
- определить основные базовые и альтернативные стратегии развития туристических предприятий в условиях конкуренции;
- предложить стратегические направления развития деятельности туристических предприятий в условиях конкурентной среды.

Конкуренция регулирует темпы и объемы производства, побуждает вводить научно-технические, инновационно-технологические, организационные достижения и тому подобное [3]. Как экономическая категория конкурентоспособность представляет собой некоторую относительную интегральную характеристику, отражающую различия туристического продукта (услуги). Как показывает практика, большинство туристических компаний сосредотачивают свое внимание на параметрах туристического продукта (услуги) и затем для оценки конкурентоспособности сопоставляют между собой некоторые интегральные характеристики такой оценки для разных конкурирующих туристических продуктов (услуг).

Нередко эта оценка охватывает только показатели качества, и тогда оценка конкурентоспособности подменяется сравнительной характеристикой качества конкурирующих аналогов.

Конкурентоспособность - не показатель, уровень которого можно вычислить для себя и конкурента, а потом победить. В рыночной экономике политика в области конкуренции направлена на выполнение ею соответствующих функций, а именно: сбалансированности спроса и предложения; кооперации интересов производителей; стимулирование улучшения качества продукта (услуг); разработки мероприятий по снижению затрат; модификации одного и того же продукта; формирование рыночной цены и сбалансированное соотношение между общественными потребностями и общественным производством [1, 2, 4].

Рассматривая суть понятия конкуренции в туристической сфере, необходимо учитывать специфику этой деятельности. В отличие от товарных рынков, основным предметом обмена на туристическом рынке являются услуги, достигающие 80-85% всего объема продаж на этих рынках в странах с развитой экономикой. Существенными специфическими признаками услуг в туризме являются: нематериальный характер, зависимость от предприятий

туристической индустрии, неспособность к хранению, высокая стоимость, зависимость от наличия рентных преимуществ, высокая заменяемость их состава и ассортимента.

Кроме того, на практике существуют трудности в проведении непосредственной оценки интенсивности конкуренции в туризме, т.к. реально возможной является ее определение на основе оценки контролируемых последствий отношений, которые проявляются через распределение долей рынка между конкурентами, темпами роста туристического рынка и его рентабельностью. Некоторые туристические направления хорошо развиты, и интенсивность конкуренции на рынке таких услуг весьма значительна, а некоторые находятся в стадии зарождения. Это означает, что новым предприятиям трудно будет завладеть большой долей рынка и получить выгодную конкурентную позицию, но это при условии, что действующие туристические предприятия с помощью верной конкурентной стратегии будут удерживаться на существующих позициях длительное время.

Одним из методических подходов исследования конкурентоспособности является использование теории качества товара на основе определения потребительской стоимости туристического продукта (услуги) или метода эталонного товара. При применении этого метода в сфере туризма конкурентоспособность предприятия идентифицируется с конкурентоспособностью туристического продукта (услуги). Его недостатком является то, что данный метод не учитывает эффективность хозяйственно-финансовой деятельности и применяется только для предприятий, специализирующихся на производстве и реализации однородных товаров и услуг, так как при диверсификационной деятельности теряется сопоставления объектов сравнения.

Исследование теоретических и практических основ определения и оценки конкурентоспособности в туризме составляет необходимую предпосылку формирования и реализации конкурентных стратегий в контексте адаптивного стратегического планирования.

Результативность данного процесса, в первую очередь, зависит от качества разработанных альтернативных стратегий, а они, в свою очередь, является основным элементом процесса стратегического планирования деятельности туристического предприятия в условиях непредсказуемых изменений внешней и внутренней среды (табл.1). В этих случаях, туристическому предприятию приходится не просто специализировать производство и разрабатывать такие производственные системы, одновременно отвечающих разнообразным маркетинговым требованиям и при этом сохраняли бы свою конкурентоспособность.

Таблица 1 - Основные виды базовых и альтернативных стратегий туристических предприятий в условиях конкуренции и типичные ситуации их применения

№	Разновидность стратегии	Характер стратегии	Ключевое стратегическое указание	Типичная ситуация	Стратегическая альтернатива
1	Атакующая	Объем продаж Доход Часть рынка Развитие деятельности	Введение своего продукта на рынок в новых природно-климатических зонах	Наличие новых недорогих каналов сбыта; стабильный успех в сфере бизнеса; наличие новых сегментов рынка	Продвижение на новые рынки; расширение сферы бизнеса; географическая экспансия. Вертикальная, горизонтальная и попутная диверсификация. Внеэкономическая деятельность, межфирменное сотрудничество и кооперирование деятельности
2	Атакующе-оборонительная	Доход от продажи Доход от активов Доход от акций Развитие деятельности	Желание увеличить часть своего турпродукта на традиционных освоенных рынках	Существующий рынок ненасыщен турпродуктом; норма потребления турпродукта потребителем существенно возрастает; увеличение масштабов производства и реализации турпродукта обеспечивается стратегическим преимуществом	Экономия затрат, консолидация, развитие сферы бизнеса. Рост и развитие за счет уменьшения затрат, активизации финансовой деятельности Обеспечение стабильности деятельности за счет финансовой экономии и балансирования на туристическом рынке

3	Оборонительная	Критический анализ турпродукта и рынков сбыта; финансового положения и процесса стратегического управления	Желание сберечь часть своего турпродукта на основе улучшения качества	В базовой сфере бизнеса происходит снижение объемов реализации и прибыли	Перестройка маркетинговой и финансовой деятельности и существующей системы управления
---	----------------	--	---	--	---

Такой подход определяет актуальность разработки и реализации стратегии конкурентоспособности деятельности туристического предприятия. Она значительно шире стратегии управления качеством туристического продукта (услуг), поскольку требует установления определенного комплекса маркетинговых задач, ориентированных на исследования рынков и тех сегментов рынка, в которых предполагается реализация этих услуг. Особенности туристического рынка деятельности предприятия, стадия его жизненного цикла и управления, а также качества услуг, реализуемых им обуславливают приоритетность реализации отдельных стратегических целей (табл.2). В общем виде проблема неудовлетворительного внутреннего качества известна из опыта зарубежных предприятий. Это - расходы низкой корпоративной культуры.

Таблица 2 – Стратегическая ориентация туристических предприятий в условиях конкуренции

Стратегический подход	Предпосылки приоритетности реализации
1. Ориентация на спрос	Деятельность предприятий в сегменте рынка со значительным объемом неудовлетворенного и формирующегося спроса, низким уровнем конкурентной борьбы
2. Ориентация на ресурсное обеспечение	Деятельность туристических предприятий в перспективном сегменте потребительского рынка или в условиях ухудшения конъюнктуры и снижения объемов реализации
3. Ориентация на прибыль	Жесткие финансовые ограничения; большой объем условно-переменных затрат; значительные инвестиции и социальные потребности

Таким образом, конкурентоспособность является категорией рыночной экономики, отражает возможность туристического предприятия эффективно

функционировать в условиях рыночной среды. Никогда нельзя говорить об абсолютной конкурентоспособности туристического предприятия, оно может быть «лидером» на национальном туристическом рынке и быть неконкурентоспособным на международных рынках по предоставлению качественных туристических услуг.

Конкурентоспособность можно рассматривать как систему, состоящую из непрерывно взаимодействующих элементов и факторов влияния и характеризует степень реализации потенциальных возможностей туристического предприятия приобретать и удерживать в течение длительного периода конкурентных преимуществ. Это определение охватывает как эффективность деятельности, так и способность туристического предприятия приспосабливаться к меняющимся условиям внешней среды.

Литература

1. Агафонова Л.Г. Визначення конкурентоспроможності туристичного продукту // Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (25-26 жовтня 2006 р., м. Київ) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КТЕУ, 2000. – С. 430-434.

2. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Л.Г.Агафонова, О.Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2002. – 358 с.

3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: учеб. пособие / Г.Л. Азоев . – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

4. Всеобщее управление качеством: учебн. пособ. для вузов / О.П. Глудкин, Н.М. Горбунов, И.А.Юров, Ю.В. Зорин.; под ред. О.П. Глудкина. – М.: «Горячая линия-телеком», 2001. – 600 с.

Е.А. Кравченко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ЕГО ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Аннотация. В статье исследован уровень конкурентоспособности турфирм Луганской области, определены его главные конкуренты на украинском туристическом рынке и обозначены основные проблемы, требующие первоочередного решения в перспективе.

Ключевые слова: конкурентоспособность, туристические фирмы, туристические услуги, региональный рынок туристических услуг.

Вследствие конкурентной борьбы сохраняют стойки позиции те участники экономических отношений, которые хорошо адаптируются к рыночным условиям и производят высококачественные товары и услуги по благоприятным ценам. Стоит отметить, что в условиях конкурентной среды основой эффективного функционирования любого субъекта предпринимательской деятельности, обеспечения его финансового успеха и повышения рыночной доли является высокая конкурентоспособность. В зависимости от объекта различают конкурентоспособность товаров (услуг), конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность отрасли. Можно продолжить этот ряд субъектов, дополнив его туристическим регионом с точки зрения развития в нем деятельности турфирм, объединенных в группу.

Проблемами конкурентоспособности в сфере туризма занимается ряд ведущих зарубежных и отечественных ученых, посвятивших исследованию этого понятия свои работы или отдельные главы научных работ [1-5]. Однако более детальный анализ уровня конкурентоспособности деятельности совокупности туроператоров и турагентов Луганского региона с точки зрения официальных статистических данных до сих пор не проводился.

Целью статьи является исследование конкурентоспособности Луганской области среди других регионов с точки зрения развития деятельности турфирм.

Существует много методов оценки уровня конкурентоспособности, каждый из которых имеет свою методологическую основу, преимущества, недостатки и возможности использования в практической деятельности предприятий сферы туризма. Наиболее распространенными методами для оценки конкурентоспособности являются: метод рангов; метод разниц; метод баллов; метод сравнительных преимуществ; метод, основанный на теории эффективной конкуренции; метод оценки достижения точки равновесия; матричный метод и ряд других.

Для исследования конкурентоспособности рынка туристических услуг Луганской области среди других регионов с точки зрения деятельности турфирм нами выбран метод, основанный на определении рыночной доли, с помощью которого можно осуществить оценку конкурентных позиций группы предприятий определенного региона. Этот метод является достаточно простым, логичным, удобным для восприятия и отражает результаты деятельности совокупности турфирм определенного региона с точки зрения официальных статистических данных. Информацией для исследования служили статистических бюллетеней о туристической деятельности, расположенных на сайте Государственной службы статистики Украины. Данные бюллетени составляются на основании отчетов по форме № 1-ТУР для предприятий – юридических лиц и физических лиц – турагентов [6].

Главной проблемой применения данного метода оценки конкурентоспособности в сфере туризма является неполнота информации

для полноценного исследования конкурентной ситуации на туристическом рынке, что связано с ее недостоверностью, поскольку предприятия склонны фальсифицировать данные финансовой отчетности с целью уклонения от уплаты налогов.

Однако сведения формы № 1-ТУР, обнародованные в масштабах страны в разрезе ее конкретных административно-территориальных единиц, на сегодняшний день являются единственным официальным источником информации, благодаря которому можно провести анализ конкурентоспособности среди различных туристических регионов и определить Луганской области в конкурентной среде для предложения отдельных путей повышения ее конкурентоспособности.

По аналогии оценки конкурентоспособности туристического предприятия, предлагаемой С.П. Гаврилюк [3, с.76], уровень конкурентоспособности совокупности турфирм Луганского региона можно определить по следующим основным этапам:

- выбор конкурентов из числа туристических регионов Украины для сравнения;
- сбор необходимой информации о конкурентах;
- разработка системы оценочных показателей;
- расчет единичных показателей конкурентоспособности исследуемого региона (т.е. Луганского) и конкурентов;
- построение сравнительных таблиц, определение и оценка уровня конкурентоспособности региона по наиболее приемлемым методам.

Выбор конкурентов из числа туристических регионов Украины для сравнения проводился по отдельным областям. Исследования проведены за 2011-2013 годы, являющиеся наиболее благоприятными по вопросам развития туризма в регионах. Провести анализ за 2014-2015 год не представляется возможным из-за отсутствия статистических данных по данному вопросу в Луганской народной республике. Однако, расчеты должны показать, каков потенциал развития туристических услуг в Луганском регионе, а в частности, Луганской народной республике в настоящее время, после самоопределения региона.

Доля отдельного региона на рынке туроператорских и турагентских услуг определяется в процентах путем деления значения определенного показателя деятельности туристических фирм конкретного региона на общий результат, собранный по 24 областям туристического рынка Украины, по формуле:

$$D_{mf} = \frac{OPY_{mf}}{\sum OPY} \times 100$$

(1)

где D_{mf} – доля услуг совокупности турфирм определенного региона на туристическом рынке Украины;

ОРУтф – объем реализации услуг совокупности турфирм определенного региона;

ОРУ – объем реализации услуг турфирм всех регионов Украины.

Путем сопоставления статистических данных об основных показателях деятельности турфирм Луганского региона с обобщенными данными по всей стране, нами определен удельный вес участия турфирм Луганской области в общем объеме обслуживания туристов и вычислен их рейтинг в масштабах Украины (таблица 1) [6].

Таблица 1 Рейтинг Луганской области по основным показателям деятельности туристических фирм в 2011-2013 году [6].

Показатели		Годы		
		2011	2012	2013
Количество фирм, предоставляющих услуги	рейтинг	8	8	24
	часть, %	4,6	4,4	0,3
Обслужено иностранных (въезжающих) туристов	рейтинг	19	17	18
	часть, %	0,4	0,5	0,6
Обслужено украинских туристов, выезжающих за границу	рейтинг	5	5	6
	часть, %	3,5	2,8	2,7
Обслужено внутренних туристов	рейтинг	18	18	19
	часть, %	2,2	1,8	1,2
Обслужено экскурсантов	рейтинг	7	6	7
	часть, %	3,7	3,3	3,1
Объем предоставленных туристических услуг	рейтинг	6	6	6
	часть, %	3,0	3,1	2,3
Платежи в бюджет	рейтинг	3	4	7
	часть, %	5,8	4,2	3,1
Среднесписочная численность работников	рейтинг	5	3	3
	часть, %	4,6	5,3	5,3

Исследование данных таблицы 1 позволяет констатировать ряд противоречий в развитии деятельности турфирм Луганского региона:

– Луганской области принадлежит стабильно высокий рейтинг практически по всем показателям развития туризма (за исключением количества внутренних туристов).

– вместе с тем, стоит обратить внимание на небольшую долю, которую занимает Луганский регион по многим показателям, представленным в таблице 1. Так, если среднестатистическое значение отдельного региона в целом по Украине составляет 3,7%, то показатели Луганской области (за исключением количества иностранных туристов) мало отличаются от указанной цифры

– кроме того, удельный вес и рейтинг Луганской области за прошедшие три года снижается практически по всем показателям (исключение - среднесписочная численность работников). Согласно рейтингу, в число основных конкурентов Луганской относятся области, центрами которых являются города с населением более 1 млн. человек – Харьковская, Донецкая, Днепропетровская [6].

Детальный анализ доли первых восьми регионов Украины, лидирующие по основным показателям развития туризма, позволяет констатировать, что Луганский регион значительно отстает от основных лидеров – Киевской, Львовской областей, однако имеет схожие показатели развития туризма с Харьковской, Донецкой, Днепропетровской и Одесской областями, которые можно учитывать ее ближайшими конкурентами.

Дале была разработана системы оценочных показателей, по которой произведен расчет усредненных показателей конкурентоспособности для турфирм Луганского региона и его ближайших конкурентов по 2013 году – Донецкой, Днепропетровской, Харьковской и Одесской областей. Результаты исследования представлены в таблице 2.

Таким образом, система оценочных показателей сформирована, исходя из целей оценки конкурентоспособности турфирм определенных регионов и с учетом имеющейся информации

Таблица 2 – Сравнение показателей деятельности турфирм отдельных регионов Украины с их усредненными значениями, 2013 год [6]

Показатели	Ед. измерения	Всего	у т.ч. по отдельным регионам				
			Луганская	Донецкая	Днепр о-петров -ская	Харко в-ская	Одесс-ская
Средняя стоимость туробслуживания	грн.	1 027	934	1 557	1 623	772	1 055
	%	100	91	152	158	75	103
Средние платежи в бюджет	тыс. грн.	45	28	38	38	26	26
	%	100	62	84	84	58	58
Продуктивность труда	тыс. грн.	1 423	650	920	1 183	346	793

	%	100	46	65	83	24	56
Эффективность работы	чел.	1 385	697	591	729	448	752
	%	100	50	43	53	32	54
Средний доход на 1 работника	тыс. грн.	241	104	257	272	96	157
	%	100	43	107	113	40	65
Количество туристов на 1 работника	чел.	234	111	165	168	124	148
	%	100	47	71	72	53	63

На рисунке 1 представлена диаграмма расчетные значения конкурентоспособности турфирм Донецкой, Днепропетровской, Харьковской, Одесской и Луганской областей на фоне отклонения от их усредненных значений по Украине.

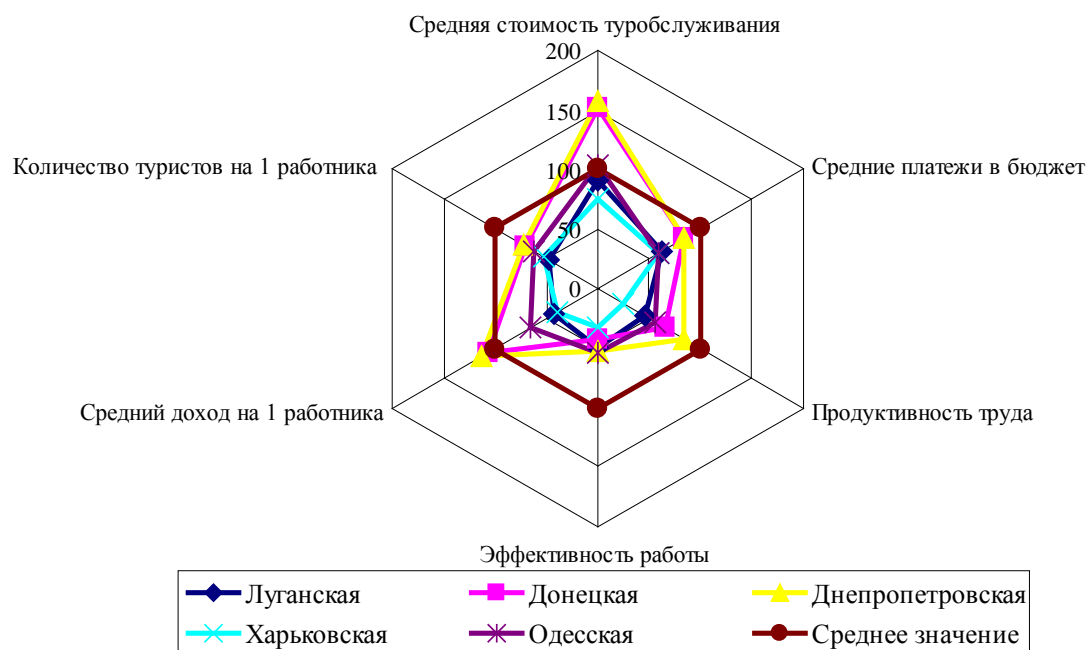


Рисунок 1 – Диаграмма конкурентоспособности туристических фирм по отдельным регионам

Сравнение расчетных показателей деятельности туристических фирм Луганской области с аналогичными субъектами предпринимательской деятельности регионов-конкурентов свидетельствует о том, что туроператоры и турагенты Луганской ни разу не вышли за круг усредненных значений по Украине. Только средняя стоимость туристического обслуживания приближена к среднестатистическому значению; другие показатели находятся на уровне 45-50% от усредненных показателей.

Луганская область занимает с 3-го по 8-е место в рейтинге по основным показателям туристической деятельности среди 24 областей украинского туристического рынка. Однако удельный вес Луганской области приближен к среднестатистической, что указывает на существенные недостатки в работе местных туроператоров и турагентов, а также на существующий потенциал в развитии туристической сферы.

По результатам анализа конкурентам ситуации на рынке туристических услуг Луганского региона можно сделать вывод, что среди проблем, решению которых следует уделить первоочередное внимание, являются следующие:

- обеспечение повышения исполнительской дисциплины туристическими фирмами-лицензиатами;
- создание системы постоянных статистических наблюдений в сфере туризма;
- создание мощного Интернет-ресурса, который будет освещать все события относительно развития туризма в регионе, как для туристов, так и для профессионалов турбизнеса;
- привлечение государственной поддержки для популяризации регионального турпродукта;
- стимулирование туристических предприятий, создающих привлекательные турпродукты;
- оптимизация структуры туристического потока по целям путешествий;
- увеличение туристического сезона с помощью использования комплекса маркетинговых мероприятий;
- совершенствование экскурсионной деятельности.

Таким образом, предложенные меры совершенствования деятельности турфирм Луганской области способны решить ряд проблем и разработать мероприятия для поднятия конкурентоспособности данного региона на туристическом рынке Украины.

Литература

1. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме: учеб. пособ. / Л.В. Баумгартен. – М.: Академия, 2007. – 352 с.
2. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса: учеб. пособ./ Ю.В.Волков. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 380 с.
3. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб. / С.П.Гаврилюк. – К.: КНТЕУ, 2006. – 180 с.
4. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: учеб. пособ / А.П. Дурович, А.С.Копанев . – Минск: Экономэкспресс, 1998. – 400 с.
5. Чорненька Н.В. Організація туристичної діяльності: навч. посіб. / Н.В. Чорненька. – К.: Атіка, 2006. – 264 с.

6. Державний комітет статистики. Туристична діяльність України. [Електронний ресурс].
http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_td_bl.htm (дата обращения 14.04.2016)

В.В. Мищенко
И.А. Щербинина
*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ SWOT-АНАЛИЗА

В статье раскрыты понятия стратегии и стратегической деятельности предприятия. Проведен SWOT-анализ деятельности ООО «АЛЮ», предложен и обоснован стратегический план деятельности предприятия, включающий стратегические направления деятельности предприятия, а также виды деятельности с учетом предположенных стратегий.

Ключевые слова: стратегия, SWOT-анализ, сильные стороны, слабые стороны, угрозы, возможности

Рыночная экономика формирует новые требования к предприятиям, что объясняется не только наличием конкуренции и высокими требованиями к качеству товаров, но и необходимостью гибко реагировать на изменения рыночной ситуации, не всегда способствующей процветанию предприятий. Успех предприятия зависит от способности предвидеть и изменять структуру производства и управления, разрабатывать и внедрять в производство новые виды продукции, правильно планировать объемы производства различных товаров, инвестиции и доходы, чтобы достичь наибольшего эффекта и обеспечить существование предприятия в долгосрочной перспективе.

Определимся с понятием стратегия. В толковом словаре украинского языка дается такое определение стратегии, «это способ действий, линия поведения кого-либо; искусство общественного и политического руководства массами, которое должно определить главное направление их действий, поступков» [1, с. 449].

По происхождению слово «стратегия» – это военный термин, происходит от греческого «strategia», образовано от слияния двух слов, обозначающих «войско» и «веду». Изначально оно обозначало закономерности и характер войны, теоретические основы планирования, подготовки и проведения крупных военных операций с заранее сформулированными стратегическими задачами. Впервые данный термин позаимствовал у военных А. Чендлер-младший в 1962 году для определения одного из видов руководства любым коммерческим предприятием. С тех пор

начался этап стратегического планирования на предприятиях в условиях рыночной экономики [2].

Стратегия рассматривается как образец, к которому стремится приблизиться организация (предприятие). Чаще всего в качестве образца берут процветающую фирму, анализируют ее положительные стороны деятельности и пытаются воспользоваться ее опытом. Например, такой подход использовала свое время японская фирма «Камацу», изучавшей деятельность американской фирмы «Катерпиллер». «Катерпиллер» занимала 60-70% мирового рынка сельскохозяйственных, транспортных, строительных и других видов техники [3]. Сейчас «Камацу» является главным конкурентом своего «образца», вытесняет его из рынков. С другой стороны, стратегию как цель управления можно определить как идеальную модель предприятия, в которой реализуется «видение» его руководителей и собственников и построенная с использованием SWOT-анализа [4-5].

В настоящее время объект нашего исследования - общество с ограниченной ответственностью «АЛЛО», крупнейшая торговая розничная сеть салонов мобильной связи в Украине, представленная во всех областных и районных центрах и имеет широкую географию, испытывает серьезные трудности в поддержании конкурентоспособности предприятия. В связи с появлением на рынке большого числа предприятий, занимающихся продажей мобильных телефонов и бытовой техники, таких как «Мобилочка», «Евросеть», «Фокстрот», «Эльдорадо» и др., предприятию стало достаточно сложно поддерживать свои конкурентные преимущества.

Целью нашего исследования явилось проведение SWOT-анализа и разработка стратегических направлений деятельности предприятия.

Анализ SWOT (это аббревиатура английских слов Strength (сильные стороны), Weakness (слабые стороны), Opportunities (шансы) и Threats (угрозы) - признанный во всем мире и широко применяемый метод оценки стратегической ситуации компании. Он заключается в установлении сильных и слабых сторон фирмы, а также шансов и опасностей, которые находятся в окружении фирмы [6].

Сильные стороны фирмы (S) - особые достоинства фирмы, отличающие ее от соперников, занимающихся бизнесом в том же секторе рынка и в том же регионе (например, уникальный продукт).

- является следствием недостатков, существующих в фирме, и могут относиться ко всем сферам ее деятельности. Это могут быть, например: плохое техническое состояние, некрасивая предлодение, низкое качество, плохая организация труда, плохое управление.

Возможности (O) - это тенденции и явления в окружении предприятия, которые, если их использовать соответствующим образом, могут стать стимулом развития и ослабить существующую опасность.

Угрозы (T) - все внешние факторы, которые рассматриваются фирмой как препятствия, затруднения, дополнительные производственные расходы, опасности.

Изучив сильные, слабые стороны предприятия, возможные шансы и опасности для предприятия по продаже мобильных телефонов и техники ООО «АЛЛО», представим его SWOT- анализ на рисунке 1.

Сильные стороны фирмы (S)	Слабые стороны фирмы (W)
<p>1. На фирме сложился ряд традиций.</p> <p>2. Большая группа лояльных клиентов.</p> <p>3. Работники дисциплинированные, высококвалифицированные и лояльные к фирме.</p> <p>4. Здания магазинов и офисов отремонтированы и находятся в хорошем состоянии.</p> <p>5. Продукция магазинов ориентирована на потребности клиентов.</p>	<p>1. Упор в работе на контакты с бывшими оптовиками.</p> <p>2. Отсутствует поиск новых покупателей.</p> <p>3. Отсутствуют рекламные кампании в напечатанных средствах массовой информации (листовки, брошюры, справочники с указанием ассортимента фирмы и цен). шансы:</p>
Шансы (O)	Опасности (T)
<p>1. Интерес иностранных фирм к сотрудничеству.</p> <p>2. Возможность взять кредит на относительно привлекательных условиях с целью модернизации производства.</p> <p>3. Возможность появления на рынке товаров-заменителей нового поколения.</p>	<p>1. Усиление конкуренции.</p> <p>2. Более изысканные вкусы и пожелания потенциальных потребителей.</p> <p>3. Экономическая нестабильность в стране в связи с экономическим кризисом.</p>

Рисунок 1 - SWOT- анализ ООО «АЛЛО»

Выполненный выше анализ SWOT стал основой для разработки стратегии деятельности ООО «АЛЛО». Стратегический план мероприятий для ООО «АЛЛО», представленный в таблице 1, должен помочь компании повысить долю рынка и занять новые ниши, существенно улучшив финансовые показатели и отдачу на капитал.

Таблица 1 – Стратегический план деятельности ООО «АЛЛО»

Направление деятельности	Вид деятельности
1. Изменение системы продаж	Усиленное проникновение на рынки стран ближнего и дальнего зарубежья
2.Изменение структуры ассортимента	Ориентация на запросы отдельных сегментов рынка

3. Изменение управленческой структуры предприятием	Повышение самостоятельности структурных подразделений предприятия перед клиентами и перед компанией Увеличение объема полномочий руководителей филиалов и руководителей торговыми точками
4. Аудит затрат предприятия	Мониторинг себестоимости на каждой торговой точке
5. Информационный анализ	Мониторинг рынка и степени соответствия ассортимента компании требованиям отдельных сегментов рынка

Кроме того, рекомендуем отказаться от расширения количества салонов и расширить ассортимент цифровой и мультимедийной техники, а также развивать такое направление, как франчайзинг и интернет-магазин. «АЛЛО» в менее густонаселенных местах может передавать другим название своей фирмы, торговую марку, формулу и стиль деятельности на основе франчайзинга. Перечисленные направления являются перспективными для дальнейшего повышения конкурентоспособности предприятия.

Литература

1. Яременко В.В. Новий тлумачний словник української мови: в 3 т. / В.В. Яременко, О.М. Сліпущко. – К.: Аконт, 2008. – Т. 3. – 2008. – 862 с.
2. Портер М. Стратегия конкуренции: учеб. пособ. / М. Портер; пер. з англ. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
3. Шершнева З.Е. Стратегическое управление [Текст]: учеб. Пособие / З. Е. Шершнева, С.В. Оборска. – К.: КНЭУ, 1999. – 384 с.
4. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции [текст] / Дж. Робинсон; пер. с англ.; вступит. статья и общ. ред. И.М. Осадчей. – М.: Прогресс, 1986. – 472 с.
5. Саенко М.Г. Стратегія підприємства: підручник / М.Г. Саенко. – Тернопіль: Економічна думка. – 2006. – 390 с.
6. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного АО: проблемы и решения: монография / Г.М. Скударь. – К.: Наукова думка, 1999. – 496 с.

МЕТОДЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ, ВЕДУЩЕМ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В статье рассмотрены методы подбора персонала как необходимый элемент управления, который является инструментом для руководителя. Сущность кадровой политики и подбора персонала. Рассматривается эффективность анкетирования и проведения конкурса для персонала. Методы стимулирования работников.

Ключевые слова: Кадровая политика, подбор персонала, хедхантинг, мотивация труда, анкетирование, отбор персонала.

Актуальность темы. Актуальность данной работы связана с возникновением кризисных процессов и ростом проблем в современной практике подбора персонала. Некоторые существующие методы и приемы подбора персонала отрицательно сказываются на эффективности работы организаций. Поэтому задача разработки эффективного способа подбора персонала становится одной из наиболее значимых, ключевых в работе кадровых служб.

Цель статьи. Анализ методов подбора персонала на предприятии, ведущем внешнеэкономическую деятельность.

Анализ последних исследований и публикаций. К формулировке кадровой политики в компании существует несколько подходов. Дятлов В.А., Травин В.В. в работе «Основы кадрового менеджмента» устанавливают термин отбор персонала как: Отбор персонала – это процесс изучения психологических и профессиональных качеств работника с целью установления его пригодности для выполнения обязанностей на определенном рабочем месте или должности и выбора из совокупности претендентов наиболее подходящего с учетом соответствия его квалификации. Отбор персонала необходимо отличать от подбора персонала. При отборе или конкурсе в организацию осуществляется поиск людей на должность, учитывая требования социального института и видов деятельности. Наблюдение и сопоставительный анализ деятельности кадровых служб был рассмотрен в исследованиях CRANET (Cranfield Network on Comparative Human Resource Management) Крэнфилдской школой менеджмента (Великобритания). По мнению И.Б. Гуркова, исследования CRANET являются полными и представительными обзорами современных практик управления в мире. Ученые сделали вывод, что чуть более 20% в компании разработана стратегия развития персонала. Руководство предпочитает игнорировать вопросы, которые связаны с планированием и прогнозированием численности персонала, способностей, развитием инициативы и повышения квалификации и уровня образования.

Изложение основного материала. Подбором персонала в организации занимаются или высокопоставленные руководители, или HR-менеджеры. В этом случае есть взаимозависимость этих двух служб. С учетом исследований CRANET, Всемирная тенденция такова: принятие решений о принятии и увольнении работников должны приниматься двумя службами и отделами одновременно.

Подбор персонала - это действия, для поиска и привлечения нужных компании кандидатов, которые имеют способность достичь задачи и цели организации[1, с. 364]. Данный процесс по найму квалифицированных кадров должен хорошо планироваться специалистами и контролироваться соответственно. Существуют такие этапы для процесса принятия решений по поводу кадров[2]:

- 1) описанию нужных требований и навыков кандидата;
- 2) выбор системы показателей;
- 3) установление границ и мер требований и способностей;
- 4) определение методов, по которым будет проводиться оценка;
- 5) ранжирование претендентов;
- 6) выводы и окончательное решение на основе пройденных этапов.

Исходя из ситуации, конкурсной должности и специальности, деятельности компании, финансового состояния можно установить методы подбора персонала. Методы подбора персонала представлены в таблице 1[8, с.52].

Таблица 1

Методы подбора персонала

Достоинства	Недостатки	Особенность в применении
№1 Подбор персонала по рекомендациям знакомых		
1) Сбережение своего времени и сил на поиск.	1) Немало времени уходит для поиска.	-
2) Отбор специалиста, который стремится работать именно в этой фирме.	2) Возможность не контролирования используемой информации.	-
№2 Отбор кадров по внешним источникам		
Размещение вакантных должностей в журнале, на телевидение, в интернете. Результат оперативный.	1) Расходы ресурсов: рассмотрение резюме, проведение собеседования, назначение встречи.	1) Ясно сформулировать требования к претенденту. 2) Написать свои телефонные данные. 3) Размещать

		объявления во время и регулярно.
№3 Поиск и подбор нужного специалиста (переманивание кадров из других организаций)		
1) Наличие необходимых данных о конкурентной фирме.	1) Возможность потерять имидж и стиль фирмы.	-
2) Согласие компании на выделение финансовой помощи для осуществления операций.		-
№4 Поиск кандидатов специализированных агентствах		
1) Кадровый подход к подбору претендентов.	1) Высокооплачиваемые услуги в агентствах.	-
	2) Наличие незначительных ошибок агентов в выборе персонала.	-

Исходя из данной таблицы, можно сказать, приведенные методы в любом случае имеют негативные и позитивные моменты. Для определения подходящего метода, нужно выделить необходимые факторы, тенденции и необходимости компании.

Кадровая политика — это главная направленность кадровых служб, в обязанность которых входят принципы, методы, цели и задачи развития фирмы, механизм управления кадрами, способных работать сплоченно и коллективно. Анкетирование – это опрос с помощью анкеты. Анкета – это определенный список вопросов, на которые необходимо ответить респондентам. При помощи анкет можно избежать от риска. Такие проверки покажут способности и потенциал работника, которые по некоторым причинам может отличаться от слов претендента. Анкеты характеризуют навыки, способности и желания респондента и помогают руководителю выбрать нужного кандидата. Предпочтительность анкет — в объеме и уровне. Ф.Гальтон был первым, кто придумал анкетирование как метод психодиагностического исследования [3, с. 216].

Популярными являются кадровые агентства для привлечения необходимого персонала или специалиста. Кроме этого, имеется метод привлечения персонала, который называется хедхантинг. Headhunting или хедхантинг (от английского «headhunting» - охота за головами) - «переманивание» квалифицированного специалиста в организацию. В этом случае можно «переманить» профессионала из другой фирмы или сферы

деятельности [5]. Но руководители предпочитают традиционный способ подбора кадров.

Для эффективного проведения конкурса для кандидатов, он должен быть построен психологически корректно от начала и до конца. Если претендентов на конкурс меньше чем 5 человек, то, следовательно, конкурс не эффективный. При таком конкурсе нужно быть большим специалистом, чтобы качественно отобрать нужных людей. Если же на количество людей от 5 и до 10, то конкурс уже считается сложным. Из этого можно получить выгоду и средний результат. При количестве кандидатов от 10 до 14 конкурс считается достаточно удовлетворенным, и руководитель может получить эффект от проделанной работы. Если же число людей от 15 и до 20, то это хороший конкурс. Результат оправдывает ожидания. Когда претендентов больше 20, то результаты будут отличными, если правильно подобрать персонал.

Организовывать и проделывать подобные конкурсы очень сложно и требует больших усилий. В основном проведение такого конкурса может занять от 20 дней до месяца. В течение этого периода конкурсы проводятся дважды, и на третьей неделе и на четвертой.

Мотивация труда – это стимул и мотив самого себя и своих подчиненных на действие, которое ориентировано на цели и задачи человека и организации в целом [4, с. 277]. На практике используется три вида мотивации: материальная, моральная и административная.

Мотивация на материальной основе происходит путем оплаты труда, участия работников в прибылях. В основном, только материальная мотивация является существенной для работников, для их качественной работы. Данная мотивация способствует экономическому и финансовому продвижению предприятия.

Вывод. Подбор персонала - это действия и работы для поиска и привлечения необходимых специалистов, которые обладают навыками и способностями для того, чтобы цели компании были достигнуты.

Особенно привлекательными являются сотрудники и специалисты, которые проработали или имеют опыт в международных компаниях, а так же в отечественных фирмах.

Качественность работы кадровых служб позволяет сделать выводы:

- 1) существуют множество методов для поиска кадров, но все же предпочтительными являются установленные методы;
- 2) необходимо учитывать важность кадровых служб и их деятельность;
- 3) изменился социальный тип работника, и одновременно в требованиях и запросах к труду, выдвигаемых самими работниками.

Список литературы.

1. Управление персоналом «Перспективный персонал» 03()2013 с.32
2. Колобов, В.Ю. В управлении персоналом нет универсальных решений / В.Ю. Колобов. // Управление персоналом. - 2013. - № 12. - С. 51- 52.

3. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Организация труда менеджера./ [Электронный ресурс] // UchebnikiOnline .- Режим доступа: (<http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/o-professii-ili-kto-takojj-menedzher-po-prodazham/>)
4. Общество и экономика №10, 2013 Людмила Корель Нарратив наемного труда и коллизии доверия на современных промышленных предприятиях в условиях модернизации с.150-151
5. Экономика предприятия / под ред. Й. М. Петровича. Учебник. – Львов . – 2006. – 579 с.
6. Гурков И.Б., Зеленова О.И., Гольдберг А.С., Саидов З.Б. Система управления персоналом в российских фирмах в зеркале международного сравнения // Мир России,- 2009.- Т. XVIII.- № 3.- С. 132-150. Статья поступила в редакцию 6 марта 2013 г.
7. Валиева, О.В. Роль и место департаментов по управлению персоналом в деятельности компаний: российский и международный опыт / О.В. Валиева // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. - №3. - С. 120-124
8. Дралин, А. И. Внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие / А. И. Дралин, С. Г. Михнева. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Пенза: Информационно-издательский центр ПГУ, 2006. – 127 с.
9. Перспективы рынка в России: Статья/ Кравченко К. А., Тюрина И. О.- 2014. - № 6. – С. 9 – 11.

Д.Д. Роговая
М.М. Чикова
О.А. Заиченко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ЗНАЧЕНИЕ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье рассмотрена мотивация труда как необходимый элемент управления, который является инструментом для руководителя. Сущность мотивирования, основные теории и мотивационные модели, сложившиеся на данный момент в современных теориях управления. Рассматривается важность совершенствования управления персоналом предприятия. Задачей менеджмента является повышение эффективности производства за счет разумного применения творческих способностей человека, повышение уровня его квалификации, компетентности, ответственности, инициативы.

Ключевые слова: Мотивация, вознаграждение, стимулы, труд, предприятие, персонал, теории мотивации, принятие решений, потребность, компенсация, квалификация, поведение персонала.

Постановка проблемы. В наше время труд уже не является важной частью жизни людей и постепенно начинает преобразовываться в средство выживания. В данном случае невозможно не отметить ни о повышении квалификации сотрудников и процессе формировании их инициативы, ни о результативном и высокопроизводительном труде, ни о становлении значительной трудовой мотивации. В современном мире только различные стимулы и интересы побуждают общество быть задействованными в производстве. Руководитель должен обладать профессиональными навыками как в области педагогики, так и в сфере менеджмента. Для более успешной работы организации, глава кампании обязан понимать истинный смысл мотивирования. Важно уметь распознавать концепцию моральных и материальных поощрений для поддержки порядка на предприятии.

Цель. Целью является изучение мотивации труда персонала различных предприятий. Предметом исследования является трудовая мотивация работников.

Анализ последних исследований и публикаций. В настоящее время существует неопределенное количество обсуждений мотивации, которые обуславливают научную заинтересованность у зарубежных и отечественных профессоров. На данном этапе мы согласны с выводами А. Смита, что материальное вознаграждение является одним из самых значимых и влиятельных средств, необходимых для жизнедеятельности. Абрахам Маслоу считает, что существует целый ряд ярко выраженных требований, которые можно предопределить в небольшое количество групп, разместив их по иерархичности. Начальник, знающий степень требований своего подчиненного может предугадать, какой характер потребности будет преобладать у него в дальнейшем и сможет применить необходимый фактор мотивации, для поднятия производительности деятельности работника. Русский ученый - Уткин Э. А., определяет мотивацию труда, как желание сотрудника удовлетворить свои потребности, с помощью усиленной трудовой деятельности. Золотарев В.Г. исходит из того, что мотивация - это побуждение и повод к любому деянию, инициативное состояние индивидуума, которое стимулирует его для совершения действий.

Изложение основного материала. Для определения значимости мотивации труда в функционировании современных организаций, прежде всего, необходимо выяснить саму суть мотивации и основные теории. Мотивация – это процесс стимулирования и побуждения, как себя, так и других людей к действиям для достижения собственных и организационных целей. Она представляет собой фактор увеличения конкурентоспособности предприятий. Мотивация также является неотъемлемой частью социальной структуры, культуры и образа действий руководства и сотрудников. На современном этапе система управления персоналом вынуждена быть нацелена как на приобретение максимальных экономических достижений, так и на формирование возможностей каждого работника.

Существуют теории мотивации, которые помогают рассматривать факторы, оказывающие воздействие на мотивацию. Их предметом является сосредоточение на анализе потребностей и их действий на мотивацию. Для того, чтобы обозначить суть определения «мотивация» проведем анализ мнения ученых, которые исследовали различные вопросы мотивации.

Таблица – Мотивационные теории

Теория	Содержание и формулировка толкований
Теория классического научного менеджмента (Фредерик Тейлор, Фрэнк Гилбрет, Гарри Грант и др.)	Работники предприятия в полной мере причастны к труду, если денежное вознаграждение непосредственно имеет связь с окончанием выполненной ими работы. Материальное стимулирование – непревзойдённая основа высших производственных показателей.
Теории X и Y (Дуглас МакГрегор)	Говорят, не всем нравится работать «от рождения», поэтому их качественное выполнение работы будет зависеть от непрерывного надзора и принуждения (теория X). Другие, напротив, сами мотивируют для себя необходимость трудиться и обнаруживают внутреннее удовлетворение в работе, но только при надлежащих условиях (теория Y).
Теория Z (Уильям Оучи)	Условия для раскрытия возможностей и потенциала этих работников зависят от качества трудовой жизни, призыва к групповому принятию решений и заботы внутри организации.
Теория человеческих отношений (Фредерик Дж. Ретлисбергер, Элтон Мэйо, РенсисЛайкерт)	Самым основным фактором мотивации является руководитель. Он обязан показать сотруднику, что тот является частью коллектива и занимает в нем значительное место. При этом признается демократический стиль руководства.
Теория иерархии потребностей (Абрахам Маслоу)	Иерархия потребностей рассматривает пять уровней: 1) физические потребности; 2) потребности в безопасности (физиологические и экономические); 3) социальные потребности (принадлежность, необходимость в любви); 4) потребность в

	признании и уважении; 5) необходимость в самовыражении
Фактор «2» (Фредерик Герцберг)	Двухфакторная модель трудового мотивирования предоставляет две крупные категории: 1) факторы гигиены; 2) мотиваторы.
Теория заученных потребностей (Дэвид МакЛелланд)	Существуют три доминирующие потребности: 1) причастность; 2) власть; 3) успех. Усиление мотивации более качественной и производительной работы можно путем формирования порядка вознаграждения (рост по карьерной лестнице, определенное общественное признание и т. п.) и подогрев ожидания тем, что вознаграждение будет исходить из лучшей проделанной работы или примерного поведения.
Теория установки целей (Эдвин А. Локе)	Именно осознанные потребности сотрудника характеризуют его действия. Цель будет оказывать влияние на прилагаемые усилия и воздействовать на выбор поведения.
Теория изменения поведения, теория подкрепления (Беррес Фредерик Скиннер)	Поведение может поддаваться управлению, детализации и изменению только благодаря обусловленным преобразованиям в системе поощрений и наказаний.
Теория предпочтений, ожиданий VIE (Виктор Врум)	Мотивированное поведение сотрудника формулируется тремя факторами: 1) уверенность в том, что четкие действия приведут к необходимому результату; 2) уверенность в том, что точный результат приведет к существенной награде; 3) приемлемость и притягательность вознаграждения.
Теория справедливости, равенства или беспристрастности (Дж. Стейси Адамс)	Беспристрастность или справедливость, которую сотрудник предполагает встретить в рабочем коллективе является ведущим источником трудовой мотивации. Если связь «отдача — выход», которую получает работник (вознаграждение).

<p>Комплексная процессуальная теория мотивации (Лайман Портер, Эдвард Лоулер)</p>	<p>Это толкование содержит элементы теории справедливости и ожидания. Основывается на пяти переменных величинах: 1) затраченный труд; 2) ожидание и понимание; 3) нажитый результат; 4) вознаграждение; 5) степень удовлетворенности.</p>
<p>Теория «математического» ожидания (Джон Аткинсон, Н. Физер)</p>	<p>Мотивация сотрудника к выполнению определенного результата есть функция, элементами которой являются сила мотивации труда, субъективный шанс на успех и притягательность данной задачи (валентность).</p>
<p>Теория атрибуции (Фриц Хайдер)</p>	<p>Внешние и внутренние силы, восполняя друг друга, определяют поведение подчиненного. Теория атрибуции – это учение о том, как люди могут объяснить поведение других: причисляют ли они причины действий внутренним диспозициям человека или ситуациям, происходящим во внешней среде.</p>
<p>Теория Джона П. Кэмпбелла, Марвина Д. Даннетта, Эдварда Е. Лоулера и Карла Е. Уэйка</p>	<p>Мотивирующее влияние на общество оказывает описание того, насколько их потребности и ожидания убедительны, как их действия побуждают к достижению намеченной цели и каких результатов добились другие люди при схожих обстоятельствах.</p>

Любая теория имеет свою правду и несет определенный смысл. Но все же, руководству необходимо обратить существенное внимание на заслуженное вознаграждение подчиненных согласно их вкладыванию в коллективный рабочий процесс. Самой большой наградой для сотрудников будет являться оклад, денежное вознаграждение или повышение по карьерной лестнице. Однако управленцу также не следует забывать о факторе ожидания, так как людям будет казаться, что плоды их трудов не приведут к ожидаемым наградам, и само значение вознаграждения для них снизится. Поэтому в наше время существуют специальные психологические тренинги, которые поясняют сотрудникам, что не только материальные награды и сам труд является ценностью, внутренним поощрением, и необходимо умело совмещать экономические и моральные поощрения.

Мотиваторы по мнению Ильина Е. П. – это определенные факторы психологии, которые принимают участие в процессе мотивации. Он считает, что они при определенном пояснении шагов и действий становятся аргументами возложенных решений. Существуют такие категории: нравственное управление; предпочтительность (интерес, предрасположение); внешние условия; личные способности. В случае возникновения противоречий между разработанной структурой мотивации в организации и характеристиками поведения сотрудников, необходимо внести поправку в систему. Попытка принуждения мотивирования является малоэффективной. Само причастие к деятельности предприятия, принятие благодарности, памятных подарков и грамот, является очень важным ощущением для работников. Также организация может осуществлять конкурсы на общей основе по замещению вакантных мест. В свою очередь можно организовывать тренинги по повышению квалификации, что стимулирует деятельность подчиненных.

Различные надбавки, зарплата включаются в структуру материального стимулирования. Вознаграждение сотрудников за проделанный труд и ее конечные результаты называют платой за работу сотрудников. Поощрения и награды воздействуют на достижение необходимых результатов, и дают возможность увеличить уровень влияния системы оплаты в ходе деятельности производства. Моральными поощрениями являются единовременные компенсации. Для работников организации выделяют такие элементы мотивации: 1. Зарплата, как действительная оценка вкладывания сотрудника в результаты работы предприятия. 2. Структура внутриорганизационных льгот: эффективная выдача премий, страховка за счет учреждения, выплаты за стаж. 3. Проведение различных мероприятий, увеличивают притягательность и состав работы, ответственность и независимость сотрудников. 4. Ликвидация психологических, административных и статусных преград между подчиненными, выработка взаимопонимания и доверия в группе. 5. Вознаграждение сотрудников моральными стимулированиями. 6. Рост и повышение квалификации сотрудников по службе.

Общение с сотрудниками важное условие при увеличении эффективности производства. Информационный обмен о рабочих, составленный на основе анализа позитивных пониманий, увеличивает мотивирование. На практике мы знаем, что именно взаимопонимание и содействие коллектива способно увеличить качество работы, чего нельзя сказать о пренебрежении и отрицательной оценке. Необходимо учитывать, чтобы сотрудники умели и устремлялись оказывать поддержку и поощряли достижения друг друга. Когда коллектив увидит, за что открыто, вознаграждается определенный сотрудник, их мотивация стремительно увеличится. Если же, вы видите, что ни одна попытка поднять мотивацию человека не действует, и его работа приходится ему не по душе, необходимо выяснить советуется ли эта работа его квалификации. Попробуйте разложить

работу на максимально мелкие задания, устраняйте сомнения, четче изъясните объяснения, оказывайте необходимую помощь.

Вывод. Результативность экономических событий обуславливается их влиянием на отношение людей к работе. Данное положение нельзя сменить в законодательной системе, однако его можно приблизить, в случае оценивания определенного условия и учитывая все обстоятельства. Мотивация персонала представляет собой одно из ведущих направлений внутренней деятельности компаний, позволяющее развиваться и достигать успеха всей компании. Для этого необходимо удовлетворять как моральное, так и материальное компенсирование, которое должен создавать грамотный руководитель. Несмотря на то, что труд на современном этапе рассматривается, как инструмент дохода, денежная необходимость будет увеличиваться вплоть до конкретного предела, который зависит от жизненного уровня, после чего материальное положение станет обстоятельством психологического положения. В данном случае в качестве преобладающих потребностей станет надобность в творчестве. Для управленца немаловажно иметь способность распознавания нужд сотрудников. Потребности обычно склонны к изменениям, по этой причине невозможно полагаться на то, что мотивация, единожды имевшая успех, станет результативной в последующие разы. Личность постоянно формируется, само выражается и расширяет свои потенциалы.

Список литературы.

1. Журнал «Социально-экономические явления и процессы», статья «Проблема управления мотивацией труда в современных организациях», Труфанова Татьяна Анатольевна, Воеводина Анна Петровна.
2. Барабанов, В. Информатизация менеджмента качества / В. Барабанов, Е. Судов // Стандарты и качество. - 2005. - № 2.
3. Петров, Ю.В. Экономическая теория: учебник / Ю.В. Петров, А.В. Сидоров. СПб.: Астрель, 2010. – 381 с.
4. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации. 4-е изд., перераб. и доп. М., 2000.
5. Круглов М.Г., Г.М. Шишков. Менеджмент качества как он есть / М.Г. Круглов, Г.М. Шишков. - М.: Эксмо, 2006..
6. Поляков, Ю. А. История и политика: суждения В. О. Ключевского / Ю. А. Поляков, Н. В. Щербань // Российская история. – 2013. – № 2. – С. 137–155.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

Аннотация. Становление прогрессивного туризма почти во всем зависит от разработки и введения инновационных технологий, нацеленных на улучшение обслуживания клиентов и расширения сервисных туристских способностей. Необходимо ежедневно совершенствовать свою деятельность и быть на пульсе всех событий, чтобы обеспечить отдачу и доходность этой сферы услуг.

Статья содержит сведения о направлениях развития инновационной деятельности в области туристских услуг и их грамотном использовании на предприятиях в данной отрасли. Раскрываются основные инновационные разработки и технологии, их содержание и применения. Аспекты данной темы будут полезны для ознакомления сотрудникам туристской деятельности, учащимся средне-профессиональных и высших учебных заведений.

Ключевые слова: прогресс, туризм, инновации, технология, интернет.

Annotation. Progressive tourism establishing in almost everything depends on the development and introduction of innovative technologies aimed at improving customer service and expanding the service of tourist capacities. It is necessary to improve their daily activities and to be on the pulse of all the events, to ensure that the impact and profitability of the services.

This article contains information about the directions of development of innovative activity in the field of tourism services and their proper use in enterprises in the industry. Disclosed are the main innovations and technologies, their content and applications. Aspects of the topic would be useful to review the staff of tourist activity, students secondary professional and higher educational institutions.

Keywords: progress, tourism, innovation, technology, internet.

Инновация – это внедрение новых достижений науки и современного опыта в сферах жизнедеятельности, технологических процессов и управления. Й. Шумпетер ввел и стал применять данный термин и акцентировал внимание, что инновационная деятельность основана на смене функций производимого и базируется на применении новейших компонентов, внедрения их в процессы и формы организации [3, с. 5].

В современном обществе становление экономики напрямую зависит от инноваторских процессов. Инновации в туризме – это система нововведений, которая направлена на улучшения качества услуги, разработки и создания

проектов, способствующих повысить занятость населения, обеспечить рост его доходов.

Сейчас все инновационные процессы в современном туризме ориентированы на модернизирование уже имеющейся туруслуги, либо на создание абсолютно новой туристской концепции и осуществляется по 3 направлениям [1, с. 24]:

1. Введение организационных инноваций – внедрение нововведений в структуру фирмы, создание новой концепции форм управленческой работы и организации стойкого плацдарма для оптимального становления финансово-экономической работы компании.

2. Прогресс и формирование рекламных инноваций, которые сразу вызывают интерес и удовлетворяют потребности покупателя, заинтересуют возможных клиентов.

3. Изменение или создание потребительских параметров туристского продукта, которые в последствии дадут преимущества перед прямыми конкурентами.

Туристская индустрия считается активным сторонником современных технологий. Прогрессивные достижения в сфере телекоммуникаций и маркетинга создают новые возможности в сфере услуг, а появление новых технологий позволяет повышение прибыли от вложенных инвестиций.

Инновации туристской отрасли классифицируют на определенные группы по различным критериям [2, с. 48]. Приступить к воплощению новых идей и созданию новых направлений в туризме следует лишь после построение классификационной схемы признаков инноваций Рис. 1.

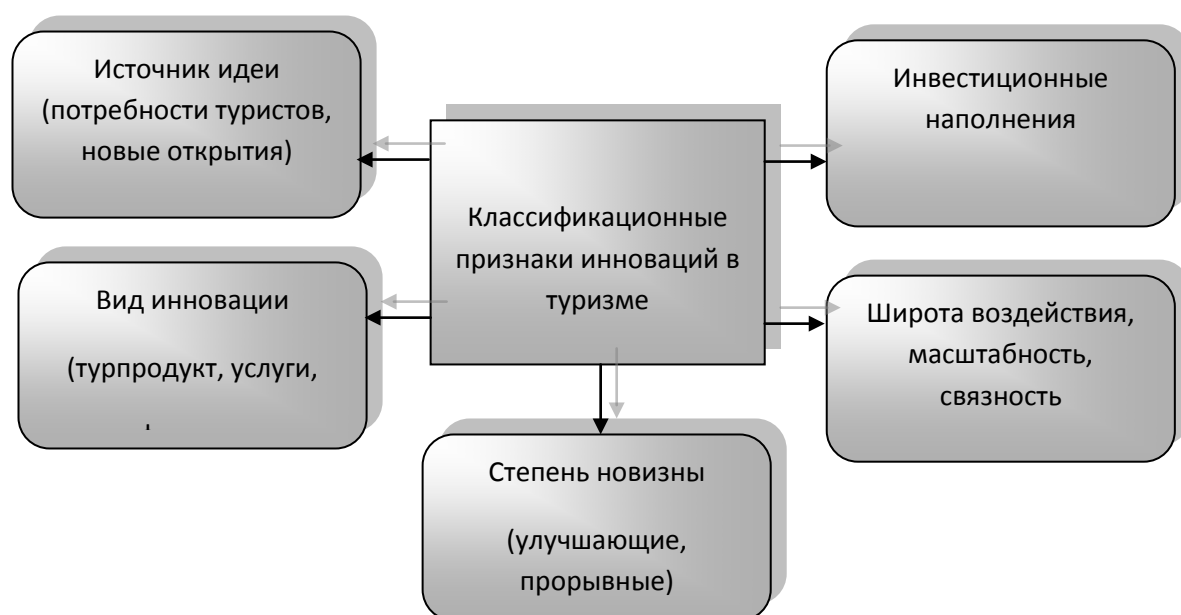


Рис. 1. Классификационная схема признаков инноваций в туризме

Инновационная деятельность в сфере туристских услуг имеет несколько направленностей. К примеру, создание нового вида туристского продукта, в состав которого входят путешествия, направленные на знакомство с различными аномальными явлениями по всему миру. Другой направленность является создание и постижение новых туристских ресурсов, средств транспорта и инфраструктуры (развитие космического туризма и путешествие туристов на космических кораблях), использование новейших концепций деятельности в области управления и рекламы, а также научно-технический прогресс, который способствовал ускорению и развитию техники и технологий. Именно использование новых технологий приносит значительный эффект для работы предприятий в туристской отрасли.

В национальных системах управления туристской деятельностью начали проходить инновационные процессы, включающие в себя электронную торговлю, онлайн бронирование, создание виртуальных турагентств. На сегодня пользуются популярностью в туристском секторе программы онлайн резервации и составления турпакетов. Возникновение такой программы создает условия ведения своей деятельности всем представителям рынка туристских услуг, как единому целому. Это позволяет агентству получать оперативную и достоверную информацию о ценах и количестве свободных мест в любой момент времени, а также иметь возможность следить за прохождением заказа на всех этапах его осуществления [4, с. 22]. В следствии всех этих особенностей возникают не стандартные бизнес-идеи, автоматизация и доступность информации.

Одной из таких инновационных услуг в туризме является посещение музея любой точки мира в онлайн режиме. Данная услуга является интересной для многих целевых групп, которые не выходя из дома могут посещать музеи и знакомиться с достижениями мировой культуры и искусства.

Достаточно новой инновацией в области туризма является каучсёрфинг. Если вам хочется посмотреть страну изнутри, понять и ощутить образ жизни местных жителей, научиться готовить национальные блюда или же просто подружиться с людьми из разных уголков планеты - то вам непременно надо попробовать себя в роли каучсёрфера. Данное направление предоставляет возможность путешествовать путем обмена жильем на определенное время в разных странах и городах или же принимать гостей у себя дома. Для этого нужно пройти простую регистрацию на сайте, это создает условия для организации новых поездок и увеличению туристских потоков.

В современном мире очень популярны различные гаджеты. Это способствует развитию различных интернет магазинов с программами и приложениями для них. Достаточно лишь выбрать нужную категорию

(туризм или путешествия). В данном разделе вы найдете различные GPS навигаторы и карты, схемы метро всех городов мира, сможете проложить необходимые маршруты при помощи современной навигации, арендовать автомобиль и даже скачать онлайн переводчик, для легкой коммуникации в чужом государстве [4, с. 23]. Это значительно упрощает общение между людьми не знающих одного языка или знающие его плохо.

Вывод. Подводя результаты вышесказанному, следует отметить, что инновационную стратегию необходимо проводить в зависимости от поставленных целей и задач с учетом потенциала и преимуществ перед конкурентами.

Туристская деятельность сталкивается с разнообразием форм и методов организации отдыха. Она основывается только на внедрении новых идей, совершенствования предоставления услуги на рынке сбыта. В туризме ежедневно внедряются инновации самого разнообразного характера под влиянием, как научно-технического прогресса, так и интеллектуального развития человечества.

Список использованной литературы

1. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: учеб. пособие. - СПб.: Герда, 2013. - С. 232.
2. Макаров А. Д., Серба С. В. Современные подходы к классификации инноваций // Вестник Национальной академии туризма, 2010. № 4 (16). С. 48-50.
3. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. Пособие для студ. высш. учеб. Заведений / В.С. Новиков. - М.: Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.
4. Резниченко Е.Н. Инновации в туристическом бизнесе // Возможности и перспективы туристического бизнеса. - М.: 2010. - С. 19-25.

В.А. Измайлова

*Колледж технологий и дизайна
ЛГУ имени Тараса Шевченко*

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрена сущность конкурентоспособности предприятия как объекта управления, раскрыты анализ и оценка конкурентоспособности предприятия, проведено исследование конкурентов и выявлены конкурентные преимущества предприятия.

Ключевые слова: конкуренты, конкурентоспособность, конкурентный анализ, оценка конкурентоспособности, стратегия конкурентов, конкурентная борьба, конкурентные преимущества.

В современном хозяйствовании центральное место занимает предприятие – первичное звено общественного разделения труда. Именно здесь создается национальный доход. Предприятие выступает как производитель и обеспечивает процесс воспроизводства на основе самокупаемости и самостоятельности.

Все предприятия и организации в большей или меньшей степени сталкиваются с такой проблемой, как конкуренция. Чтобы выжить в таких условиях, а также развиваться, необходимо анализировать сложившееся положение на рынке и принимать решения о проведении мероприятий по повышению конкурентоспособности.

Теоретические и методологические вопросы конкурентоспособности были заложены в работах классиков экономической теории: А. Смита, К. Маркса, А. Маршалла, Д. Риккардо, Дж. Робинсона, Дж. Кейнса, М. Портера, Г. Саймона и др. Различные аспекты конкурентоспособности освещены Г.Л. Азоевым, М.И. Гельвановским, Н.И. Герчиковой, А.П. Градовым, О.В. Куликовым и др.

В современных условиях успех функционирования предприятия на рынке определяется уровнем его конкурентоспособности. Конкурентоспособность – сложное и разностороннее понятие, включающее в себя такие составляющие деятельности предприятия, как товар (услуга) и его основные характеристики: качество, актуальность, технология производства, доступность для конечных потребителей [3].

Конкурентоспособность предприятия как объект управления представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов, направленных на обеспечение сильных конкурентных позиций, поддержание существующих и создание новых конкурентных преимуществ. Достижение высокого уровня конкурентоспособности является стратегической целью деятельности предприятия в условиях рынка. Конкурентоспособность побуждает к поиску выгодного решения хозяйственных задач, особенно производства, более качественной продукции или услуг и наиболее быстрой их реализации [1].

Конкурентоспособность полезна для общества: стимулирует рациональное использование материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов, заставляет производителей постоянно обновлять ассортимент, пристально следить за научно-техническими новинками и активно внедрять их в производство. Вместе с тем, конкурентоспособность имеет и отрицательные черты: одна из причин безработицы; прямо или косвенно влияет на неравномерное распределение доходов между различными группами населения; приводит к разорению мелких товаропроизводителей; способствует концентрации производства, отсюда – значительное обогащение крупных собственников; может породить монополию со всеми ее негативными последствиями [8].

Конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, не только включает качественные и ценовые параметры промышленной

продукции, но и зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющей его деятельности. Кроме того, на конкурентоспособность оказывают влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащенность, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация персонала, финансовая устойчивость [7].

Анализ деятельности предприятия по повышению его конкурентоспособности предполагает оценку достигнутого уровня использования имеющегося потенциала (организационного, научно-технического, производственно-технологического, социального, финансово-экономического), общих результатов хозяйственной деятельности, финансовых результатов и платежеспособности, эффективности производственной деятельности. Следует подчеркнуть, что анализ конкурентоспособности предприятия имеет много общего с анализом его хозяйственной деятельности. Дело в том, что при анализе конкурентоспособности невозможно обойтись без многих показателей, используемых при проведении анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Вместе с тем анализ конкурентоспособности имеет свои специфические черты и задачи:

- во-первых, оценка конкурентоспособности, т. е. определение показателей конкурентоспособности предприятия, является исходным моментом для организации всей производственно-хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики;

- во-вторых, изучение конкурентоспособности должно вестись непрерывно и систематически, на всех стадиях жизненного цикла товара. Такой подход позволяет своевременно принимать решения об оптимальных изменениях товарного ассортимента, необходимости поиска новых рынков или новых рыночных ниш, расширении и создании новых производственных мощностей, разработке новых либо модернизации выпускаемых товаров;

- в-третьих, оценка уровня конкурентоспособности предприятия вызывает необходимость использовать целый ряд показателей, без анализа которых невозможно обойтись при общей оценке производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Эти показатели, прежде всего, свидетельствуют о степени устойчивости положения предприятия, способности выпускать продукцию, пользующуюся спросом у потребителей и обеспечивающую ему стабильную прибыль [7].

Проблема оценки конкурентоспособности предприятия является сложной и комплексной, поскольку конкурентоспособность складывается из множества самых разных факторов. Однако эта оценка необходима предприятию для осуществления ряда мероприятий, таких как: выработка основных направлений по созданию и изготовлению продукции, пользующейся спросом; оценка перспективы продажи конкретных видов

изделий и формирование номенклатуры; установление цен на продукцию и т. д. В настоящее время методология и методика проведения оценки не являются достаточно разработанными [3].

Оценка конкурентоспособности предприятия осуществляется посредством выявления его конкурентных преимуществ, что достигается с помощью проведения конкурентного анализа. Конкурентный анализ проходит в 3 этапа:

- мониторинг факторов конкурентной среды и оценка привлекательности рынка;
- исследование конкурентов;
- оценка конкурентоспособности предприятия и выявление его конкурентных преимуществ.

Мониторинг конкурентной среды охватывает: уровень "входного барьера" в отрасли; интенсивность конкуренции на рынке; силу воздействия покупателей и поставщиков, а также товары-заменители [1].

Исследование конкурентов включает:

- идентификацию основных конкурентов;
- оценку основных характеристик конкурентов;
- определение "ключевых факторов успеха"

Идентификация основных конкурентов предполагает: выявление конкурентов; определение основных конкурентов и уровня, который они занимают в конкурентной борьбе; анализ реакций конкурентов на изменение рыночной ситуации. Таким образом, возникает необходимость в информации о деятельности предприятий-конкурентов. Сбор информации и оценка деятельности конкурентов проводится с целью выявления возможности повышения конкурентоспособности своего предприятия.

Сбором, анализом информации и оценкой деятельности конкурентов занимаются специализированные подразделения (специалисты) предприятий. Это может быть отдел информации, служба маркетинга, которые формируют систему сбора и обработки информации о предприятиях-конкурентах. Собранная информация о конкуренте отражается в его учетной карточке.

Учетная карточка должна быть носителем оперативной информации и все изменения систематически заносятся в карточку учета предприятий-конкурентов. В совокупности учетные карточки составляют банки данных предприятий о конкурентах [6]. На основе изучения банка данных определяются основные конкуренты.

После выявления основных конкурентов осуществляется определение их уровня в конкурентной борьбе (лидер, известные претенденты на лидерство или новички), для чего нужно рассчитать их рыночную долю.

$$P. д = \frac{\text{объем продажи товаров фирмы}}{\text{объем продажи товаров на товарном рынке}}$$

где P.д – рыночная доля [5].

Для оценки основных характеристик конкурентов нужно провести исследование их стратегий, целей и выявить сильные и слабые стороны.

Исследование стратегий предполагает выявление их соответствия целям предприятия в зависимости от цели конкурентной позиции, занимаемой на рынке:

- стратегия "лидера" должна обеспечить первенство в изменении цен, введении на рынок новой продукции;
- стратегия "ведомого" должна обеспечить прохождение за лидером без стремления достичь положения лидера;
- стратегия "претендентов" на лидерство предполагает стремление предприятий стать лидерами, при этом они должны атаковать значительную часть рынка, занимаемую лидером, обновляя при этом товар, широко рекламируя свои товары, осуществляя гибкое ценообразование;
- стратегия "новичков" на рынке предусматривает поиск своеобразной ниши, которая прибыльна для предприятия и не вызывает заинтересованности большинства конкурентов [2, с. 275-276].

Оценка сильных и слабых сторон конкурентов охватывает:

- определение финансово-экономического положения;
- выявление факторов конкуренции, которым отдается преимущество (конкурентоспособность товаров, упаковка, реклама, цена и т.д.); определение «ключевых факторов успеха» - это факторы, формирующие конкурентные преимущества предприятия.

При этом исследуется практика предприятий-конкурентов в рекламе и стимулировании сбыта; обнаруживаются привлекательные стороны упаковки товаров конкурентов; изучается сервис в гарантийный и послегарантийный период; определяется система сбыта, которая используется конкурентом; изучается система распределения предприятий-конкурентов и их политика в отношении наименований (товарных марок) товаров и т.д. [8].

Вследствие изучения сбыта и анализа информации о конкурентах составляется отчет, из которого можно определить не только сильные и слабые стороны, но и "ключевые факторы успеха" каждого конкурента.

"Ключевыми факторами успеха" могут быть:

- "рыночная ниша" (т. е. неудовлетворенные потребности покупателей существующими производителями);
- изменения в сбытовой сети;
- изменения в политике выбора системы, которая производит товары.

Задача состоит в том, чтобы найти незанятую еще "нишу" на рынке, куда можно проникнуть, сформировать, по сути, свой рынок и добиваться успеха.

При этом самое главное - создать возможности выбора потребителю, предложить ему то, чего на рынке к этому времени еще не было [2, 277-278].

Конкурентоспособность предприятия находится в прямой зависимости от конкурентоспособности его продукции. Чем выше конкурентоспособность продукции, тем выше на нее спрос, тем больший экономический эффект получает предприятие.

Конкурентоспособность (КСП) товара – это совокупность стоимостных и потребительских характеристик товара, обеспечивающих удовлетворение потребностей покупателей лучше, чем конкуренты. Таким образом, КСП товара понятие относительное. Во-первых, потому что ее можно определить только с помощью сравнения с товаром-аналогом. Во-вторых, каждый покупатель имеет индивидуальный критерий оценки, который соотносится с конкретным рынком и временем продажи [4].

Для оценки конкурентоспособности предприятия и его конкурентов используются как количественные, так и качественные показатели. К количественным показателям относятся:

- прибыль "масса, норма";
- объем продаж в стоимостном и количественном выражении;
- сумма прибыли на один рубль к объему продаж;
- отношение объема продаж к стоимости материально-технических запасов;
- доля стоимости нереализованной продукции в материально-технических запасах;
- отношение объема продаж к стоимости нереализованной продукции;
- загрузка производственных мощностей;
- "портфель заказов" (объем заказов, количество заказчиков);
- объем и направление капиталовложений [2, с. 279-280].

В соответствии со шкалой экспертных оценок по каждому количественному показателю определяется соответствующая сумма баллов.

К качественным показателям относятся: широта ассортимента, дополнительные услуги, качество обслуживания, упаковка, уровень сервиса, имидж предприятия и тому подобное.

С целью получения итоговой балльной оценки по всем количественным и качественным показателям конкурентоспособности предприятия и его основного конкурента, составляется «профиль деятельности», где отображается балльная оценка по всем показателям и на основе которого разрабатывается «профиль полярности» или «карта сильных и слабых сторон». Для его разработки необходимо, руководствуясь данными «профиля деятельности» сделать вычитание по оценке каждого показателя (и количественного, и качественного) исследуемого предприятия, оценку соответствующего показателя конкурента и разницу отразить в «профили полярности». «Профиль полярности» наглядно показывает сильные и слабые стороны предприятия и его основного конкурента. Зона в пределах от -2 до +2 является зоной приблизительного равенства. После анализа сильных и слабых сторон выявляются конкурентные преимущества предприятия [2, с. 281-282].

Таким образом, успешность деятельности предприятия обуславливается способностью предложить товары и услуги, наиболее соответствующие нуждам рынка и потребителя. Поэтому так важно пристальное внимание уделять такому многозначительному аспекту предприятия, как конкурентоспособность.

Изучив методы оценки конкурентоспособности предприятия можно сделать выводы, что при анализе конкурентоспособности невозможно обойтись без многих показателей, используемых при проведении анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Для оценки конкурентоспособности предприятия и его конкурентов используются как количественные, так и качественные показатели. Лишь выявив слабые и сильные стороны конкурентов, можно правильно оценить их потенциал, цели и стратегии, что позволит в будущем стратегически точно сконцентрировать внимание на том направлении, где конкурент слабее. И это будет верный путь к расширению своих собственных преимуществ в конкурентной борьбе.

Список используемых источников и литературы

1. Антипов Ю. Инновационная деятельность как фактор конкурентоспособности фирмы // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2009. - № 3 (89). - с. 212-221.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: Центр литературы, 2012 – 612 с.
3. Войчак А.В. Маркетингові дослідження [Электронный ресурс]: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2001. - 119 с. – Режим доступа: <http://ubooks.com.ua/books/000111/inx.php>
4. Воронов А.А. Моделирование конкурентоспособности продукции // Стандарты и качество. – 2004. - N 11. - с. 44-47.
5. Демченко А.О. Роль технологических инноваций в стратегии развития предприятия // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. - 2010. - № 2. - с. 93-96.
6. Клочков В.В. Организационно-экономический анализ конкурентоспособности отечественных производителей // Технология производства. – 2004. - № 6. - с. 74-78.
7. Криворотов В.В. Конкурентоспособность предприятия: источники формирования, оценка, пути повышения. - Екатеринбург: ИЭ УрО РАН, 2004. - 77 с.
8. Телетов О.С. Маркетингові дослідження: [навчальний посібник для ВНЗ] / О.С. Телетов – Київ: Знання України, 2010. - 299 с.

К.А. Тактарова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

МЕНЕДЖМЕНТ АНИМАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ В ТУРИЗМЕ

Аннотация. В статье охарактеризованы структурные подразделения, состав и требования к персоналу анимационной службы, выделены функции анимационного менеджмента, раскрыты технологические особенности организации и предоставления анимационных услуг.

Ключевые слова: аниматор, анимационная служба, анимационный менеджмент, функции анимационной деятельности, анимация в туризме.

С развитием рынка услуг и повышением требований потребителей, возрастает роль анимационной деятельности как способа повышения качества и привлекательности турпродукта. Современная специфика работы предприятий туристской сферы в процессе организации анимационной деятельности требует учитывать предпочтения клиентов различных социально-возрастных групп, с разными интересами и ожиданиями от туризма. По мере формирования рынка и повышения требований потребителей к уровню качества получаемых туристских услуг, растет и роль анимационного сопровождения как метода повышения качества и востребованности туристского продукта. Особенность современной работы туристских предприятий состоит в необходимости организации анимационной деятельности, а также требует ориентироваться на предпочтения клиентов разных социально-возрастных категорий, с различными вкусами и развлекательными потребностями. Необходимость учитывать широкий спектр пожеланий туристов, организовывать анимационную деятельность максимально интересно и насыщенно привлекает внимание к проблеме управления анимационной деятельностью.

Анимационная служба представляет собой систему взаимодействия персонала с целью создания анимационных программ и образов, и их дальнейшей реализацией. Аниматоры – непосредственные исполнители анимационных программ и мероприятий.

Всего в служебной лестнице анимационной службы возможны 3 основные ступени:

– младший персонал анимационной службы – аниматоры – исполнители;

– организаторы анимационных программ и мероприятий: аниматор-организатор, методист-аниматор (хореограф, инструкторы, тренеры);

– менеджер по анимации [2, с. 35].

Главный в системе анимации – менеджер по анимации. Он подчиняется непосредственно генеральному менеджеру. Как специалист широкого профиля, менеджер анимационной деятельности призван выявлять, удовлетворять и развивать социально-культурные интересы разных групп населения, разрабатывать целевые анимационные программы и социальные технологии их осуществления, стимулировать инновационные движения в сфере развлечения, управлять экономическими механизмами организации анимационной деятельности, внедрять эффективные педагогические методики развития культурно-эстетического творчества [1, с. 68].

Менеджер-аниматор должен знать психолого-педагогические основы управления временным коллективом, отличающимся по возрасту, составу, образованию, социальному положению, уметь влиять на мнение окружающих и быть лидером.

Важное значение имеет склонность к лидерству, а именно: умение проявлять инициативу, привлекать и направлять внимание других, предлагать им решение, способность разговаривать на языке своих сторонников.

Менеджеры-аниматоры должны обладать высокими деловыми качествами, глубокими знаниями психологии людей, практическими навыками работы в условиях четко отлаженного механизма.

Менеджеру по анимации подчиняются:

– методист-аниматор, который занимается подготовкой сценариев и постановкой шоу, разработкой костюмов и проведением репетиций;

– организатор-аниматор, который обеспечивает организацию процесса анимационной деятельности всем необходимым.

– аниматор – тот же артист, и вся его деятельность требует постоянной самоотдачи – ежедневно, ежеминутно, на протяжении пятнадцати и более часов в сутки. Не всякий может выдержать столь активный и бурный ритм, поэтому так важно хорошо организовать работу аниматоров [4, с. 58].

Вместе с аниматорами работают певцы, профессиональные танцоры и музыканты, которых часто специально на вечер приглашает и оплачивает администрация гостиницы.

Обычно люди, работающие аниматорами, по образованию педагоги, психологи или артисты. Но такое образование играет не самую главную роль. В любом случае, прежде чем начать работу в качестве аниматора в гостинице, на курорте, в санатории молодым людям предлагают пройти «школу аниматоров» [5, с. 167].

Чтобы качественно выполнять свою работу аниматоры должны владеть целым рядом дисциплин: психология, актерское мастерство, хореография, методика социокультурной деятельности, экскурсоведение, игротехника (игровые практикумы), сценография (аниматоры прописывают программы сами). В школе аниматоров всему этому обучают год. В дальнейшем аниматоры также могут проходить постоянное повышение квалификации [3, с. 75].

Каждый аниматор выбирает то, что ему нравится: кто – то любит проводить экскурсии, кому-то организатор спортивных состязаний, кто-то прекрасно ведет развлекательные вечерние программы. Так определяются специализации аниматоров. Обычно работает группа аниматоров – 4-6 человек.

Анимационный менеджмент имеет свою направленность, которая выражается в специфическом предмете труда, являющимся деятельностью управляемых анимационных систем и служб; специфическим орудием труда является анимационная программа, результатом которой является удовлетворенность отдыхающих проведенным досугом [8, с. 333].

Существует несколько структурных подразделений, в которых у каждого организатора свое поле деятельности:

- организатор спортивно-оздоровительной деятельности отвечает за утреннюю гимнастику, занятия аэробикой, занятия в бассейнах и на море, подвижные игры, спортивные соревнования и праздники;
- организатор развлекательных программ занимается разработкой сценариев, подготовкой и проведением всевозможных культурно-развлекательных мероприятий;
- организатор работы с детьми занимается детскими мероприятиями;
- организатор туристско-экскурсионной работы комплектует группы для экскурсий, подбирает экскурсоводов и др.

Управляемой подсистемой являются туристы и состояние их здоровья, а также исполнительный персонал анимационной, технической и других служб, участвующий в процессе анимационного обслуживания [7, с. 200].

Анимационный менеджмент как один из видов специализированного менеджмента осуществляется по средствам выполнения взаимосвязанных и взаимопроникающих во времени функций планирования, организации, мотивации и контроля анимационной деятельности, которые организуются при решении определенных задач (рис. 1) [6, с. 99].

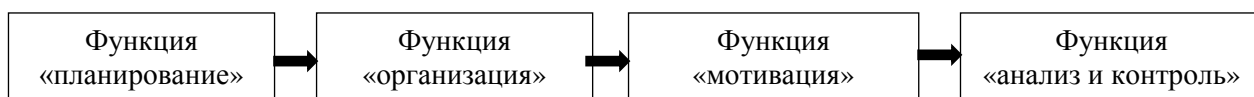


Рис. 1. Функции анимационного менеджмента

Функция «планирование»:

- разработка анимационной стратегии и концепции гостиницы, согласованной с маркетинговой стратегией;
- разработка типовых анимационных программ и методик их адаптации к определенным группам и отдельным туристам;
- анализ факторов, влияющих на полноту и эффективность осуществления анимационного менеджмента и конъюнктуры гостиничного рынка района, региона, страны;
- участие и формирование ценовой политики с учетом комплекса вопросов анимационных услуг и анимационного менеджмента гостиницы;
- долгосрочное и краткосрочное планирование анимационной деятельности гостиницы, включение мероприятий по совершенствованию анимационной деятельности в его бюджет и бизнес-план.

Функция «организация»:

- организация и управление отношениями гостиницы во внешней среде по вопросам анимационного менеджмента;
- оптимизация использования ресурсов гостиницы при выполнении целей и задач анимационного менеджмента;
- формирование эффективной организационной структуры анимационного менеджмента гостиницы, подбор, расстановка, подготовка, воспитание кадров, специалистов разного уровня квалификации для анимационного обслуживания;
- организация взаимодействия с другими службами по вопросам анимационного обслуживания: с технической службой (по вопросам эксплуатации технических анимационных установок, систем, сооружений), со службой приема и размещения, с финансовой службой (по вопросам финансов), а также с транспортной, туристско-экскурсионной, вспомогательной и другими службами, с которыми необходимо сотрудничать в процессе анимационного обслуживания;
- разработка инвестиционной политики по вопросам реализации анимационной концепции (проводится совместно со службами финансового менеджмента), участие в формировании инвестиционного портфеля по данному вопросу;
- риск – менеджмент – разработка путей снижения анимационных рисков и организация системы мероприятий по их профилактике и минимизации.

Функция «мотивация»:

- творческая работа по развитию личности сотрудников анимационной службы, их способности к внутренней мотивации совершенствования анимационного мастерства;
- разработка способов внешней мотивации аниматорского труда, морального и материального поощрения за его профессионализм и результаты; формирование принципов заинтересованности; определение

параметров удовлетворенности трудом по анимационному обслуживанию туристов;

- превращение любого работника гостиницы в частного сопредпринимателя, морально и материально заинтересованного в результатах не только анимационной деятельности, но и комплекса в целом;
- повышение квалификации и профессионального роста кадров, создание и поддержка престижа анимационной и гостиничной деятельности;
- создание благоприятных условий для самореализации человека в деле, который руководствуется высокими мотивами, гуманистическими и эстетическими ценностями.

Функция «анализ и контроль»:

- анализ анимационной деятельности гостиницы и представление его показателей, включая и экономические, высшему управленческому звену в любой момент времени для оперативного и стратегического управления;
- корректировка концепции, тактических целей, анимационных программ и методик в соответствии с реальными обстоятельствами и результатами деятельности и анализа;
- корректировка планов и проектов гостиницы и ее подразделений с точки зрения анимационного обслуживания туристов;
- контроль исполнения управленческих решений в рамках анимационного менеджмента; контроль технической и других служб гостиницы в вопросах эксплуатации анимационных технических средств [4, с. 88].

Таким образом, были выделены особенности анимационного менеджмента как деятельности анимационных систем и служб с целью удовлетворенности отдыхающих проведенным досугом за счет использования различных анимационных программ. Управление анимационной службой обычно осуществляется генеральным менеджером, а в службу анимационного менеджмента может входить менеджер по анимации, организаторы анимационных программ и мероприятий (спортивно-оздоровительной деятельности, развлекательных программ, работы с детьми, туристско-экскурсионной работы), младший анимационный персонал. В анимационном менеджменте реализовываются функции планирования, организации, мотивации, анализа и контроля анимационной деятельности, раскрывающие особенности организации и предоставления анимационных услуг.

Список используемых источников и литературы:

1. Аносов А. М. Легко на сердце: роль, значение и технология культурно-досугового (анимационного) сервиса в местах туристского размещения / А. М. Аносов // Рос. предпринимательство. – 2007. – № 2. – С. 68.
2. Булыгина И. И. Туранимация как метод и форма социальной активности личности / И. И. Булыгина // Актуальные

3. проблемы туризма'09. – М. : РМАТ, 2009. – 73 с.
4. Жарков А. Д. Культурно-досуговая деятельность как общественный феномен / А. Д. Жарков // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2010. – № 2. – С. 72–79.
5. Жданова Е. И. Менеджмент шоу-бизнеса и анимации/ Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. – М., 1997. – 193 с.
6. Маркова А. К. Психология профессионализма / А. К. Маркова. – М., 1996. – 268 с.
7. Стальная В. А. Индустрия развлечений: тенденции развития / В. А. Стальная // Маркетинг, 2009. – № 4. – 104 с.
8. Третьякова Т. Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов / Т. Н. Третьякова. – М. : Академия, 2008. – 270 с.
9. Уокер Д. Введение в гостеприимство / Д. Уокер. – М.: Издательское объединение "ЮНИТИ", 1999. – 357 с.

Б.Ю. Ямщикова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПРОБЛЕМАТИКА РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПЦИИ ОПТИМАЛЬНОГО СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ СТРАН СНГ

В статье рассмотрена актуальная проблематика разработки концепции оптимального стиля управления для менеджеров стран СНГ. Автором выделены методические рекомендации относительно разработки оптимального стиля управления для стран СНГ путем адаптации авторитарного стиля под современные условия.

Ключевые слова: стиль управления; менеджер; страны СНГ; модель поведения; мотивация; менталитет

Управление персоналом является основной задачей менеджера. От эффективности ее выполнения зависит уровень успешности организации. Наиболее широко методы управления персоналом представлены в работах западных экономистов, которые имеют вековую историю исследований в этой области.

Однако, пытаясь применить иностранные разработки относительно управления в русскоязычных странах, руководители сталкиваются с серьезными проблемами. Основная причина неприятия иностранных моделей управления персоналом - отличие в модели поведения, менталитете. В связи с этим большой интерес представляет модель поведения руководителя с подчиненными эффективная для славянского менталитета.

В теории человеческих взаимоотношений Дейла Карнеги одним из тезисов является восприятие системы ценностей другого человека. Сумев

понравиться собеседнику, вы сможете управлять им. Для этого Карнеги советовал применять следующее:

- Не критиковать подчиненных;
- Скрывать от собеседника вашу заинтересованность, лоббируя при разговоре его интересами;
- Говорить собеседнику то, что он желает услышать от вас.

В западных странах многие бизнесмены и руководители добивались успехов, применяя его приемы и советы на практике. Ярким примером является Уоррен Эдвард Баффетт — американский предприниматель, крупнейший в мире и один из наиболее известных инвесторов, состояние которого на 1 марта 2015 года оценивается в 72,7 млрд. долл. США, а также небезызвестный Генри Форд. Каков же результат в странах СНГ? Да, руководителям порой удается добиться желаемого результата, однако от применения подобных техник можно увидеть следующие негативные последствия:

- Руководитель теряет свои лидерские качества, подстраивая свои действия под интересы подчиненных. В итоге уже не он диктует условия, а подчиненные.

- Руководитель теряет доверие сотрудников, ведь так или иначе не всегда получится приходиться к компромиссу с подчиненными. Заслужив авторитет человека, постоянно идущего на компромиссы, будет трудно принимать жесткие и уверенные решения;

- Любой собеседник рано или поздно начнет задумываться о ваших скрытых мотивах, и вы потеряете его доверие. Человеку нашей ментальности присуще быть весьма скептическим и недоверчивым.

Использование демократического и либерального стиля управления также является очень популярным в западных странах, однако не оправданно для славянского менталитета. Большинство руководителей стран СНГ это понимают и прибегают к автократическому стилю управления, но, к сожалению, неумело руководствуясь данным стилем, допускают порой непоправимые ошибки. Для того чтобы выяснить причины ошибок, разберем известную классификацию стилей руководителя согласно теории Лайкерта. Да, в большинстве случаев у руководителей не бывает «чистого» стиля управления, однако преобладание того или иного стиля заметно сказывается на эффективности работы руководителя:

1) Эксплуататорско-авторитарный: руководитель имеет четкие характеристики автократа, не доверяет подчиненным, редко привлекает их к принятию решений, а задачи формирует сам. Основной стимул — страх и угроза наказания, вознаграждения случайны, взаимодействие строится на взаимном недоверии. Формальная и неформальная организация находятся в противоборстве. Результат: недоверие подчиненных, низкий уровень мотивации, высокий уровень текучести кадров.

2) Патерналистски-авторитарный: руководитель благосклонно позволяет подчиненным принимать ограниченное участие в принятии

решений. Вознаграждение действительное, а наказание — потенциальное, и то, и другое используется для мотивации работников. Неформальная организация отчасти противостоит формальной структуре. Данный стиль, пожалуй, для стран СНГ является наиболее оптимальным из перечисленных. Руководитель большинство решений принимает сам, но при этом работники чувствуют долю своего участия в принятии решений.

3) Консультативный: руководитель принимает стратегические решения и, проявляя доверие, тактические решения делегирует подчиненным. Ограниченное включение работников в процесс принятия решений используется для мотивации. Неформальная организация не совпадает с формальной структурой лишь частично. Используя данный стиль руководства, менеджер теряет авторитет, лидерские качества, способность самостоятельно анализировать и принимать решения, так как снижается чувство ответственности.

4) Демократический стиль руководства характеризуется полным доверием, основан на широком привлечении персонала к управлению организацией. Процесс принятия решений рассредоточен по всем уровням, хотя и интегрирован. Поток коммуникаций идет не только в вертикальных направлениях, но и по горизонтали. Формальная и неформальная организации взаимодействуют конструктивно – вот что изложено в теории. На практике же подобный руководитель становится полностью некомпетентным в большинстве вопросов и от него практически ничего не зависит. Большинство решений принимаются неформальными лидерами организации. [1, с 40]

На чем же основывается мнение, что для наших территорий наиболее эффективным является модель поведения руководителя, в которой преобладает авторитарный стиль?

В 1960 году Дуглас Макгрегор опубликовал свою точку зрения на биполярность мнений о том, как надо управлять людьми. "Теория X" и "Теория Y", представленные в книге "Человеческая сторона предприятия", завоевали широкое признание у менеджеров. Тезисно она выглядит так :

Теория X

1. Человек изначально не любит работать и будет избегать работы.
2. Человека следует принуждать, контролировать, угрожать наказанием для достижения целей организации.
3. Средний человек предпочитает, чтобы им руководили, он избегает ответственности.

Теория Y

1. Работа так же естественна, как игра для ребенка.
2. Человек может осуществлять самоуправление и самоконтроль. Награда — результат, связанный с достижением цели.
3. Средний человек стремится к ответственности. [2, с 290]

Обычно в условиях современных предприятий СНГ наблюдается преобладание теории «X». Следовательно, за основу должен быть взят

авторитарный стиль управления - так уж сложилось исторически, что для нашего менталитета он является наиболее эффективным, так как подразумевает больше контроля. При демократическом и либеральном стиле руководители более низкого уровня будут каждый действовать больше в своих интересах, чем в интересах организации в целом, руководитель будет терять свои лидерские качества. Использование демократического и либерального стиля могут привести к злоупотреблению работниками их полномочиями и краху производства. Однако необходимо усовершенствовать существующую модель автократического стиля, так как игнорирование социально-психологических факторов приведет к снижению мотивации работников, а как следствие и снижение КПД. А ведь мотивирующая функция является одной из самых важных для менеджера. Ниже приведена таблица с рекомендациями по адаптации автократического стиля управления:

Таблица 1 – Рекомендации по адаптации автократического стиля управления

Элемент поведения:	Чистый автократический стиль управления	Поправки, которые необходимы для повышения эффективности:
Относительно полномочий :	Руководитель сосредотачивает полномочия у себя;	Руководитель сосредотачивает большую часть полномочий у себя, однако некоторую их часть делегирует подчиненным . Данное изменение повысит уровень ответственности среди подчиненных, даст им почувствовать в большей мере свою роль в организации
Организация выработки решений по управлению коллективом:	Принимает и отменяет решения единолично;	Интересуется мнением подчиненных, когда в этом есть необходимость, однако конечное право выбора оставляет за собой. В данном случае руководитель по прежнему чувствует свою ответственность за принятое решение , однако не ограничивает инициативу подчиненных. Иногда именно подчиненный работник видит всю специфику проблемы и может предложить оптимальное решение. Одной из задач руководителя является

		именно мотивация работников к генерированию новых идей и решений.
Состояние контактов с подчиненными	Сознательно ограничивает общение и держится с ними на расстоянии;	Старается быть как формальным, так и неформальным лидером организации, однако не допускает панибратского отношения
Осуществление контроля деятельности и подчиненных:	Постоянно и жестко контролирует работу подчиненных, причем в процессе контроля вмешивается в их деятельность;	Контролирует регулярно, но не вмешивается в их работу, отмечает успехи исполнителей, если этого не требуют обстоятельства .
Поведение при недостатке знаний:	Решает лично даже те вопросы, с которыми недостаточно знаком	Привлекает подчиненных, что естественно более эффективно. Постоянно учится и требует того же от подчиненных
Позиция относительно самостоятельности подчиненных:	Навязывает им свое мнение ;	Заинтересован в совместной работе, старается укрепить корпоративный дух, всячески поощряет инициативу со стороны работников ;
Способы поддержания трудовой дисциплины :	Требует формального соблюдения дисциплины и подчинения;	Поддерживает дисциплину преимущественно методами убеждения. Руководитель должен стремиться к тому, чтобы работники сами стремились придерживаться дисциплины для повышения КПД . Цель менеджера – умело мотивировать к этому подчиненных ;
Восприятие критики со стороны подчиненных:	Не скрывает своего отрицательного отношения к критике;	На критику не обижается и старается использовать ее для улучшения обстановки в коллективе ,однако не допускает панибратского отношения;
Ближайшее	Заместители и	Старается окружить себя

окружение:	помощники подчиняются руководителю безоговорочно ,однако при этом имеют низкую степень ответственности , мотивации ,как следствие их квалификация и компетентность снижается.	квалифицированными специалистами ;
Соотношение решения производственных и социально-психологических задач:	Интересуется только производственными достижениями, независимо от настроения подчиненных;	Решая производственные задачи, старается создавать хорошие отношения и за счет этого также повысить эффективность работы предприятия ;
Психологический такт в общении:	Проявляет временами нетактичность и даже грубость;	Общается вежливо и доброжелательно , однако достаточно сдержано ;
Способы мотивации:	Считает наказание основным методом стимулирования, поощряет избранных только по праздникам;	Постоянно использует разные стимулы , имеет разработанную систему мотивации при помощи наказаний и поощрений;

Руководителю трудно выработать стиль руководства, удовлетворяющий всех членов подчиненного ему коллектива. К тому же одни и те же приемы воздействий на подчиненных могут получить у руководителя и подчиненных совершенно разные оценки.

Стиль работы руководителя во многих отношениях складывается подсознательно и постепенно, пока не сформируется определенная совокупность приемов общения с подчиненными и воздействия на них. Характер таких приемов соответствует личности руководителя и позволяет находить успешное решение задач управления коллективом.

Но это не значит, что стиль руководства непременно формируется стихийно. Каждый руководитель располагает возможностями добиваться этого целенаправленно.

Перед применением зарубежных разработок необходимо адаптировать их соответственно окружающим факторам. Использование шаблонов может привести вас к неожиданным и нежелательным результатам .

ВЫВОДЫ

Любая методика, является идеальной лишь для ее автора в конкретное

время и в конкретном месте. Она требует адаптации под новые условия и ни в коем случае шаблонов не даст вам того же результата. От стиля управления менеджера зависят все процессы в организации и поэтому в данном вопросе необходим наиболее серьезный подход. Так как корпоративная этика в странах СНГ лишь только развивается и среднестатистическая модель поведения работника склоняется к теории Х (по Д.Макгрегору), то естественным является вывод о том, что сотрудникам на данных территориях необходим постоянный контроль, который возможен только при использовании менеджером автократического стиля управления. Однако и здесь необходимы поправки, которые бы адаптировали данный стиль под современные окружающие факторы. Менеджер автократического стиля должен опираться не на свое собственное эго (как весьма часто происходит), а на интересы организации.

Литература

1. Гостенина В.И Социология управления. Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. - СПб.: Питер,2013-368
2. Друкер, Питер. Практика менеджмента/Питер Друкер ; пер с англ. И.Веригина; [науч ред. Н.Насикан].-М.:Манн,Иванов и Фербер, Москва 2015-416 с

Л.Е. Тришкина

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

МИРОВОЙ ОПЫТ ПО РАЗРАБОТКЕ МЕР БЕЗОПАСНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

В статье доказано, что на сегодняшний день в мире выработаны основные подходы к обеспечению безопасности международного туризма. Основная деятельность разворачивается в рамках международных неправительственных и общественных организаций разного профиля и Всемирной туристской организации. Результаты их деятельности представлены в таких международных документах «Хартия туризма», «Кодекс туриста», «Глобальный этический кодекс туриста», «Гаагская декларация» и т.д.

Ключевые слова: международный туризм, безопасность в туризме, Всемирная туристская организация.

ВТО сообщает, что каждый год по миру совершает туристские поездки более 950 млн. туристов. Однако с каждым годом увеличивается и

количество стран, пребывание в которых представляет опасность для путешественников. Например, на сегодняшний день, тур по Центральной Америке включает только две-три страны, такие (Коста-Рика, Гватемала, Панама), т.к. все остальные представляют опасность для туристов в виде политической нестабильности и неразвитости инфраструктуры.

Рост туристского потока в сфере международного туризма, улучшение транспортной сферы, расширение туристских направлений выводит на повестку дня вопрос безопасности туристов в поездках. По мнению автора, безопасность туризма должна гарантироваться от выезда из страны постоянного проживания до возвращения обратно, т.е. на протяжении всего путешествия.

Проблемы безопасности международного туризма являются объектом научных исследований таких ученых как В.П. Вахмистров, С.И. Вахмистрова, Г.Н. Жарков, М.М. Маринин, А.В. Сутягин, И.А. Феоктистов и других. В работах этих авторов, на основе теоретических обобщений практического отечественного и зарубежного опыта, научно обоснована необходимость развития системы безопасности международного туризма и определены основные направления ее реализации.

Целью статьи является изучение мирового опыта по разработке мер безопасности международного туризма.

Что мы понимаем под безопасными условиями для путешествия? По нашему мнению, это низкая криминогенная обстановка, спокойная политическая ситуация, отсутствие чрезвычайных ситуаций в стране, охрана туристских объектов, взаимодействие государственных органов власти и бизнеса, открытость к коммуникациям граждан. Самый популярный туристский центр может потерять туристов из-за повышения уровня преступности, природных катастроф, неблагоприятной экологии.

На сегодняшний день около 30 стран включены в список опасных для посещения государств: страны Африки, Южной Азии и Океании, Центральной Америки.

Современный опыт по разработке мер безопасности и защиты туристов изучает и обобщает ВТО. Этот вопрос также поднимается в ряде международных документов: «Хартия туризма», «Кодекс туриста», «Глобальный этический кодекс туриста», «Гаагская декларация» и в других. При ВТО в 1994 г. был создан специальный орган, отвечающий за вопросы безопасности поездок. На следующий год – в 1995 г. ВТО была организована Первая Международная конференция по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях.

Обеспечение безопасности международного туризма привело к необходимости правовой регламентации деятельности международных организаций. На сегодняшний день в мире существует ряд туристских организаций, которые разрабатывают принципы деятельности в туристской деятельности, вырабатывают основные направления деятельности индустрии

туризма, устанавливают нормы по безопасности международного туризма. Насчитывается более 200 таких организаций различного профиля. Направляет и координирует их деятельности Всемирная туристская организация (ВТО), которая входит в состав ООН. В рамках Исполнительного комитета ВТО функционирует Комитет по качеству туристского обслуживания, который занимается разработкой мер, способствующих безопасности туризма, уменьшению травматизма и рисков во время путешествий. Комитет реализует Программу качества развития туризма, которая направлена на: – формирование системы торговли туристскими услугами; – создание системы безопасности и охраны здоровья туристов; – создание стандартов качества обслуживания.

Значительный вклад в гарантирование безопасности международных путешествий вносят международные организации нетуристского профиля. Ниже будут перечислены задачи, решаемые непрофильные организации в сфере обеспечения безопасности международного туризма:

- Международная организация гражданской авиации: обеспечение безопасности в международном авиатранспорте, поощрение обеспечения безопасности в конструировании и эксплуатации самолетов;

- Международная организация труда: деятельность по борьбе с торговлей людьми;

- Организация Объединенных наций по вопросам образования, науки и культуры: обеспечение упрощения безопасности на объектах культурно-исторического и природно-рекреационного наследия;

- Международная ассоциация воздушного транспорта: объединение авиакомпаний мира по повышению безопасности полетов, унификация перевозочных документов в целях повышения безопасности полетов;

- Международная морская организация: обеспечение безопасности морских перевозок, а также унификация перевозочных документов для этих целей; разработка мероприятий по безопасности в портах;

- Всемирная организация здравоохранения: разработка международных санитарных норм и рекомендаций для международных туристов;

- Программа ООН по окружающей среде: постоянный мониторинг состояния окружающей среды и проведение мероприятий по ее сохранению;

- Международная организация уголовной полиции: предотвращение террористических актов;

- Организация экономического сотрудничества и развития: повышение уровня жизни населения путем обеспечения его безопасности [1].

На сегодняшний день основным международным документом, регулирующим безопасность путешествий, является «Гаагская декларация по туризму». В ней говорится о том, что необходимо: совмещать мероприятия по упрощению туристских поездок с обеспечением их безопасности; формирование политики, направленной на гарантирование безопасности туристов и туристских объектов; составить перечень туристских товаров,

объектов и оборудования, которые требуют повышенного внимания; соблюдать в каждой стране нормативные положения в области защиты туристов и их личной безопасности. Особое внимание в Декларации уделяется защите от терактов.

9-11 июня 1995 г. в Естерунде (Швеция) прошла Первая Международная конференция по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях. В ней принимали участие представители Интерпола, Европейского туристского исследовательского центра, туристской и авиационной полиции, службы безопасности и министерств внутренних дел нескольких стран, а также представители 29 государств – России, Испании, Израиля, США, Австрии, Канады, Франции, Великобритании, ФРГ и других. В ходе работы Конференции было отмечено, что для обеспечения масштабного развития международного туризма необходимо решать вопросы, связанные с терроризмом, пиратством, эпидемиями, распространением наркотиком, несчастными случаями, вандализмом, т.е. необходимо обеспечивать комплексную безопасность туристов [1].

В результате, учитывая рекомендации ВТО, во многих странах мира были созданы национальные программы, которые обеспечивают безопасность и защиту туристов. Так, в Мексике в 1996 г. была принята программа безопасности туризма, которая предусматривала в местах пересечения границ информационных пунктов по оказанию информационной поддержки въездным туристам; создание информационно-справочных материалов (включая информацию об опасных местах) о Мексике при поддержке Министерства туризма; создание туристской полиции и др. В США был организован Совет по усилению безопасности воздушных перевозок, которым были разработаны следующие мероприятия: проведение полицией особых проверок работников аэропортов, отвечающих за безопасность; тщательная проверка всех без исключения пассажиров международных рейсов и т.д.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. (ред. от 29.06.2015, с изм. от 02.03.2016), а также документах Всемирной туристской организации идет речь о необходимости тщательной подготовки к туристской поездке. Исходя из вышесказанного, любому туристу можно порекомендовать иметь при себе активированный уголь, антидиарейные таблетки, анти бактерицидный лейкопластырь, а также таблетки от головной боли. Что же касается женщин, то им необходимо побеспокоиться о допустимой одежде в исламских государствах, во избежание недоразумений со стороны местного населения. О важности соблюдения безопасности жизнедеятельности в туристских путешествиях сообщают нам федеральные документы. В ст. 5 Федерального закона «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15 августа 1996 г. (ред. от 30.12.2015) говорится: «если на территории иностранного государства возникают обстоятельства,

затрудняющие принятие мер по защите туристов, то Правительство Российской Федерации будет давать рекомендации о нежелательности въезда в такое государство» [1]. Кроме того, Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» гласит, что «государственное регулирование туристской деятельности осуществляется в том числе путем защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности» [1]. Продолжая эту мысль ст. 10 говорит о том, что достоверная информация о безопасности предстоящей поездки относится к важным частям договора. Кроме того, глава 7 этого документа полностью посвящена безопасности во время путешествий [1].

Федеральные органы власти, понимая важность безопасности своих граждан за границей, согласно Федеральному закону обязуются информировать турагентов и туристов об угрозе безопасности пребывания последних в другой стране, а также публикации информации об этом в средствах массовой информации.

Вышеизложенный материал позволяет констатировать, что на сегодняшний день в мире выработаны основные подходы к обеспечению безопасности международного туризма. Основная деятельность разворачивается в рамках международных неправительственных и общественных организаций разного профиля, Всемирной туристской организации, а также на региональном государственном уровне. Результаты их деятельности представлены в таких международных документах «Хартия туризма», «Кодекс туриста», «Глобальный этический кодекс туриста», «Гаагская декларация» и т.д.

Литература

1. Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса.: Нормативно-правовые документы / Под ред. В.Н. Акишина, И.В. Гончаровой, Д.И. Клебанова, Н.Д. Малахаткиной. – М.: Финстатинформ, 1998. – 534 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://elib.library.isu.ru/cgi-bin/irbis> (дата обращения 24.03.2016)

Е.Е. Чалая

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПРОЕКТ ГРУППОВОГО ТУРА В ТАИЛАНД «ЧИАНГРАЙ-ЧИАНГМАЙ»

В статье представлено информационно-методическое обеспечение группового тура в Таиланд (г. Чианграй, г. Чиангмай) под названием

«Чианграй-Чиангмай». Целевая аудитория – семьи с детьми, молодые люди, активные туристы. Основные параметры тура: продолжительность – 4 дня/3 ночи, класс – экономичный, вид – культурно-познавательный, транспорт – авиаперелет, поселение – отель. В программе запланированы четыре экскурсии по северу Таиланда. Технологическая документация тура отвечает нормативным требованиям, направленным на защиту прав потребителей.

Ключевые слова: тур, культурно-познавательный туризм, Таиланд, Чианграй, Чиангмай.

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 туризм (квалификация "магистр") предполагает теоретическую и практическую подготовку студентов специальности по вопросам формирования пакетных и индивидуальных программ туристического обслуживания с использованием ресурсного потенциала дестинации (региона, района, страны); формирование взаимодействия между всеми участниками туристического рынка, нормативно-правовое обеспечение сотрудничества [1]. В связи с этим, разработка туристских маршрутов для студентов вышеуказанной специальности является актуальной на сегодняшний день.

Проблемы разработки туристских маршрутов являются объектом научных исследований М. Б. Биржакова, И. В. Зорина, В. А. Квартальнова, А. С. Кусковой, О. А. Любичевой, Т. Г. Сокол и других. В работах этих авторов, на основе теоретических обобщений практического отечественного и зарубежного опыта, научно обоснована методика составления туристских маршрутов.

Цель статьи – разработать групповой тур в Таиланд «Чианграй-Чиангмай».

Королевство Таиланд – это страна, сочетающая в себе исторические древности и естественные тропические красоты с современной туристской индустрией и объектами цивилизации. Кроме того Таиланд захватывает нас удивительной природой, чистой водой, прекрасными пляжами и жарким солнцем. Кроме этого, жители Таиланда – улыбчивые, свободные и гордые люди, которые благожелательно относятся к туристам. Магическая сила этой страны притягивает туристов, превращая их в постоянных туристов. Необходимо подчеркнуть, что Таиланд – это не только пляжный отдых, но и множество мест с богатыми историческими традициями.

Чианграй – средний по величине, но очень комфортный город на севере Таиланда. Город древний – был основан в 1282 г. и сейчас является столицей провинции Чианграй. Именно богатая история привлекает сюда тысячи туристов. Город находится в центре Золотого треугольника в окружении мощных гор и деревушек. Все местность усеяна горными деревушками, историческими объектами и девственной природой.

Чиангмай – также город на севере Таиланда, центр одноименной провинции, находящийся среди гор на реке Пинг. Был основан в 1292 г. Не

далеко от города расположена самая высокая точка страны – [Дойинтханон](#). Это любимый район для путешествия молодежи, любителей активного отдыха и почитателей экзотики. Провинция Чиангмай славится водопадами, национальными парками и экзотическими малыми народностями. В Чиангмае значительный выбор от недорогих хостелов до престижных сетевых отелей. В городе большое количество различных кафе и ресторанов, спа-салонов, торговых центров и традиционных ночных рынков.

Целевая аудитория этого тура может быть разнообразной. Предлагаемая программа подходит для семей с детьми (старше 8 лет), дружественной компании молодых людей, а так же для активных туристов, интересующихся культурой и историей этой замечательной страны.

Тур «Чианграй-Чиангмай» и его технологическая документация будет отвечать нормативным требованиям, направленным на защиту прав потребителей. Они контролируются в процессе проведения сертификации туристской продукции.

Рассмотрим информационно-методическое обеспечение тура «Чианграй-Чиангмай».

1. Технологическая карта туристского путешествия «Чианграй-Чиангмай» по маршруту Киев-Бангкок-Чианграй-Чиангмай-Бангкок-Киев, 2016 г.

1. Основные показатели маршрута:

Класс обслуживания: эконом.

Вид маршрута: комбинированный.

Продолжительность путешествия: 4 дня, 3 ночи; с 11.05.16 по 31.10.16.

Экскурсии, включенные в стоимость тура: 4.

Культурно-развлекательные мероприятия, не входящие в стоимость тура: 2.

Количество групп и число туристов в группе: 1 группа, 10 туристов.

Меры по обеспечению безопасности: инструктаж по технике безопасности на маршруте; обеспечение сопровождения опытным гидом.

Стоимость путевки на 1 человека от 745 долл. – минимальная стоимость ½ DBL в этом туре).

2. Экскурсионные объекты тура «Чианграй–Чиангмай»:

– г. Чианграй (Таиланд): Дой Тунг (вилла королевы-матери), королевский сад Мэй Фа Луанг, дендрарий, Холл вдохновения, ночной базар, Белый храм Кхон Рунг, храм Изумрудного Будды, памятник королю Менграю, деревни местных племен: длинношеих женщин Падуан, Акха, Каренов, Палонг, Падонг, Яо, Мео;

– г. Тачилек (Бирма): китайский женский монастырь, традиционный Бирманский буддистский храм, Золотая Пагода Шведагон, местный квартал, национальный базар, магазин беспошлинной торговли;

– Золотой треугольник (Таиланд): Музей опиума, гигантская статуя Будды, обзорная площадка и памятник 60-летию восхождения на престол Короля Таиланда Рамы IX;

– Лаос: (традиционный лаосский рынок);
– Чиангмай (Таиланд): горячие источники, пещера Чианг Дао, деревня слонов, ферма орхидей, буддийский храм Ват Пра Дой Сутхеп, центр народных промыслов.

2. Программа тура «Чианграй-Чиангмай».

1 день. Киев-Амстердам-Бангкок.

22:40 вылет из Киева (а/п «Борисполь») рейсом а/к МАУ.

05:50 прилет в Амстердам (а/п «Схипхол»).

20:45 вылет из Амстердама (а/п «Схипхол») рейсом а/к КЛМ.

05:00 прилет в Бангкок (а/п «Суварнабхуми»). Трансфер Бангкок-Чианграй.

Прибытие в аэропорт Чианграй. Встреча с русскоговорящим гидом. Экскурсия «Королевская вилла Дои Тунг». Посещение королевского сада Дои Тунг, виллы королевы-матери, дендрария и Холла вдохновения. Переезд до пограничного города Мэе Сай. Посещение центра резьбы по нефриту.

За дополнительную плату возможно посещение Бирмы. Обзорная экскурсия по г. Тачилек на тук-туке (2 ч.). Посещение китайского женского монастыря, традиционного Бирманского буддистского храма, Золотой Пагоды Шведагон, национального базара. Планируется также прогулка по местному кварталу и посещение магазина беспошлинной торговли. Обед в национальном ресторане (за доп. плату).

Переезд в Золотой треугольник, где сходятся границы Лаоса, Бирмы и Таиланда. Экскурсия «Золотой треугольник». Посещение единственного в мире Музея опиума, осмотр коллекции древних орудий, применявшихся для сбора, обработки и употребления опиума; гигантской статуи Будды, обзорной площадки с видом на Золотой Треугольник, памятника 60-летию восхождения на престол Короля Таиланда Рамы IX, а также живописного храма в предместьях города Чианг Саен, древнейшего тайского поселения.

За дополнительную плату возможно посещение Лаоса. Планируется переправа через реку Меконг (на лонгтейле (национальной лодке) для посещения колоритной прибрежной деревушки и местного рынка, где можно приобрести сувениры, знаменитый виски с коброй и скорпионами, а также лаосское пиво.

Возвращение в Чианграй (около 20:00). Поселение в отель. По желанию: свободное время или посещение ночного базара. Ночлег.

2 день. Завтрак в отеле «Baan Nattawadee Resort Chiang Rai 3*». Обзорная экскурсия по городу Чианграй. Посещение старейшего храма Изумрудного Будды; уникального белого храма Ват Ронг Кхун, созданного знаменитым тайским художником из бетона и зеркал; памятника создателю города – королю Менграю. Планируется также посещение деревень племён Акха, Каренов, Палонг, Падонг, Яо, Мео, а также деревни племени длинношеих женщин Падуан, шеи которых украшают изделия из чистого золота, вес которых достигает до 8 кг.

Переезд в Чиангмай. По пути посещение горячих источников. Обед. Посещение пещеры Чианг Дао. Прибытие в Чиангмай. Поселение в отель. Ночлег.

3 день. Завтрак в отеле «Chiang Mai Orchid Hotel 3*». Обзорная экскурсия по городу Чиангмай. Посещение одного из самых почитаемых буддийских храмов страны – Ват Пра Дой Сутхеп, расположившегося на вершине горы (1601 метров над уровнем моря), откуда открывается чудесный вид на город Чиангмай. Планируется также посещение центра народных промыслов (тайский шелк, роспись бумажных зонтиков, резьба по тиковому дереву, серебро); посещение деревни слонов; демонстрация работы слонов в джунглях; посещение фермы орхидей. Обед в ресторане. Возвращение в отель. Ночлег.

4 день. Завтрак. Свободное время, выселение из отеля, групповой трансфер в аэропорт Чиангмай. Перелет Чиангмай-Бангкок. Перелет Бангкок-Амстердам-Киев.

12:05 вылет из Бангкока (а/п «Суварнабхуми») рейсом а/к КЛМ. 18:45 прилет в Амстердам (а/п «Схипхол»).

05:30 вылет из Амстердама (а/п «Схипхол») рейсом а/к МАУ.

09:20 прилет в Киев (а/п «Борисполь»).

3. Характеристика услуг, входящих в тур «Чианграй-Чиангмай». К исполнителям услуг в туре относятся:

– аэропорт «Борисполь» (IATA: ROV), г. Киев, Украина;

– аэропорт «Схипхол» (IATA: AMS), г. Амстердам, Нидерланды;

– аэропорт «Суварнабхуми» (IATA: ВКК), г. Бангкок, Таиланд;

– транспортная компания «Международные авиалинии Украины» (МАУ);

– транспортная компания «Королевские авиалинии Голландии» (КЛМ);

– отели «Baan Nattawadee Resort Chiang Rai 3*» (г. Чианграй), «Chiang Mai Orchid Hotel 3*» (г. Чиангмай).

Транспортные услуги. Предполагается авиаперелет: Киев–Бангкок–Киев. Билеты туда-обратно с одной пересадкой. Класс перелета – эконом. Вылет: из Киева, а/п «Борисполь» (IATA: ROV). Пересадка в Амстердаме, а/п «Схипхол» (IATA: AMS). Прилет: в Бангкок, а/п «Суварнабхуми» (IATA: ВКК). Для рассматриваемого тура был выбран именно авиационный транспорт по ряду причин:

– это самый быстрый и удобный вид транспорта при переездах на дальние расстояния;

– сервис на авиарейсах является самым привлекательным для туристов;

– авиационные компании напрямую и через международные сети бронирования и резервирования выплачивают туристским агентствам комиссионные за каждое забронированное в самолете место, мотивируя их тем самым выбор авиаперевозки.

Разница во времени между Таиландом и Украиной зависит от времени года, поскольку в Украине осуществляется переход на летнее время.

Поэтому, между последним воскресеньем марта и последним воскресеньем октября разница во времени между Бангкоком и Киевом составляет 4 часа (время в Бангкоке на 4 часа больше, чем в Киеве). В осенне-зимний период, после перевода стрелок в Украине на 1 час назад, Украину и Таиланд разница – 5 часов.

Рейсы по маршруту Киев-Бангкок осуществляются как прямые так с одной или двумя пересадками. Рейсы вылетают из Киева ежедневно с различными интервалами. Время полета Киев-Бангкок для прямого рейса составляет в среднем 10 ч 30 мин. Регулярные беспересадочные рейсы на маршруте Киев-Бангкок предлагает авиакомпания «Международные авиалинии Украины» (МАУ) – Киев-Бангкок (PS 271), Бангкок-Киев (PS 272)

Средняя цена авиабилетов на прямые рейсы Киев-Бангкок составляет 480 долл. Стоимость зависит от дня перелета и времени покупки. Наиболее дорогие авиабилеты продаются менее чем за 2 недели до вылета на вечер пятницы Киев-Бангкок и вечер воскресенья Бангкок-Киев. Их цена может достигать 480 долл. Приобрести самые дешевые билеты возможно за месяц и более с утренними вылетами в середине недели по цене 390 долл. Необходимо сказать, что лететь можно и с пересадками, однако стоимость билетов при этом будет выше. Билеты на рейсы с пересадками можно приобрести у 19 авиакомпаний. Из Киева в Бангкок можно также долететь с пересадкой в Дубае (от 520 долл.), в Алма-Аты (от 600 долл.), в Стамбуле (от 750 долл.) и в Амстердаме (от 800 долл.).

По мнению автора, наиболее удобной компанией по поиску авиабилетов является сайт компании «Авиакасса». С помощью этой поисковой системы были найдены самые приемлемые для данного тура авиабилеты по маршруту Киев-Бангкок-Киев без пересадки. Расписание рейсов Киев-Бангкок-Киев авиакомпании МАУ представлено в таблице 1.

Табл. 1

Расписание рейсов Киев-Бангкок-Киев а/к «МАУ»

Направление	Рейс	Вылет	Прилет	В пути	Авиакомпания	Класс билета
Киев-Бангкок	PS 271	19:50	10:00	10:10	МАУ	эконом
Бангкок-Киев	PS 272	01:10	08:25	11:10	МАУ	эконом

Для передвижения по Таиланду применяется арендованный микроавтобус марки «Мерседес». Микроавтобус используется для максимально комфортного перемещения туристов по пунктам маршрута, а также осуществления трансфера.

Услуги размещения. Услуги размещения предоставляются в двух городах. В Чианграй – «Baan Nattawadee Resort Chiang Rai 3*» – расположенном в центре города. Расположен рядом с основными туристскими достопримечательностями и торговыми центрами города

Чианграй. ОТЕЛЬ предлагает надежный и доброжелательный сервис в соответствии с международными стандартами. В каждом номере имеется: кондиционер, телевизор, душ, беспроводной бесплатный интернет. Предоставляются номера для некурящих. Основные удобства отеля – услуги прачечной, ресторан, трансфер из аэропорта и парковка. Заезд с 14:00, отъезд до 12:00. Количество номеров в отеле: 30. Услуга Wi-Fi предоставляется гостям бесплатно на территории всего отеля. Адрес отеля: 289 Moo 2 Naad Chiang Rai Road, T.Roab Wieng, A.Muang.

В Чиангмай – «Chiang Mai Orchid Hotel 3*». ОТЕЛЬ предлагает мягкую атмосферу, характерную для эры Ланна Тай, которая делает его местом счастья в Чангмае. Здание отеля расположено перед холмом Дои Сутхеп, ОТЕЛЬ расположен в 10 минутах от аэропорта, рядом с центром города. Все номера спланированы и декорированы таким образом, что представляют свидетельство художественного изящества эры Ланна Тай в сочетании с большинством новейших удобств. Из окон каждого номера открывается прекрасный живописный вид на город Чангмай. В кафе «Maе Rim» (при гостинице) предоставляется международный «шведский стол», а в ресторане Le Pavillon – французская кухня. Услуга Wi-Fi предоставляется бесплатно на территории всего отеля. Заезд с 14:00, отъезд до 12:00. Номеров в отеле: 267. Адрес: 23 Huay Kaew Rd., A. Muang, 50200 Чиангмай, Таиланд.

Услуги питания. Тип питания в отелях ВВ (Bed and Breakfast) – бесплатное питание только во время завтраков, которые представлены континентальным завтраком (Continental Breakfast). Это легкий завтрак, который представлен чаще всего колбасой и сыром, рогаликом с джемом, булочкой с маслом, маленькой упаковкой йогурта, кофе или чаем. Обязателен за завтраком сок, который обычно наливается из автомата. Обычно завтрак накрывается не позднее 7 утра, но если турист выезжает в аэропорт или на экскурсию раньше, то об этом необходимо сообщить портье – ему накроют завтрак пораньше или дадут с собой ланч-пакет. Трансфер, экскурсионное обслуживание и услуги гида. Приступая к разработке экскурсионного маршрута в Таиланд, мы исходим из того, что туроператор, от лица которого разрабатывается тур, является как инициативным, так и рецептивным. Наш туроператор комплектует тур и программу обслуживания в туристской дестинации, используя для этого прямые договоры с поставщиками услуг. Ввиду того, что разрабатываемый туристский продукт имеет культурно-познавательную направленность, программа обслуживания включает 2 обзорные экскурсии по городам Чианграй и Чиангмай, 2 тематические – «Королевская вилла Дои Тунг» и «Золотой треугольник». Факультативно предлагается обзорная экскурсия по г. Тачилек и посещение Лаоса.

Визовые услуги. Оформление визы не входит в стоимость тура. Она будет оформляться по прилету в аэропорт. Такая виза действует 15 дней. Туристы, должны предъявить:

– 650 долл. наличными на человека. При наличии банковской карты нужно снять в банкомате 570 долл., для семьи достаточно 1300 долл.;

– паспорт;

– 2 фото (4х6);

– заполненную анкету;

– билет с обратным вылетом из Таиланда.

Стоимость открытия визы составляет 28 долл. Оплата производится в батах, для этого потребуется поменять валюту. Сумма распространяется на детей любого возраста, независимо от того, вписаны они к родителям или имеют свой паспорт.

Проведенные экономические расчеты дают основание утверждать, что данный турпродукт будет востребован и потребляем. Цена турпродукта приемлема для людей со средним уровнем доходов, а потребительские свойства его будут соответствовать потребностям туристов.

Литература

1. Приказ Минобрнауки РФ от 28.10.2009 № 488 "Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 Туризм (квалификация (степень) "магистр")" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116230> (дата обращения 24.03.2016)

Д.Т. Шевченко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ПРОЕКТ ГРУППОВОГО ТУРА В ТУРЦИЮ «СТОЛИЦЫ ОСМАНОВ»

В статье представлено информационно-методическое обеспечение группового тура в Турцию (г. Будва) под названием «Столицы османов». Целевая аудитория – семьи с детьми, молодые люди, активные туристы. Основные параметры тура: продолжительность – 5 дней/4 ночей, класс – экономичный, вид – культурно-познавательный, транспорт – авиаперелет, поселение – отель. В туре запланировано факультативное предоставление трех экскурсий по Северу Турции. Технологическая документация тура

отвечает нормативным требованиям, направленным на защиту прав потребителей.

Ключевые слова: тур, культурно-познавательный туризм, Турция, Стамбул, Бурса, Эдирне.

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 туризм (квалификация "магистр") предполагает обязательную теоретическую и практическую подготовку студентов относительно моделирования программ туристского обслуживания, определения мотивации путешествий и совершенствования процессов предоставления туристических услуг в пакетных турах [1]. Исходя из этого разработка туристских маршрутов для студентов вышеуказанной специальности является актуальной на сегодняшний день.

Проблемы разработки туристских маршрутов являются объектом научных исследований М. Б. Биржакова, И. В. Зорина, В. А. Квартальнова, А. С. Кусковой, О. А. Любичевой, Т. Г. Сокол и других. В работах этих авторов, на основе теоретических обобщений практического отечественного и зарубежного опыта, научно обоснована методика составления туристских маршрутов.

Турция – колыбель цивилизаций и великих империй, обитель мощного Османского царства. История Османов поражает своим величием, масштабами и грандиозными завоеваниями. Они прославили Османскую империю на весь мир. Могуществом и мудростью ее правителей восхищаются и сегодня, а о небывалой роскоши их существования ходили легенды. Мы предлагаем туристам окунуться в загадочный и удивительный мир Османской империи и посетить три ее великолепные столицы: Стамбул, Бурсу и Эдирне.

Главным пунктом маршрута, разработанного тура «Столицы Османов», является Стамбул, обладающий значительным количеством архитектурных памятников и удивительно красивыми ландшафтами, привлекательными для туристов в любое время года. Стамбул – это одно из самых изысканных и красивых городов, как Европы, так и Азии. Десятки скульптурных композиций встречаются также по всему городу: на площадях и улицах, во дворах и на зданиях, в благоухающих садах и зеленых парках. Сегодняшний Стамбул – это не только застывшие архитектурные декорации, не только памятники прошлых эпох, но и центр современной жизни.

Целевая аудитория этого тура может быть разнообразной. Предлагаемая программа подходит для семей с детьми, а так же для активных туристов, интересующихся историей этой замечательной страны. Молодежь включает в себя дружественную компанию молодых людей, а так же молодые семьи с детьми.

Бурса – первая столица Османской империи и необычайно красивый город, с древней историей и турецким колоритом. Пройдя по городу с

опытным экскурсоводом, вы поймете, что нам на миг увидели сразу все времена года. Мраморное море, известные на весь мир горячие источники, заснеженная панорама гор Улудага, архитектурные и художественные достопримечательности – все восхитит глаз туриста.

«Зеленый рай» Турции – так называли в свое время Эдирне османы. Город отличается незабываемой атмосферой спокойствия и уюта, а также красотами архитектуры. В свое время здесь проходили подготовку молодые «шейхзаде» – будущие правители империи. В городе они обучались стратегии управления государством. В источниках город часто упоминается, как «город-мостов».

Целевая аудитория этого тура может быть разнообразной. Предлагаемая программа подходит для семей, дружественной компании молодых людей, а так же для активных туристов, интересующихся культурой и историей этой замечательной страны.

Тур «Столицы Османов» и его технологическая документация будет отвечать нормативным требованиям, направленным на защиту прав потребителей. Они контролируются в процессе проведения сертификации туристской продукции.

Рассмотрим информационно-методическое обеспечение тура «Столицы Османов».

1. Технологическая карта тура «Столицы Османов» по маршруту Киев-Стамбул-Киев, 2016 г.

1. Основные показатели маршрута:

Класс обслуживания: эконом.

Вид маршрута: комбинированный.

Продолжительность путешествия: 5 дней, 4 ночи; с 24.03.16 по 06.10.16

Экскурсии, включенные в стоимость тура: 3.

Культурно-развлекательные мероприятия, не входящие в стоимость тура: 1.

Количество групп и число туристов в группе: 1 группа, 10 туристов.

Меры по обеспечению безопасности: инструктаж по технике безопасности на маршруте; обеспечение сопровождения опытным гидом.

Стоимость путевки на 1 человека от 563 евро – минимальная стоимость ½ DBL в этом туре).

2. Экскурсионные объекты тура «Столицы Османов»:

– Стамбул: площадь Ипподрома, мечеть Султана Ахмета (Голубая мечеть), собор Св. Софии, дворец Топкапы, пролив Босфор;

– Бурса: мечеть Улу (Баязида I), усыпальницы султанов, Зеленая Мечеть, усыпальница Медресеи, средневековые торговые ряды, дом шелка, музей традиционного османского дома XVII в., смотровая площадка на севере Бурсы;

– Эдирне: мечеть Эски, комплекс мечети Баязида II, мечеть Селемие (Селима II), лужайка Кыркпынар, средневековый рынок Али Паша.

2. Программа тура «Столицы Османов».

1 день. Киев-Стамбул. Вылет из Киева (а/п «Борисполь») рейсом а/к МАУ PS9558 Киев-Стамбул. 14:20 прилет в Стамбул (а/п «Ататюрк»). Групповой трансфер аэропорт-отель. Размещение в отеле «Albinas Hotel». Свободное время или факультативный заказ развлекательной программы «Шоу дервишей» (19:30-20:30, 35 евро/чел). Посетив эту программу, туристы смогут окунуть в незабываемую магию древнего танца монахов-дервишей, который включен в список ЮНЕСКО. Чай, кофе до начала представления включены, трансфер предоставляется за дополнительную плату. Ночлег.

2 день. Стамбул-Бурса. 8:00 – выезд из отеля. Переезд в Бурсу. Стамбул-Бурса – 150 км. Для туристов предлагается обзорная пешеходная экскурсия по Бурсе – первой столице Османской империи (входит в стоимость тура). Экскурсионные объекты: мечеть Улу (Баязида I), усыпальницы султанов, Зеленая Мечеть. Мечеть Баязида I – самая красивая и декорированная мечеть региона и входит в состав комплекса, включающего также усыпальницу Медресей богадельню. Посещение средневековых торговых рядов и дома шелка, музея традиционного османского дома XVII в., а также смотровой площадки на севере Бурсы. Обед в турецком ресторане, где вы сможете попробовать представлено традиционное для Бурсы блюдо – искендер (за доп. плату). Размещение в отеле «Gold Majesty Hotel». Ужин. Ночлег.

3 день. Бурса-Эдирне. 8:00 – выезд из отеля. Переезд в Лапсеки. Переправа на пароме через пролив Дарданеллы. Посещение памятника белогвардейцам в Галлиполи. Прибытие в Эдирне – 181 км. Обед традиционном турецком ресторане (за дополнительную плату).

Обзорная экскурсия по Эдирне (входит в стоимость тура). Экскурсионные объекты: мечеть Эски; комплекс мечети Баязида II; мечеть Селемие (Селима II), которая внесена в список Всемирного Наследия ЮНЕСКО; место проведения соревнований по борьбе в масле – лужайка Кыркпынар; средневековый рынок Али Паша.

Размещение в отеле «Edirne Palace Hotel». Ужин. По желанию прогулка по вечернему Эдирне или посещение хамама XV века. Ночлег.

4 день. Эдирне-Стамбул. 7:30 – выезд из отеля. Переезд в Стамбул – 230 км. Для туристов предлагается обзорная экскурсия по Стамбулу (входит в стоимость тура). Содержание экскурсии: площадь Ипподрома, символ Стамбула – мечеть Султана Ахмета (Голубая мечеть), крупнейшим христианским храмом во всем мире, а с приходом Османов был переформирован в главную мечеть – собор Св. Софии, главная обитель Османской Империи, с его неповторимой архитектурой, зданием гарема, знаменитая сокровищница Османов – дворец Топкапы, удивительная прогулка по знаменитому Босфору. Трансфер в отель. Размещение в отеле Стамбула. Свободное время. Ночлег.

5 день. Стамбул-Киев. Завтрак. Свободное время, выселение из отеля (12:00), групповой трансфер в а/п «Ататюрк». Вылет домой рейсом PS9560 а/к МАУ Стамбул-Киев. 20:05 прибытие в Киев (а/п «Борисполь»).

3. Характеристика услуг, входящих в тур «Столицы Османов». К исполнителям услуг в туре относятся:

- аэропорт «Борисполь» (IATA: ROV), г. Киев;
- аэропорт «Стамбул имени Ататюрка» (IATA: IST), г. Стамбул;
- транспортная компания «Международные авиалинии Украины» (МАУ);
- отели «Albinas Hotel» 4* (г. Стамбул), «Gold Majesty Hotel» 4*(г. Бурса), «Edirne Palace Hotel» 4* (г. Эдирне).

Транспортные услуги. Предполагается авиаперелет: Киев – Стамбул – Киев. Билеты туда-обратно. Класс перелета – эконом. Вылет: из Киева, а/п «Борисполь» (IATA: ROV). Прилет: в Стамбул, аэропорт «Ататюрк» (IATA: IST). Официальный сайт: <http://www.ataturkairport.com>. Авиакомпания Международные авиалинии Украины (МАУ). Трансфер: аэропорт-отель-аэропорт. Для рассматриваемого тура был выбран именно авиационный транспорт по ряду причин: – это самый быстрый и удобный вид транспорта при переездах на дальние расстояния; – сервис на авиарейсах является самым привлекательным для туристов; – авиационные компании напрямую и через международные сети бронирования и резервирования выплачивают туристским агентствам комиссионные за каждое забронированное в самолете место, мотивируя их тем самым выбор авиаперевозки. Расстояние между Киевом и Стамбулом составляет 1056 км. Разницы во времени не существует. Рейсы вылетают из Киева ежедневно с различными интервалами. Время полета Киев-Стамбул для прямого рейса составляет в среднем 2 ч. Регулярные рейсы на маршруте Киев-Стамбул совершает 10 авиакомпаний. Самыми популярными являются те, которые позволяют максимально сэкономить деньги и время и предлагают прямой маршрут. Впрочем, летать можно и с пересадками – вариантов оформить экономный билет еще больше. По мнению автора, наиболее удобной компанией по поиску авиабилетов является сайт компании «Авиакасса». С помощью этой поисковой системы были найдены самые приемлемые для данного тура авиабилеты по беспересадочному маршруту Киев-Стамбул-Киев. Их предлагает авиакомпания «Международные авиалинии Украины» (МАУ) по цене 200 евро.

Расписание рейсов Киев-Прага-Киев данной авиакомпании представлено в таблице 1.

Расписание рейсов Киев-Стамбул-Киев а/к «МАУ»

Направление	Рейс	Вылет	Прилет	В пути	Тип самолета	Класс билета	Расстояние	Разн в врем
Киев- Стамбул	Рейс PS9558	10:15	12:20	02:05	аэробус A320- 100/200	эконом	1056 км	-1
Стамбул- Киев	Рейс PS9560	18:05	20:05	02:00		эконом		+1

Для передвижения по Турции применяется арендованный микроавтобус марки «Мерседес», который обеспечивает турецкая туристическая компания «Trek Travel». Микроавтобус используется для максимально комфортного перемещения туристов по пунктам маршрута, а также осуществления трансфера.

Услуги размещения. Услуги размещения предоставляются в трех городах. В Стамбуле – «Albinas Hotel» 4*» – небольшой, но очень уютный отель. Расположен в районе Султанахмет. С террасы на крыше открывается вид на город и Мраморное море. Все номера оформлены в светлых тонах. В номерах с паркетным полом имеется бесплатный Wi-Fi и кондиционер. В каждом номере отеля имеется ЖК-телевизор, спутниковое телевидение, удлиненные кровати. Из большинства номеров открывается вид на Голубую мечеть и собор святой Софии. В некоторых номерах имеется балкон. Предоставляется завтрак ВВ – «шведский стол», который сервируется в светлом зале для завтраков, оформленном в белых тонах. В баре имеется телевизор с плоским экраном, где можно посмотреть спортивные игры и новости. Аэропорт им. Ататюрка расположен в 15 км от отеля. Площадь Султанахмет, Голубая мечеть и собор святой Софии находятся всего в 5 минутах ходьбы от отеля «Albinas». На территории отеля имеется бесплатная частная парковка. Предоставляются также номера для некурящих, лифт, сейф, отопление, номера для аллергиков. Курение на территории отеля и в номерах запрещено, размещение домашних животных не допускается. Заезд с 14:00, отъезд до 12:00. Количество номеров в отеле: 28. Услуга Wi-Fi предоставляется гостям бесплатно на территории всего отеля. Адрес: Kucukayasofya Mahallesi Mustafapasa Sokak no:48/1 Sultanahmet, Fatih, 34122 Стамбул.

В Бурсе – «Gold Majesty Hotel» 4*. Отель расположен в 5 км от центра Бурсы и предлагает номера с кондиционером, телевизором со спутниковыми каналами и мини-баром. К услугам туристов бесплатный Wi-Fi и бесплатная парковка на территории. Номера отеля отличаются новой современной мебелью и ковровым покрытием. Во всех номерах предоставляются принадлежности для чая/кофе, ванная комната с туалетными принадлежностями и феном. В отеле сервируется ежедневный завтрак по типу «шведский стол». В ресторане предлагаются блюда традиционной и

интернациональной кухни. Имеются лифт, сейф, отопление номера для некурящих, Номера для гостей с ограниченными физическими возможностями, номера семейного типа, Курение на всей территории отеля и в номерах запрещается. Запрещается также заселение с домашними животными. На территории отеля оборудована детская игровая площадка, имеется библиотека. Услуга Wi-Fi предоставляется гостям бесплатно на территории всего отеля. Заезд с 14:00, отъезд до 12:00. Номеров в отеле: 119. Адрес: Konak Mahallesi Lefkose Caddesi No:7 Nilufer/Bursa, 16110 Бурса.

В Эдирне – «Edirne Palace Hotel» – исторический 4* отель. Расположен он вблизи достопримечательностей, таких как Караагас, Река Ардас и Могильный холм. Здесь предлагается 35 номеров, оформленных в современном стиле. Номера оборудованы отдельным балконом, кондиционером, Wi-Fi, мини-баром, сейфом для ноутбука и спутниковым телевидением, а также просторными ванными комнатами с джакузи и феном. Все номера твин, тип кровати – 2 односпальные кровати или двухспальная кровать Double (double bed).

Услуги питания. Тип питания в «Albinas Hotel» (Стамбул) – ВВ (Bed and Breakfast). Это означает бесплатное питание только во время завтраков, которые представлены континентальным завтраком (Continental Breakfast). Это легкий завтрак, состоящий чаще всего из колбасы и сыра, рогалика с джемом, булочки с маслом, маленькой упаковки йогурта, кофе или чая. Обязателен за завтраком сок, который обычно наливается из автомата.

Важно заметить, что в гостинице любого уровня завтрак входит в стоимость проживания и отказаться от него невозможно. Обычно завтрак накрывается не позднее 7 утра, но если турист выезжает в аэропорт или на экскурсию раньше, то об этом необходимо сообщить портье – ему накроют завтрак пораньше или дадут с собой ланч-пакет.

«Edirne Palace Hotel», «Gold Majesty Hotel» – НВ (Half Board). означает полупансион, то есть бесплатное двухразовое питание – завтрак и ужин. Услуги meet-компании (принимающей компании). Приступая к разработке экскурсионного маршрута в Турцию, нами была найдена принимающая компания – meet-компания – турецкая туристская компания «Trek Travel International». Официальный сайт: <http://www.trektravel.ru>. Эта компания имеет безупречную репутацию и 11-летний опыт работы на украинском туррынке. Она предлагает свои услуги в области размещения и обслуживания туристических групп и индивидуалов в Стамбуле и по всей Турции. Многолетний опыт фирмы позволяет разрабатывать программы с любым размером бюджета от VIP до экономичного.

В нашем туре «Trek Travel» обеспечивает трансфер, экскурсионное обслуживание и услуги гида. Ввиду того, что туристский продукт имеет культурно-познавательную направленность, программа обслуживания включает три обзорные экскурсии по Стамбулу, Бурсе и Эдирне. Факультативно предлагается культурно-развлекательная программа в Стамбуле – «Шоу дервишей».

Проведенные экономические расчеты дают основание утверждать, что данный турпродукт будет востребован и потребляем. Цена турпродукта приемлема для людей со средним уровнем доходов, а потребительские свойства его будут соответствовать потребностям туристов.

Литература

1. Приказ Минобрнауки РФ от 28.10.2009 № 488 "Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 Туризм (квалификация (степень) "магистр")" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116230> (дата обращения 24.03.2016)

М.В. Вереина

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В КИТАЕ

Аннотация: К числу отличительных особенностей традиционной китайской гостиничной индустрии относятся принципы ее организации и функционирования. Как правило, западные технологии менеджмента используются в гостиницах, входящих в международные сети, а в традиционном китайском гостиничном бизнесе используется только конфуцианская система менеджмента.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, особенности развития гостиничной индустрии, международные гостиничные цепи, конфуцианская система менеджмента.

К особенностям сегодняшней гостиничной индустрии КНР относятся устойчивые традиции конфуцианской организации управления, а так же развитие этой отрасли на протяжении XX в. на разных территориях Китая. Первоначально, специфика состояла в том, что во второй половине прошлого века китайская гостиничная индустрия проходила свое развитие в разных экономических и политических средах в социалистической Китайской народной республике (КНР), на Тайване, в европейских колониях (Гонконг, Макао, Сингапур), в странах Юго-Восточной Азии (ЮВА), подвергаясь разному влиянию. Так, на Тайване и в странах ЮВА китайский гостиничный бизнес в большинстве случаев остался конфуцианским [2, с.18].

До 80-х годов прошлого века в Китае гостиничное хозяйство было лишь инфраструктурным элементом экономики. На его территории была введена командно-административная модель управления. Как предприятие, любая гостиница прямо подчинялась органам партийно-государственной власти и должна была функционировать в соответствии с официальной идеологией и строго регламентированными стандартами [3, с.189].

Мощности гостиничной отрасли в индустрии КНР во второй половине XX в. были практически не заметны. В то время в Пекине функционировало всего 29 гостиниц, а это меньше, чем сегодня в столице построено гостиниц класса пять звезд. В крупных городах насчитывалось до десяти гостиниц, а в менее крупных – не более трех [1]. Фактически, прибыль от деятельности гостиничной индустрии не имела для правительства большой значимости.

Вместе с экономическими реформами Дэн Сяопина и решениями съезда КПК 1980 г. о формировании свободных экономических зон (СЭЗ), началось формирование нынешней системы гостиничной отрасли. В этих регионах зафиксирован режим льготного налогообложения, что повлияло на увеличение предпринимательской активности, приток инвестиций, а также на подъем всей экономики. В начале 80-х годов были созданы четыре СЭЗ в приморских городах: Шэньчжэнь, Гуандун, Фуцзянь и Сямэн. Эти зоны, как показала практика, стали очень активно развиваться и превратились в экономические центры.

Развитие этих центров было тесно связано с массовым приходом иностранного капитала преимущественно в виде прямых инвестиций. Увеличение иностранного бизнеса и активизация экспортной деятельности привели к необходимости качественных изменений гостиничных предприятий и бизнеса в целом. Благодаря этому, в СЭЗ приступили к масштабному возведению гостиниц. Изначально гостиничный бизнес пришел из Гонконга, Макао, Тайваня и стран ЮВА. Позже возникли объединения отелей, принадлежащих западным гостиничным цепям. В итоге, не прибыльный для КНР отельный бизнес начал набирать обороты в СЭЗ и лишь после развития туризма и укрепления экономики страны он перекинется на другие города Китая.

Приватизация в начале 90-х годов, способствовала развитию рыночной экономики и становлению гостиничной индустрии. Политика

приватизации в Китае была умеренно последовательной и носила поэтапный характер. Первоначально она была ориентирована в основном на коммерциализацию государственных предприятий, децентрализацию управления государственной собственностью и расширение самостоятельности предприятий. В частности, многие государственные предприятия переводились на разные формы подряда, что стимулировало интерес их коллективов к повышению производительности труда, поскольку после выполнения обязательств перед государством дополнительные объемы продукции и прибыли оставались в их распоряжении. Еще на начальном этапе большинство предприятий практически стали собственностью трудовых коллективов, с последующей трансформацией в группы кооперативов. Это произошло и со многими государственными гостиницами, которые были трансформированы в кооперативные предприятия. Функционирование гостиничных предприятий происходило под влиянием и контролем партийных структур, что сохраняло, преимущественно интересов страны в свете рыночной экономики и осуществления функций социальной добросовестности всеми участниками экономической деятельности.

Начавшаяся в 90-х годах активизация предпринимательской деятельности привела к появлению новых частных гостиничных предприятий, в руководстве которыми в основном стала использоваться «континентальная» модель менеджмента. Это по большей части связано с тем, что при открытии бизнеса во время его отраслевого становления предприниматели, стремясь минимизировать риски и не имея достаточного опыта, ориентируются, как правило, на дублирование уже сложившейся системы управления и предпочитают не экспериментировать с непроверенными в местных условиях технологиями менеджмента. Но при этом может иметь место и заимствование западных технологий, но в основном на уровне отдельных элементов, не затрагивающих принципиальных особенностей «континентальной» системы кадрового менеджмента. В наибольшей мере традиционализм и консерватизм в управлении проявляется в небольших гостиницах, организованных по типу семейного бизнеса. Здесь чаще всего применяется традиционная система менеджмента, аналогичная «тайваньской».

За последние три десятилетия гостиничная индустрия стала самой динамично развивающейся отраслью. Это вызвано постоянным большим дефицитом гостиничных мест, возникшим в результате осуществления экономических реформ. Не менее важным фактором было наличие достаточно сильного и развитого китайского гостиничного бизнеса в колониях (Тайвань, страны ЮВА), который быстро пошел в страну. Наконец, успешное осуществление экономических реформ сделало КНР перспективной территорией и для международных гостиничных сетей. Успешное, даже в условиях мирового экономического кризиса, развитие китайской экономики обеспечивает гостиничному бизнесу не только

повышенную рентабельность, а и устойчивую инвестиционную привлекательность для местных и зарубежных предпринимателей.

В целом гостиничные предприятия в сегодняшнем Китае представлены, как и во всем мире, отелями, соответствующими различным стандартам уровня сервиса – фешенебельные отели (4 - 5*) и недорогие гостиницы (2 - 3*). Следует особо отметить, что власти Китая стремятся «высоко держать планку», и присуждают «звезды» только лучшим гостиницам.

Пока основным «мотором» экономического роста оставались иностранные инвестиции, более динамично рос сегмент дорогих гостиниц 4 - 5*, расположенных в Пекине, свободных экономических зонах и центрах провинций. Сегодня в Китае уже присутствуют практически все крупнейшие гостиничные корпорации (Marriott, Hilton, Sheraton, Kempinski и др.) и крупные несетевые инвесторы из стран ЮВА, Тайваня. Так, только в Пекине в настоящее время функционирует 35 пятизвездочных отелей, большинство из которых принадлежит международным компаниям. Кроме того, наблюдается устойчивая тенденция к наращиванию их присутствия в стране как на уровне увеличения численности предприятий, так и на уровне расширения представительства в различных регионах. Так, компания Marriott International с момента своего прихода в Китай в 1997 г. открыла в стране 28 отелей. К 2013 г. она вчетверо увеличила число своих гостиниц в Китае. В настоящее время компания, как и ряд других международных корпораций, активно развивает стратегию освоения провинциальных городов.

Международные корпорации в последние годы активно демонстрируют свою заинтересованность в развитии гостиничного бизнеса в Китае, наращивают свое представительство в различных регионах страны и увеличивают инвестиционную активность. Безусловно, такая стратегия международных корпораций позитивно отражается на тенденциях развития гостиничного бизнеса и, в особенности, на процессах его модернизации. Однако это далеко не единственный фактор, обеспечивший динамику изменений в гостиничном бизнесе Китая. Ключевую роль в этом процессе сыграли экономические реформы, проводившиеся в стране, укрепление ее позиций в мире и повышение статуса в международном бизнес-сообществе. В целом, укрепление международных контактов и активизация роли Китая в мировых процессах в последние годы оказали наиболее ощутимое влияние на развитие экономики страны и гостиничной отрасли в частности.

Можно так же отметить, что для китайской власти и бизнеса в настоящее время важной задачей является не только сохранение достигнутых результатов, но и наращивание темпов модернизации индустрии гостеприимства, формирование собственного конкурентоспособного гостиничного бизнеса, опирающегося на национальные традиции, современные технологии управления и принципы развития.

Таким образом, современная китайская гостиничная индустрия отличается значительной дифференциацией по направлениям

функционально-целевой специализации, по уровню и масштабам развития. Но в целом, несмотря на региональную особенность, можно констатировать, что за три десятилетия развития рыночных отношений в КНР сформировалась полноценная отрасль гостиничного хозяйства, имеющая в своем составе предприятия всех уровней обслуживания. Исторически сложившееся влияние иностранного присутствия внесло свой отпечаток на особенности формирования гостиничной индустрии КНР. Экономические реформы сыграли ключевую роль в инвестиционной привлекательности Китая, что в свою очередь дало толчок к колоссальному экономическому росту страны и гостиничного бизнеса в частности.

Литература:

1. Бабаева З.Ш. Китай: государственное стимулирование инновационного развития / Бабаева З.Ш.– М.: Экономика и предпринимательство. – 2014. –№10(51).

2. Гране М. Китайская мысль от Конфуция до Лаоцзы: пер. с фр. / под ред. В.Б.Иорданского. – М: История философии. Дальний Восток, 2008. – 528 с.

Гудошников Л.М. Государственный строй Китайской Народной Республики / Гудошников Л.М.: учеб. пособие. - М.: Китаеведение, 1988. –234 с

Ж. Г. Караушу

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье раскрыто сущность фирменного стиля, определены функции, составные элементы и пути формирования фирменного стиля на предприятиях индустрии гостеприимства. Рассмотрена схема создания, внедрения и применения фирменного стиля на предприятиях индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: фирменный стиль, индустрия гостеприимства, средства размещения, имидж, товарный знак.

В современном мире гостиничный комплекс рассматривается как важнейший элемент социальной сферы, который играет существенную роль в повышении эффективности общественного производства. Поэтому особую актуальность приобретают услуги, предоставляемые индустрией гостеприимства, которые выступают средством оздоровления, обеспечения не только материального, но и морально-психологического комфорта людей, удовлетворения эстетических запросов. Зарубежные и отечественные

ведущие специалисты в области гостинично – ресторанного бизнеса подчеркивают, что в современных условиях высшей целью деятельности в сфере индустрии гостеприимства является, прежде всего, удовлетворение нужд клиента и только потом – повышение доходов ее предприятий. Все организационные уровни предприятий должны участвовать в процессе выявления клиентов и находить способы не только удовлетворить эти ожидания, но и превзойти их.

В условиях современного перенасыщенного информацией рынка, когда потребитель постоянно испытывает непрерывный прессинг со стороны рекламы и других средств маркетинговых коммуникаций, именно фирменный стиль может сыграть ключевую роль в успешности предприятий размещения.

Для успешного решения многоплановых задач по удовлетворению нужд клиента необходимо овладеть разнообразными профессиональными знаниями. Специалисты, занятые в сфере индустрии гостеприимства, должны быть полностью ориентированы на потребителя – клиента, гостя. В частности, современный специалист должен знать деловой стиль работы предприятия, научные основы стратегии его поведения на потребительском рынке товаров и услуг; уметь формировать конкурентоспособный фирменный стиль, умело использовать его элементы в конкретных условиях; четко знать внутреннюю структуру предприятия, его специфику.

Значение фирменного стиля для любой современной компании сложно переоценить. Фирменный стиль является лицом компании и во многом определяет первоначальное отношение потребителей к компании и к ее продукции. Фирменный стиль усиливает эффективность рекламных контактов с потребителями, и позволяет повысить эффективность рекламных и маркетинговых инвестиций в бренд. Фирменный стиль повышает доверие партнеров и способствует повышению общего имиджа и репутации компании на рынке. Особенно велика роль фирменного стиля для компании, работающей на любом остро конкурентном рынке, в производстве, торговле или сфере услуг.

В теории рекламы существует понятие "corporate advertising" – корпоративная реклама. В русском языке этот термин закрепился крайне неудачным эквивалентом – "имиджевая реклама". Составной частью "corporate advertising" является "corporate identity advertising" – реклама корпоративной идентичности, а вот этот термин, имеет очень емкий и точный русскоязычный аналог – "фирменный стиль" [1, с. 23].

В первую очередь определимся с понятием фирменного стиля. В более широком понимании фирменный стиль можно рассматривать как имидж организации в целом. То есть это совокупность приемов и методов (графических, словесных, аудиовизуальных и прочих), позволяющих четко идентифицировать компанию среди других. В рекламном, более узком понимании этого слова – это использование фирменной атрибутики

организации на различных носителях. Фирменный стиль представляет собой сочетание дизайнерских и рекламных решений в единой цветовой гамме, с едиными принципами изображения и подачи.

Фирменный стиль (Corporate Identity) – это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео и др.), которые обеспечивают некоторое единство всех изделий и услуг предприятия; улучшают восприятие и запоминаемость потребителями, клиентами, покупателями, партнерами, независимыми наблюдателями не только товаров и услуг, но и всей деятельности предприятия, а также позволяют противопоставлять свои товары, услуги и деятельность продукции конкурентов (увеличивать конкурентоспособность) [2, с. 14].

Фирменный стиль – это и средство формирования имиджа фирмы, а также определенный "информационный носитель", так как компоненты фирменного стиля помогают потребителю находить ваш товар и ваши предложения, формируя у него положительное отношение к вашей фирме, которая позаботилась о нем, облегчив процесс отбора информации или товара. "Высокий" фирменный стиль косвенно подтверждает надежность фирмы, как бы гарантирует, что фирма во всем соблюдает образцовый порядок, как в производстве, так и в любой другой деятельности.

Понятие фирменного стиля тесно связано с понятием имиджа, так как фирменный стиль – это как бы оболочка, которую наполняют конкретным содержанием, а эта, наполненная, оболочка плюс мероприятия по Public Relations (PR) и создают понятие имиджа фирмы.

Основными целями формирования фирменного стиля являются:

- 1) идентификация продуктов фирмы между собой и указание на их связь с фирмой;
- 2) выделение продуктов и услуг фирмы из общей массы аналогичных продуктов конкурентов;
- 3) формирование четкой рыночной позиции фирмы, ее продуктов и услуг на рынке.

Фирменный стиль обеспечивает предприятиям ряд преимуществ:

- помогает потребителям ориентироваться в потоке информации и быстро находить продукты и услуги фирмы;
- повышает эффективность рекламы;
- снижает расходы на формирование коммуникаций;
- обеспечивает достижение необходимого единства всей рекламы и других средств маркетинговых коммуникаций фирмы;
- способствует повышению корпоративного духа, объединяет персонал, вызывает чувство гордости за фирму;
- положительно влияет на эстетические чувства и общий эстетический уровень.
- другие фирменные константы

Фирменный стиль гостиницы – это не только дизайн здания, интерьер и декор. Это также и правила оформления печатной и сувенирной продукции,

рекламы, документации, принципы использования логотипа, определение фирменных шрифтов и цветов, внутренние стандарты гостиницы, корпоративная одежда, правила поведения персонала.

Задача фирменного стиля – сформировать у потребителя стойкие ассоциации именно с этой гостиницей, поэтому он должен делать гостиницу уникальной, выделять ее.

У фирменного стиля много понятий, но все они имеют один смысл – это индивидуальность фирмы, вынесенная на обозрение.

Это один из самых эффективных инструментов маркетинговой политики гостиницы, отеля, пансионата.

Понятие «разработка фирменного стиля» обычно включает в себя разработку комплекса неких стандартных решений для определенного набора носителей. Чаще всего, под элементами фирменного стиля понимаются: фирменный знак, логотип, в некоторых случаях герб, цвет компании и т. п. В качестве носителей может быть использовано практически все что угодно – начиная от автомобилей и заканчивая деловой документацией (договоры, шаблоны писем и т. д.) и картонажной продукцией (папки, записные книжки и т. п.) [3, с. 45].

Фирменный стиль, как правило, отражает идеологию компании и ее подход к бизнесу. Создавая фирменный стиль, всегда следует помнить о том, какое впечатление он должен производить.

У фирменного стиля есть три функции:

1. Имиджевая – является наиболее важной, формирующей имидж (образ) компании;

2. Идентификационная – отражает индивидуальность компании. Это своего рода «лицо», определяющее статус компании в ряду ей подобных и в то же время отличающее, идентифицирующее ее стиль;

3. Корпоративная – поддерживает и укрепляет внутрикорпоративную культуру. Есть два мнения о том, когда надо разрабатывать собственный фирменный стиль:

1) сразу, как только образовалась фирма;

2) по мере накопления достаточного количества средств и закрепления устойчивых направлений деятельности.

Фирменному стилю следует уделять внимание всегда, начиная с первых дней создания фирмы. Регистрируется фирма с определенным названием, это имя фирмы – уже носитель определенного стиля. Далее – заказывается печать фирмы, которая представляет собой шрифтографическую композицию и может быть носителем фирменного стиля и так далее, на каждом шагу по созданию своей фирмы [4, с. 56]. Дизайн фирменного стиля играет большую роль в восприятии конкретной торговой марки/бренда (от англ. – brand – клеймо) производителя или продавца товаров, услуг, поэтому успех создания фирменного стиля во многом зависит от квалификации дизайнеров. Как правило, дизайнерская часть работы выполняется отдельными дизайнерами или агентствами в

содружестве с психологами и специалистами по рекламе. Если пожелания предпринимателя совпадают с видением дизайнера, фирменный стиль получается наиболее удачным.

Разработка фирменного стиля должна строиться с учётом следующих моментов:

1) зрительное восприятие является первым, а подчас и последним при оценке атрибутики фирмы;

2) каждое предприятие должно иметь особый, только ему свойственный сим-вол. Фирменный стиль должен узнаваемо выделяться из общей массы;

3) для создания фирменного стиля следует выбирать такие символы и цвета, которые воздействовали бы на эмоциональном уровне на людей, вызывая чувства сим-патии и доверия к предприятию;

4) аксессуары фирменного стиля должны давать представление о масштабах деятельности предприятия, следует как можно ярче поддерживать своеобразие фирмы и ее отличие от конкурентов;

5) грамотно разработанный фирменного стиля делает предприятие на иболее авторитетным и привлекательным в глазах партнеров и клиентов;

6) выдержанный в едином стиле экстерьер фирмы благоприятно влияет на восприятие и эмоциональную оценку фирмы, создает положительный образ фирмы среди сотрудников, а также у общественности;

7) фирменный стиль формирует представление о фирме в целом, т. е. охватывает все направления деятельности. Как правило, общее впечатление о предприятии всегда более значимо, чем отзывы о работе в том или ином частном направлении.

Разработка фирменного стиля компании включает следующие этапы:

1. Составление технического задания, т. е. определение информационной нагрузки, которую должен нести фирменный стиль. Подробно изучается сфера деятельности компании вплоть до исследования сегмента рынка (при необходимости); образ, который должен создаваться в сознании потенциального потребителя. Разрабатываются варианты товарного знака, логотипа, а также пакет фирменного стиля, который включает множество компонентов.

2. Дизайнерская разработка:

- фонотипа (названия) и логотипа (графического исполнения);
- визуальных составляющих фирменного стиля;
- оригинала построения логотипа (знака) в масштабно-координационной сетке;
- цветового решения логотипа (знака);
- фирменного блока;
- цветового решения фирменного стиля;

- типографики фирменного стиля (гаммы шрифтов);
в носителей (элементов) стиля (в том числе дизайна фасада здания,
интерьера и др.).

3. Проведение патентных исследований.

4. Правовая защита.

Одним из главных и самых распространенных носителей фирменного стиля является обыкновенная визитная карточка, которая даже при наличии рекламы сохраняет свое значение. Несомненно, при разработке фирменного стиля важную роль играет корпоративная философия, ориентированная на конечного потребителя.

Таким образом, фирменный стиль играет неопределимую роль для развития предприятий размещения, который повышает производительность труда и ответственность работников за качество предоставляемых услуг. Хороший фирменный стиль привлекает потребителей, способствует формированию благоприятного имиджа и усиливает эффективность рекламных контактов с потребителями.

Литература

- 1) Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений.-2-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – С. 206–212.
- 2) Квартальнов В. А. Менеджмент туризма «Туризм как вид деятельности» – М. «Финансы и статистика» – 2002 г. – 288 с.
- 3) Скараманга В. П. Фирменный стиль в гостеприимстве: Учеб. пособие. – М: Финансы и статистика, 2005. – 192 с.
- 4) Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / А. И. Фролов, Г. А. Аванесова, Л. П. Воронкова, В. И. Маслов и др.; Под ред. Л.П.Воронковой, – М.: Аспект Пресс, 2010. – 367 с.

В. Переваров

И. Ярченко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ИМПЕРАТИВЫ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация. В статье рассмотрены принципы и специфика формирования имиджа предприятия сферы гостеприимства. Исследованы императивы формирования имиджа предприятия сферы гостеприимства: психологическое воздействие на целевые рынки гостинично-ресторанного бизнеса, комплекс маркетинговых коммуникаций, организационная культура

предприятия. Определено, что корпоративный имидж прослеживается: в фирменном названии; эмблеме; символах; униформе и профессиональных навыках самих сотрудников; во многом другом, включая безупречную репутацию.

Ключевые слова: имидж, императивы, сфера гостеприимства.

Annotation. The article describes the principles and specifics of enterprise formation image in hospitality. The imperatives for shaping the image of enterprises hospitality industry are researched : psychological impact on the markets for hotel and restaurant business target, marketing communications, organizational culture of the enterprise. It was determined that the corporate image can be traced: in the company name; logo; symbols; uniform and professional skills of employees; in many other , including reputation.

Key words: image, imperatives, and hospitality..

Гостиничная индустрия и ресторанный бизнес все чаще начинают интересовать специалистов в области имиджмейкнства с точки зрения многоплановости и разнообразия вариантов восприятия. Общее восприятие гостиницы, сложившееся на основе информации и прошлого опыта потребителя составляют ее имидж. Его основу составляют целенаправленно создаваемый и поддерживаемый стиль межличностных отношений персонала и деловых и официальная атрибутика. Через имидж до широкой публики доводится мысль, что коммерческая деятельность гостиничного предприятия имеет своей целью качественное удовлетворение потребностей людей. Имидж гостиничной услуги представляет собой устойчивое представление об отличительных характеристиках гостинично-ресторанной услуги, придающих ей особое своеобразие и выделяющих ее из ряда аналогичных.

Принципами имиджа гостиничного предприятия являются: неизменность - соблюдение с течением времени целостного фирменного стиля; единая форма работы с клиентами и партнерами; неизменность реквизитов гостиничного предприятия (телефона, адреса или E-тш1). Имидж гостиницы целенаправлен на: узнаваемость гостиницы по любому ее проявлению; создание благоприятного впечатления на рынке, соответствующего тому, как гостиница себя позиционирует; поддерживающий имидж, мотивирующий сотрудников на повышение качества услуг и эффективности труда.

Формирование имиджа гостиничных услуг недостаточно просто связать с продвижением потребительских свойств услуги в силу их неосязаемости и других только им присущих особых свойств, этот процесс имеет ярко выраженную специфику. Эта специфика проявляется, в частности, в том, что гостиница, как правило, в состоянии задействовать наиболее активно влияющие на потребительское восприятие составляющие реального процесса обслуживания только в ходе самого процесса. А до начала имидж предлагаемых гостиничных и ресторанных услуг в сознании потребителей формируется под воздействием косвенных материальных свидетельств

(например, внешнего вида гостиницы и работающих там сотрудников, состава технологического оборудования и т. п.), а также на основе иной информации, предваряющей процедуру оказания услуги. В значительной мере имидж формируется с помощью корпоративной рекламы.

Потребители весьма чутко реагируют на наличие в предлагаемых гостиничных услугах осязаемых элементов, помогающих оценить потенциальное качество обслуживания. К таким элементам можно отнести: оформление интерьеров (особенно актуально для гостиничных, ресторанных услуг); контингент клиентов, уже пользующихся услугами данной гостиницы; системы коммуникаций; внешний вид руководителей гостиницы и ее служащих; возможные скидки и система бонусов; наличие и виды технологического оборудования; уровень используемой оргтехники и расходных материалов. Эти и другие осязаемые элементы маркетинговых услуг могут оказывать благоприятное воздействие на новых потенциальных клиентов гостиничного предприятия и становиться инструментами маркетинговых технологий, направленных на получение дополнительных конкурентных преимуществ.

Не менее важны также и императивы психологического воздействия на целевые рынки гостинично-ресторанного бизнеса, выражающиеся в способности гостиницы: поддерживать на достойном уровне деловую репутацию гостиницы и авторитет торговой марки предлагаемой услуги; создавать неповторимый имидж своего гостиничного комплекса и предоставляемых им услуг, гостиничных продуктов; формировать каналы распространения позитивной информации об удовлетворении запросов клиентов «из уст в уста», через лидеров общественного мнения и другие инструменты, среди которых можно выделить подготовку различного рода материалов (докладов, отчетов, инструкций, выписок из учредительных документов, листовок, буклетов, статей и плакатов), облегчающих взаимодействие клиентов с гостиницей.

По мере насыщения рынка услуг доминирующая роль функциональной ценности гостиничных услуг снижается. На передний план все чаще выходят задачи наделения услуг индустрии гостеприимства компонентами социально-психологических ценностей, носителем которых выступает имидж гостиничного продукта, позволяющий потребителям осознанно или неосознанно идентифицировать этот имидж и свое положение на ступенях социальной лестницы. Имидж продуктов отражает их особенности, лежащие за пределами реальной сущности. Природа имиджа строится как на воспринимаемом образе товара, так и на тех ассоциациях, которые этот образ вызывает. Целевая ориентация на формирование выигрышного имиджа предложений в современном гостинично-ресторанном бизнесе трансформируется в стратегию создания и продвижения фирменных (торговых) марок этих предложений (брендинг). Имидж предлагаемой услуги в огромной мере зависит от имиджа самой гостиницы. Корпоративный имидж прослеживается: в фирменном названии; эмблеме; символах;

униформе и профессиональных навыках самих сотрудников; во многом другом, включая безупречную репутацию.

Важнейшим императивом является комплекс маркетинговых коммуникаций. Именно этот комплекс связывает воедино стратегии продуктовой дифференциации и позиционирования. В этом контексте имидж гостиничного продукта выступает как его внешний образ, формируемый гостиничным предприятием и воспринимаемый целевыми потребителями посредством личных или неличных каналов маркетинговых коммуникаций. На рынке гостинично-ресторанных услуг относительно большую значимость имеют личные коммуникационные каналы. Особое значение каналы личной коммуникации приобретают в тех случаях, когда предлагаемые услуги гостинично-ресторанного бизнеса несут особый социальный статус, являются дорогостоящими, редко приобретаемыми или имеют высокий уровень риска, связанный с их приобретением. Во всех этих случаях, практически всегда, имеют место высокодифференцированные услуги.

Политика формирования имиджа, связанная с маркетингом отношений и осуществляемая с целью обеспечения лояльности клиента, имеет много функций, но прежде чем принять решение о ее использовании в той или иной форме, руководство гостиницы должно по возможности максимально точно определить основные причины для подобного рода действий со своей стороны и совершенно четко представлять конечные результаты. Как правило, речь идет о точной направленности, например на выделенные целевые группы потребителей.

Имидж гостиницы связан с организационной культурой предприятия, влияние которой на ее деятельность проявляется в следующих формах: идентификация сотрудниками собственных целей с целями гостиницы и с самой организацией в целом через принятие ее норм и ценностей, реализация норм, предписывающих стремление к достижению целей, формирование стратегии развития гостиницы, единство процесса реализации стратегии и эволюции организационной культуры под влиянием требований внешней среды. В настоящее время организационная культура во многих гостинично-ресторанных комплексах - это не только разделяемые его работниками ценности и убеждения, предопределяющие нормы их поведения и характер жизнедеятельности. Это также и активный фактор повышения конкурентоспособности гостиницы, адаптивности и эффективности производства гостинично-ресторанных услуг.

На современном рынке большинство гостиниц стремятся к созданию в общественном сознании и восприятии целевых потребителей ярких и запоминающихся образов предоставляемых ими услуг. Но нужно признать, что далеко не многим удается воплотить указанные стремления в осмысленную программу действий и эффективно реализовать ее на практике. Главной целью этих программ выступает формирование выигрышного имиджа предлагаемой гостиничной услуги.

Императивом в программе реализации гостиничных услуг приобретают: решения в области формирования имиджа гостиничного предприятия и его услуг, отклики в средствах массовой информации («паблисити»), спонсорство. Одной из основных форм не прямой рекламы является комплекс мероприятий, объединенных понятием паблик рилейшнз (PR), представляющего собой вид социально-психологического бизнес-менеджмента, обусловленного законами, традициями и потребностями общества, управляемого процесса коммуникации между различными группами общества. Работа по поддержанию связей с общественностью базируется на национальном менталитете, социальных исследованиях, идеологической схеме воздействия на массовое сознание. Она отлична от рекламы в прямом понимании этого термина, не может оцениваться конкретными коммерческими результатами. Эффективная политика PR связана с обеспечением благополучия гостиницы, как в ближайшем, так и в более отдаленном будущем.

Таким образом, сложившуюся на сегодня ситуацию в конкурентной политике гостиничного бизнеса характеризует такая крылатая фраза: «Гостиничное обслуживание все состоит из очень важных мелочей». И чем лучше учитывается все эти «мелочи» при обслуживании гостей, чем более полно учитываются потребности гостя, тем лучше обслуживание, тем больше у такой гостиницы шансов выстоять в конкурентной борьбе с аналогичными предприятиями, тем привлекательней имидж предприятия гостиничной сферы.

Список использованной литературы

1. Джум Т.А., Денисова Н.И. Организация гостиничного хозяйства: учеб. пособие / Т.А. Джум, Н.И. Денисова – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
2. Кнышова Е.Н., Белозерова Ю.М. Менеджмент гостеприимства: учеб. пособие / Е.Н. Кнышова, Ю.М. Белозерова. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА – М, 2010. – 512 с.
3. Кобяк М.В., Скобкин С.С. Управление качеством в гостинице: учеб. пособие / М.В. Кобяк, С.С. Скобкин. – М.: Магистр, 2010. – 511 с.
4. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 493 с.
5. Джум Т.А. Имидж конкурентоспособной гостиницы/ Т.А. Джум - // Социально-гуманитарное знание. – 2014. - №5. – С. 17-27.

И. Ярченко

В. Переваров

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА: ИМПЕРАТИВНЫЙ ПОХОД

Аннотация. В статье рассмотрены характеристики имиджа предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Исследован семиотический подход к формированию имиджа предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. Определены установки/императивы, которые операционализированы при помощи двух- или трехимперативной теории. Рассмотрен императивный подход как целенаправленный, структурированный и консистентный. Определено, что имидж предприятия гостинично-ресторанного бизнеса может быть концептуализирован как совокупность воспринимаемых характеристик организации двух типов: реальные атрибуты организации, атрибуты, привнесенные создателями имиджа, которые оказывают непосредственное влияние на образ, сформированный в сознании стейкхолдера по отношению к организации.

Ключевые слова: имидж, императивный подход, предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

Annotation. The article considers the characteristics of enterprise's hotel and restaurant business image. Semiotic approach to the formation of enterprise's hotel and restaurant business image was researched. The parameters/imperatives which are operationalized using two or trigenenerative theory are defined. Mandatory approach is considered as purposeful, structured and consistent thing. It is determined that the image of enterprise's hotel and restaurant business can be conceptualized as a set of perceived characteristics of two organization types: real attributes of the organization, the attributes introduced by the creators of image that directly affect on the image that is formed in the mind of stakeholder in relation with the organization.

Key words: image, imperative approach, enterprises of hotel and restaurant business.

Исходным пунктом в понимании формирования имиджа гостиничного или ресторанного предприятия может послужить модель принятия потребителем решения о покупке услуг, разработанная в рамках классической теории бихевиоризма. Клиент рассматривался как «черный

щик», чьи внутренние, невидимые действия при анализе внешних действий изначально не учитывались, поскольку они не могли быть измерены; измерялись лишь видимые реакции человека на определенные раздражители. Благодаря развитию необихевиористской теории позднее было признано, что не менее важным является понимание процесса обработки информации индивидуумом, следствием протекания которого могут быть различные реакции при воздействии одинаковых раздражителей. Таким образом, в рамках модели «стимул-организм-реакция» происходит формирование имиджа предприятия гостинично-ресторанного бизнеса или продукта, которое может быть объяснено психологическими императивами «вовлеченность», «внимание», «восприятие» и «обучение», а также при помощи когнитивных, аффективных компонент восприятия и установок.

Важной характеристикой имиджа предприятия гостинично-ресторанного бизнеса является его символическая природа, поскольку реакция предприятия, как организма может быть представлена в результате воздействия определенных стимулов, представленных символическими структурами. Основные черты символического мира исследуются семиотикой, теорией информации и структурной лингвистикой. Поскольку имидж является символическим образом, к рассмотрению данного понятия может быть применен семиотический подход, которой концептуализирован в работе Е.Б. Перелыгиной «Психология имиджа», а также в ряде работ по теории коммуникации и рекламной деятельности [1]. Семиотика раскрывает скорее не процесс формирования имиджа и результат его воздействия, а средства формирования, что может дать недостающие факты в построении модели формирования и оценки сформированности имиджа предприятия гостинично-ресторанного бизнеса. С точки зрения семиотического подхода символ представляет собой одну из разновидностей знака, являясь одной из трех «вершин» семиотического треугольника, предложенного Акерлофом Д.А. и Крэнтоном Р.И. [2]. Дагаева Е.А. рассматривает отношения «между любыми предметами как знаковые (например, стол может рассматриваться как символ сидевшего за ним человека). Мысль в его понимании «неотделима от способов своего выражения» [3].

Трактовка термина «имидж» опирается на психологические конструкты «образ» и «установка». Мысленные образы возникают в результате получения, обработки, накопления и сохранения информации и могут рассматриваться как заученные картины восприятия, являясь тем самым субъективными, когнитивными моделями отрезков реальности. Они содержат, как правило, только избранную часть массы всех элементов, которые описывают данный отрезок реальности.

В западноевропейской научной литературе по маркетингу в качестве синонима имиджа выступает психологический конструкт «установка», которая операционализирована при помощи двух- или трехимперативной теории. Первая рассматривает когнитивные императивы, которые обозначают субъективное знание об объекте, и аффективные императивы, которые

описывают эмоциональные, продиктованные чувствами оценки объекта. Последняя добавляет конструкту третий императив – готовность к действию по отношению к объекту [4]. Установки, по мнению западных исследователей, выполняют четыре основных императива: установки соответствующую потребностям; установки подчинены стремлению к редукции внутреннего конфликта; установки служат демонстрации отношения к ценностям; установки структурируют восприятие окружающего мира и облегчают процесс принятия решения. Как отмечает Шибутан Т. имиджи представляют собой «ценность психической разгрузки»: они упрощают и облегчают субъективное переживание действительности; они оказывают влияние на восприятие и суждения; они действуют как регуляторы поведения и удовлетворяют потребности, которые они же при этом могут вызвать» [5].

Императивный подход рассматривает имидж не только как инструмент для достижения определенных целей, но и как объект управления, целенаправленный, структурированный и консистентный менеджмент которого способен привести организацию к достижению цели деятельности. Ряд исследователей связывает формирование имиджа с понятиями «идентичность», «корпоративный стиль», «торговая марка», «бренд», «репутация», которые приобрели особое значение в маркетинговой деятельности организаций в свете нарастающей конкурентной борьбы и специфики современного потребления. В маркетинге различают 5 основных вида имиджей: имидж продуктовой группы, имидж марки, имидж фирмы, имидж личности и имидж территории. Эти виды имиджа не являются независимыми – они скорее расположены в иерархическом отношении друг к другу. Обобщая существующие теории имиджа организации, предполагает, что идентичность, имидж и репутация являются взаимобусловливающими переменными, при этом оказывают обратное взаимное влияние друг на друга.

Имидж в целом и имидж предприятия гостинично-ресторанного бизнеса в частности, в отличие от идентичности, есть целостный образ организации, сформированный в восприятии индивидуальным стейкхолдером в зависимости от различных факторов внешнего окружения и внутреннего мира стейкхолдера. Существует большое количество подходов к структуре имиджа. И.А. Сырцева выделяет следующие характеристики имиджа организации: двойственный характер - динамичность и статичность [см. также 10]; тактивность; наличие своей аудитории; структурированность; наличие ценностной характеристики [6].

Имидж предприятия гостинично-ресторанного бизнеса может быть концептуализирован как совокупность воспринимаемых характеристик организации двух типов: реальные атрибуты организации, атрибуты, привнесенные создателями имиджа, которые оказывают непосредственное влияние на образ, сформированный в сознании стейкхолдера по отношению к организации.

Таким образом, формирование имиджа предприятия гостинично-ресторанного бизнеса представляет собой сложный многомерный процесс

целенаправленного и произвольного формирования образа организации в ходе интересубъектного взаимодействия, происходящего в процессе коммуникации посредством знаковых систем на различных уровнях социального взаимодействия. Можно заключить, что имидж для предприятия гостинично-ресторанного бизнеса играет первостепенную роль в ходе формирования репутации, которая является ключевым фактором при принятии решения стейкхолдерами относительно вступления в ресурсный обмен с организацией.

Список использованной литературы

1. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие. Раздел I. Параграф №1: Понятие имиджа (с сокращениями). М.: Аспект Пресс, 2012.
2. Акерлоф Д.А., Крэнтон Р.И. Идентичность и экономика организации // Российский журнал менеджмента. - 2010. - Т. 8. - № 2. - С. 107-130.
3. Дагаева Е.А. Методология изучения имиджа как социально-психологического феномена // Психологическая наука и образование. - 2011. - №1. URL:www.psyedu.ru (дата обращения 17.04.2014).
4. Елина Е.А. Семиотика рекламы: уч. пособие. - М.: 2010.
5. Шибутани Т. Социальная психология // Т. Шибутани. - Ростов-н/Д.: «Феникс», 2009. - 544 с.
6. Сырцева И.А. Стратегии оптимизации имиджа франчайзинговой организации. М: 2003 г. – 306 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ И СПОРТА

Е.Н.Асташова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ДВИГАТЕЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ И ФИЗИЧЕСКИЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ И СТУДЕНТОВ С ДЦП

Аннотация. Асташова Е.Н. Лимонченко А. С. Двигательная активность и физические упражнения для учащихся старших классов и студентов с ДЦП. В статье рассмотрены основные упражнения и принципы корректировки физических дефектов у школьников старших классов студентов с ДЦП.

Ключевые слова: студенты, ДЦП, физическая активность, дефекты.

Актуальность (постановка проблемы). Детский церебральный паралич (ДЦП) является достаточно распространенным заболеванием в наше время. Такие люди нуждаются в постоянной поддержке и реабилитации как психологической, так и физической. В большинстве случаев ребенка чрезмерно опекают, не формируют у него практических навыков и умений, не приучают к самостоятельности, к преодолению трудностей, переоценивают его интеллектуальные возможности и способности. В результате чего у ребенка складывается эгоцентричный, эгоистичный характер, развивается иждивенчество, понижается самооценка.

Другой крайностью семейного воспитания является «запущенность» этих детей. Они много времени проводят в больницах, санаториях, оторванные от дома, лишены материнского внимания, привязанности. Неправильное воспитание в семье отчасти усиливает дисгармоничность развития личности детей с ДЦП, имеющих резидуально-органическую основу.

В комплексе это приводит к тому, что в основном, дети и подростки, которые поступают в высшие учебные заведения и становятся студентами, психологически не готовы к началу учебной деятельности. Они быстро теряют интерес к занятиям, пасуют перед трудностями, не доводят начатое до конца. Низкая интеллектуальная работоспособность сочетается у них с нарушением внимания и памяти. Для всех этих детей характерна недооценка имеющегося у них двигательного дефекта при завышенной самооценке, выраженные нарушения целенаправленной деятельности, в результате чего при нормально сохраненном интеллекте они не воспринимают учебный материал в полном объеме.[3,191].

Особое внимание составляют студенты высших учебных заведений с детским церебральным параличом. Попав в новые условия существования и

определенной перегруженности информацией, такие студенты требуют особого внимания со стороны педагогов.

Анализ последних исследований и публикаций. Затронутая проблема является весьма актуальной в наше время, поэтому публикации на эту тему постоянно появляются в научной периодике, например Вестнике ЛНУ имени Тараса Шевченко и др.

Формулирование целей статьи. Определить особенности моторики больных детским церебральным параличом, выделить ряд упражнений, которые улучшат физическое состояние учеников старших классов и студентов.

Методы исследования: эмпирические (анализ документов, научной литературы по данной теме).

Результаты исследования. Детский церебральный паралич (ДЦП) является обобщающим термином для группы заболеваний, которые проявляются в первую очередь нарушениями движений, равновесия и положения тела. Причинами возникновения церебрального паралича является нарушение развития мозга или повреждением одного или нескольких его частей, которые контролируют мышечный тонус и моторную активность (движения). Первые проявления поражения нервной системы могут быть видимыми сразу после рождения, а признаки формирования ДЦП могут проявляться еще в грудном возрасте. Малыши с церебральным параличом преимущественно отстают в своем моторном развитии и позже всех достигают таких движений, как переворачивание, сидение, ползание и ходьба. [2].

Особенностью студентов, больных ДЦП, является невозможность осуществления полного контроля над сознательными движениями и координацией работы мышц, то есть проявляется потеря мышечного тонуса, что является определенными физическими недостатками. Они могут проявляться в нарушении равновесия, координации, непроизвольными движениями, гипотонией или гипертонией мышц, что в целом составляет моторную недостаточность, связанную с органическим поражением нервной системы. Часто моторные нарушения сопровождаются нарушением деятельности органов пищеварительной и дыхательной систем, деформацией скелета. Все это сопровождается психологической пассивностью и низкой физической активностью [1].

Значительный вклад в разработку новых способов реабилитации и методов лечения сделан К.А. Семеновой [4]. Она разработала комплексный подход, предусматривающий одновременное воздействие на различные функциональные уровни головного мозга. Комплекс лечебных мероприятий направлен на одновременное воздействие и тренировку двигательных, психических, речевых функций и социальную адаптацию.

При лечении больных занятия проводятся в специализированных группах численностью от 10 до 25 человек, с подобной формой заболевания. Студенты вместе занимаются, наблюдают друг за другом и поощряют друг

друга к выполнению упражнений. Инструкторы руководят группой и обеспечивают мотивирующее окружение и эмоциональную поддержку. Целые программы направлены на повышение общего уровня развития группы и умениями каждого отдельного занимающегося.

Занятия в группах структурированы и проводятся в соответствии с разработанной программой. Программа включает в себя блоки, которые состоят из комплексов упражнений и педагогических занятий, которые проводятся в игровой форме. Комплексы упражнений, а также задачи, которые в них входят, подбираются в зависимости от характера патологии у больного, его двигательных и интеллектуальных возможностей. Все упражнения комплекса базируются на физиологических движениях.

В комплекс входят упражнения с различными предметами и спортивным инвентарем, упражнения с мячом, на лестнице, на гимнастической скамейке, с гимнастической палкой, а также дополняются ходьбой и упражнениями возле шведской стенки. При проведении занятий используется специально разработанная для этой методики мебель - лестницы, столы, тумбы, изготовленные из дерева с закругленными поверхностями.

Для восстановления двигательной активности человека с ДЦП необходимо соблюдать ряд принципов. Прежде всего, следует подбирать упражнения, которые человек в состоянии выполнить. Если больной не может справиться с двигательной задачей, он теряет к нему интерес и уверенность в том, что данное упражнение возможно выполнить. Для недопущения этого необходимо:

- разложить упражнения на отдельные элементы и попробовать выполнить их по очереди;
- важно не количество, а качество (правильность) выполнения упражнений;
- упражнения следует проводить на специальных тренажерах и с помощью специальных приспособлений;
- упражнение не должно «надоедать»; необходима постоянная смена тренажеров, максимальная вариация их использования в течение дня и недели; постоянная смена ритма и повторяемости упражнений изо дня в день.

Формирование движений должно происходить в определенной последовательности, а именно: начиная с головы, затем - руки - туловище, руки - туловище, ноги и взаимные движения. При этом движения руками и ногами должны выполняться сначала в крупных суставах, затем постепенно охватывать меньшие [5,488].

Выводы. Таким образом, процесс обучения в высшем учебном заведении в большинстве случаев характеризуется пониженной двигательной активностью и недостаточным физическим развитием, приводит к различным осложнениям и снижению здоровья у больных ДЦП. Улучшить это состояние

можно с помощью различных упражнений, которые будут выполняться под руководством преподавателя.

Литература:

1. Азарский И. М. Лечение ДЦП / И. М. Азарский, А. А. Азарская, В. М. Мороз. - Винница - Хмельницкий, 2005. - 154 с.
2. Детский церебральный паралич.-[Http: //uk.wikipedia.org/wiki/](http://uk.wikipedia.org/wiki/)
3. Семенец В. П. Коррекционно-восстановительная работа в специальной школе для детей с последствиями полиомиелита и детским церебральным параличом / - Вестник ЛНУ имени Тараса Шевченко № 10 (197), Ч. II 2010 -с.191-195
4. Семенова К.А. Восстановительное лечение больных с резидуальной стадией детского церебрального паралича.- М.: Антидор, 1999 - 384 с.
5. Физическая реабилитация: Учебник для студентов высших учебных заведений / Попов С.Н.- Ростов-на-Дону, 2005. 602с.

М.В. Жукова

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ХАРАКТЕРИСТИКА ЭСТЕТИЧЕСКОЙ ГИМНАСТИКИ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Аннотация. В данной статье будут рассмотрены главные теоретические аспекты эстетической гимнастики, ее влияние на здоровье женского населения. Проанализирована дальнейшая возможность развития, как массового спорта, так и спорта высоких достижений.

Ключевые слова. Эстетическая гимнастика, вид спорта, здоровье, гибкость, движения.

Эстетическая гимнастика – это новый вид спорта, который имеет тенденцию к высоким темпам развития. Возрастной диапазон может включать девочек, девушек и женщин от пяти до сорока, а иногда и более лет, что ставит перед исследователями проблему, связанную с организацией и проведением тренировочного процесса и соревнований по эстетической гимнастике с различными возрастными группами.

Популярность эстетической гимнастики связывается со зрелищностью и эмоциональностью, основанной на танцевальных движениях, использовании музыкального сопровождения, акробатических упражнений и поддержек, которые направлены на создание и передачу художественно-двигательного образа. Музыка, движения спортсменок, их костюмы и

макияж сливаются в единый образ, который должны эмоционально понять и воспринять как зрители, так и судьи.

Уникальность данного вида спорта основана на интеграции танца, балета, циркового искусства, синхронного плавания, йоги и аэробики, что делает данный вид спорта привлекательным для тех спортсменов, которые уже исчерпали свои возможности в других видах спорта, но при этом имеют, природную гибкость, чувство ритма, минимальную растяжку и огромное желание тренироваться и показывать свое мастерство на соревнованиях различного уровня.

По мнению автора первой в России диссертации «Методика занятий эстетической гимнастикой с девочками 6-9 лет» (2007) Исаевой Анны, на современном этапе развития сложно-координационных видов спорта требуется разработка новых систем занятий массовыми видами гимнастики, что в свою очередь позволило бы привлечь женское население к регулярной двигательной активности. Как известно, что в последнее время наблюдается тенденции к снижению двигательных действий именно у школьников. А занятия профессиональными видами спорта, тоже не всегда хорошо. Например, чрезмерные нагрузки при занятиях художественной гимнастикой в спортивных школах, в равной мере не способствуют гармонизации морфофункциональных показателей и физических возможностей организма занимающихся [3].

Эстетическая гимнастика несет в себе большой воспитательный потенциал, так как является групповым видом спорта, который выполняется без предмета под музыку, всеми участниками команды одновременно. Синхронность в этом виде гимнастики стоит на первом плане. Все движения вытекают одно из другого, каждое новое движение происходит от предыдущего, выполняется плавно, но изменяется в динамике и в скорости. Композиция включает универсальные и разнообразные движения тела: волны и взмахи, прыжки и подскоки, спиральные повороты и танцевальные шаги, равновесия и прыжки. Для этого необходима: гибкость, скорость, сила, координация и способность двигаться без усилий, а также музыкальность.

Следует отметить, что в эстетической гимнастике допускаются и приветствуются различные варианты поддержек, что добавляет зрелищности и интереса к тренировочному и соревновательному процессам. Для достижения поставленной цели в этом виде спорта, как считают ученые, команда должна тренироваться минимум шесть раз в неделю по два часа.

Отличие и преимущество занятий эстетической гимнастикой от занятий другими видами гимнастики состоит в большей вероятности сохранения здоровья ребенка, в продлении спортивной карьеры.

Женщинам важно заниматься этим видом спорта, поскольку он влияет на улучшение здоровья, поднимает эмоциональное состояние, конструирует позитивную среду для общения, взаимовыручки, взаимопонимания и просто позволяет общаться между собой.

Большое значение в организации и проведении занятий эстетической гимнастикой с различными возрастными группами придается правильной методике, знанию теоретических основ данного вида спорта и наличию материально-технической базы, что способствует достижению более высоких результатов в соревновательной деятельности.

Упражнениям эстетической гимнастике, также как и упражнениям художественной гимнастики присущи динамичность, целостность и танцевальность. Динамичность движений обусловлена интенсивным передвижением по площадке, выполнением движений с различной амплитудой, скоростью, силой. Целостность упражнений предполагает участие всех звеньев тела в любом выполняемом движении. Танцевальность упражнений заключается в умении придать движениям различный характер и разную эмоциональную окраску. При этом движения выполняют в определенном ритмическом рисунке и повторяют в необходимой последовательности [1].

На достижение результата в эстетической гимнастике, как и в других видах спорта, влияют учет общих закономерностей развития физических качеств и формирование умений и навыков на уровне овладения техникой данного вида спорта в различных возрастных группах. Среди данных закономерностей наиболее важное значение имеет учет сенситивных периодов, в которые физические качества естественно подвергаются наибольшему приросту в развитии в соответствии с изменением уровня физического развития в различные возрастные периоды.

Тренировочные воздействия в сенситивные периоды наиболее эффективны. При этом возникает более выраженное развитие физических качеств – гибкости, ловкости, быстроты, силы, выносливости и др., наилучшим образом происходят реакции адаптации к физическим нагрузкам, в наибольшей степени развиваются функциональные резервы организма.

Сенситивный период развития гибкости 3-4 до 15 лет; ловкость – с 7-10 до 13-15 лет; быстрота – 11-14 лет (максимальный уровень достигается к 15-летнему возрасту); абсолютная мышечная сила – 14-17 лет (максимальное значение сила достигает к 18-20 годам); общая выносливость – в 15-20 лет (максимальное значение – в 20-25 лет) [2, С.367].

Именно на протяжении сенситивных периодов применяемые средства и методы в физическом воспитании дают наилучший тренирующий эффект. В последующие периоды те же средства и объемы тренировочных нагрузок подобного прироста физических качеств не обеспечивают [2, С.367].

Данный вид спорта пока не является олимпийским, но он имеет полностью сформированную систему, собственную федерацию, правила соревнований, программу развития, регулярно проводятся соревнования разного уровня, пользуется популярностью как самих занимающихся, так и у зрителей. Большое внимание уделяется здоровью спортсменов и пропаганде здорового образа жизни общества.

Занятия эстетической гимнастикой имеют свою специфику, а именно:

Во-первых, эстетическая гимнастика – это групповой вид спорта. В состав соревнующейся команды входит минимальное количество 6 человек и максимальное до 14 у детей до 8 лет, а с 10 лет и старше только 10 человек может выступать на ковре и две запасные гимнастки. Исходя из правил соревнований по эстетической гимнастике, все члены команды должны выполнить необходимые элементы одновременно, последовательно или в течение короткого промежутка времени, за небольшое различие в исполнении судья может наказать 0.1 балла за каждый раз. Во избежание этого наказания гимнасток стараются обучать и воспитывать в одной группе и у одного тренера, что является отличительной чертой, например, от художественной гимнастики, где в групповом упражнении могут участвовать гимнастки, занимающиеся у разных тренеров. С раннего детства гимнасток обучают дружбе, единству.

Во-вторых, занятия эстетической гимнастики направлены на сохранение здоровья. В правилах соревнований аспект здоровья связан с техническими ошибками, а именно: не соблюдение правильных позиций (линии) плеч и бедер, положение опорной ноги, форма элементов, двустороннее развитие мышц и растяжка на обе ноги: минимум одно равновесие и один прыжок на не доминирующую ногу для всей команды и мышечный контроль, осанка при исполнении поддержек.

В-третьих, главной составляющей эстетической гимнастики являются пластичность движений, которая проявляется в исполнении различных волн и взмахов, чему во время учебно-тренировочного процесса уделяется больше количество времени.

Следует отметить, что в большинстве видов спорта, связанных с женской гимнастикой, у спортсменок после двадцати лет перспектив достижения высокого результата остается мало, продолжают заниматься только самые талантливые. В эстетической гимнастике спортсменка после двадцати лет, считается самой перспективной.

Перспективы развития гимнастики разнообразны. А именно возможно разделение на спорт высоких достижений и массовый спорт. Однако главной задачей является пропаганда здорового образа жизни, сохранение и улучшение здоровья.

Развитие данного спорта на территории Луганской Народной Республики на начальной стадии – стадии возрождения этого вида спорта. Следовательно, возможно создание новых категорий «А» - спорт высоких достижений, «Б» - массовый спорт, «З» - здоровье, как инклюзивный вид спорта, для тех кто имеет отклонения в состоянии здоровья и для женщин от 30 и более лет.

Список используемых источников и литературы

1. Ротерс, Т.Т. Музыкально-ритмическое воспитание и художественная гимнастика / Т.Т. Ротерс. – М.: Просвещение, 1989. – с.175
2. Солодков, А.С. Физиология человека. Общая. Спортивная. Возрастная: учебник для высших учебных заведений физической культуры / А.С. Солодков, Е.Б. Сологуб. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Олимпия, 2005. – С.367
3. Конеева, Е.В. Эстетическая гимнастика. История, техника, правила соревнований : учебное пособие. / Е.В. Конеева, Л. П. Морозова, П.В. Ночевнова. – М: Прометей, 2013. – с.170

А.С.Лимонченко

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко*

ДЕТСКО-ЮНОШЕСКИЙ СПОРТ В МИРЕ

Аннотация. Лимонченко А.С., Асташова Е.Н. Детско-юношеский спорт в мире. Особенности организации детского спорта в разных странах мира. В статье изложены основные вопросы, посвященные организации и особенностям развития детско-юношеского спорта в наиболее успешных, с точки зрения спорта, странах мира. А также проанализированы основные факторы, определяющие данные особенности, мировые тенденции и общие проблемы, актуальные для детского спорта.

Ключевые слова: детско-юношеский спорт, система, организация, управление, подготовка, социально-экономические аспекты, сравнительный анализ.

Постановка проблемы. Детско-юношеский спорт в обществе имеет кардинальное значение не только с точки зрения подготовки спортивного резерва, но также как мощное средство воспитания подрастающего поколения, формирование физически и психологически здоровой нации. Сегодня все чаще приходится рассматривать детско-юношеский спорт как часть производственной деятельности общества, результатом которой является создание нематериальных благ в форме услуги. Потребителями этого блага есть как отдельный индивид, так и общество в целом. В процессе адаптации детско-юношеского спорта в новых экономических условиях хозяйствования, в ряде стран возникли проблемы, связанные, прежде всего с пересмотром взглядов на детско-юношеский спорт как на объект рыночных отношений.

Анализ последних исследований и публикаций. Публикаций на эту тему на сегодняшнее время есть немного, и основная их часть посвящена, в

основном, вопросам теории и методики подготовки и отбора спортсменов и т.п. [2]. Это связано с тем, что тема организации детско-юношеского спорта в условиях рыночной экономики, в условиях существования профессионального спорта для специалистов в странах, ранее входивших в состав Советского Союза, до поры до времени была полностью закрытой для изучения. Сегодня мы имеем рабочий материал по данной тематике, но пока остается ощутимый дефицит.

Методы исследования. В процессе данного исследования использовались следующие методы: библиографического и ретроспективного анализа, теоретического обобщения и сравнения, системный и комплексный подход.

Формулирование целей статьи. Целью данной работы является проведение сравнительного анализа организации и развития детско-юношеского спорта в различных странах мира, обзор системы организации спортивной работы с детьми в наиболее развитых спортивных державах, а также в тех государствах, опыт которых может стать полезным для специалистов этой отрасли.

Изложение основного материала исследования. Рассмотрение вопросов с позиции организации работы с молодыми спортсменами в странах с различными политическими устройствами, социально - экономическими условиями и традициями, изучение их преимуществ и недостатков позволило дать сравнительную характеристику основных аспектов организации юношеского спорта в таких странах как Германия, Соединенные Штаты Америки, Китайская народная республика, Австралия, Финляндия, Малайзия и др. [3,8,9]

Подходы, которые используются в организации детско-юношеского спорта в различных странах мира, зависят от многих внутренних факторов. К основным из них относятся:

- а) состояние экономики страны;
- б) уровень благосостояния населения;
- в) отношение государства к спорту вообще и к детскому спорту в частности;
- г) национальные традиции;
- д) отношение общества к физической культуре и спорту;
- е) состояние науки в данной сфере;
- ж) соответствие законодательной базы потребностям детского спорта и др.

В детско-юношеском спорте в современном мире наблюдаются следующие основные тенденции. Интерес к изучению вопросов привлечения к занятиям физической культуры и спортом и отбора талантливых спортсменов, а также их дальнейшего становления, в современном спорте растет. В спортивной науке наблюдается перемещение интересов от изучения медико-биологических и спортивно-методических проблем к в социально - экономическим, психологическим и обще педагогическим аспектам подготовки спортивного резерва. В странах, где преобладает командно -

административная и смешанная система хозяйствования (Китай, Малайзия, Куба и другие страны преимущественно социалистического выбора и страны, которые переходят к рыночной экономике), степень участия государства в процессе подготовки молодых спортсменов достаточно высока. Потребности детского спорта в них почти полностью обеспечиваются из бюджета.

Также внимание государственных органов в таких странах акцентируется преимущественно на привлечении к занятиям физической культурой и спортом как можно большего количества детей. Процесс подготовки спортсменов высшей квалификации носит, в основном, экстенсивный характер. В наиболее экономически развитых странах с преимущественно рыночной экономикой, странах, где уровень благосостояния населения достаточно высок, степень участия государства в обеспечении подготовки молодых спортсменов значительно ограничена. В этих странах существенным является участие в данном процессе других субъектов: учебных заведений, спортивных клубов, спонсоров, родителей и др. Законодательством таких стран стимулируется привлечение средств на нужды детско-юношеского спорта из других негосударственных источников.

Общей для всех наиболее развитых в спортивном отношении стран является тенденция к спортивной ориентации молодых спортсменов в достаточно раннем возрасте. Особенно она заметна в странах первой группы. В наиболее развитых странах данная тенденция также наблюдается, но основная работа по подготовке перспективных спортсменов происходит во время их обучения в колледжах и университетах, а до этого времени дети посещают спортивные секции по собственному выбору во внеурочное время. [6,8]

На наш взгляд, наиболее характерными для всей современной системы детско-юношеского спорта являются следующие проблемы:

1) недостаточная двигательная активность детей, связанная с заменой физической нагрузки другими видами деятельности, не связанных с физической культурой и спортом, и, как следствие, неудовлетворительное состояние здоровья подрастающего поколения;

2) преждевременная спортивная специализация и стремление как можно скорее достичь наивысшего результата;

3) во многих странах мира, особенно в странах с недостаточным уровнем развития экономики, пока не стал доминирующим позитивный взгляд на значение физического воспитания в развитии подрастающего поколения;

4) дефицит профессиональных кадров по работе с детьми и молодежью;

5) проблемы, связанные с морально-этическими аспектами спорта высших достижений среди детей и молодежи и др.

Причины возникновения данного ряда проблем носят, в основном, экономический характер. В их основе лежит стремление скорейшего достижения максимальных спортивных результатов при минимальном уровне использования ресурсов.

Выводы. Детско-юношеский спорт, как и спорт высших достижений, является сложной частью сферы нематериального производства хозяйственного комплекса любой страны. Социально-экономические отношения, которые складываются между субъектами исследуемой сферы, имеют общие педагогические, психологические и этические аспекты. Но вместе с тем, каждая национальная система подготовки детей, имеет и свои отличительные особенности.

Перспективы дальнейших исследований в данном направлении. Для дальнейшего выявления и решения имеющихся проблем необходимо формирование общей стратегии спортивной подготовки детей и молодежи, а так же осуществление более глубокой интеграции национальных систем подготовки спортивного резерва.

Для этого необходимо расширение сети международных спортивных организаций, занимающихся проблемами детско-юношеского спорта; совершенствование системы проведения международных соревнований среди детей и молодежи, организация и проведение научных мероприятий по вопросам детского спорта на международном уровне и др.

Литература

1. Вапнярская О.И., Золотов М.И. Зарубежный опыт управления массовым спортом // <http://www.dis.ru/manag/arhiv/2003/3>.
2. Гросс И., Мерфи К. Организация и развитие юношеского спорта в разных странах // Отбор и юношеский спорт: Зарубежные научные исследования: тематическая подборка - М., 1991 - Вып. 6. - С.3-10.
3. Детско-юношеский спорт в ФРГ и во Фландрии // Новости спорта для всех. Международный и зарубежный спорт: Политика, менеджмент и маркетинг. - М., 1994 - №1. - С. 22-25.
4. Дженсен Л. Спорт и местные органы власти // Спорт для всех.- 2000. №1.
5. Круцевич Т., Петровский В. Физическое воспитание как социальное явление // Наука в олимпийском спорте. - 2001.-№3.-С.3-15.
6. Кутепов М.Е. Современные механизмы управления спортом в муниципалитет Франции // Спорт для всех.-2000. -№1.-С.28-30.
7. МичудаЮ.П., Сфера физической культуры и спорта в условиях рынка // Олимпийская литература. -К., 2007.
8. Сергиенко Л. Система спортивного отбора в США и Китае // Проблемы юношеского спорта: Материалы II Всеукраинской научно - практической конференции - Херсон, 2003. - С. 17-23.
9. Ушакова Н.А. Организация школьного спорта в Малайзии и управление им // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. - 1998.- №4.- С. 36-37.

**ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ
ЗАЩИТНИКОВ ЮНОШЕСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ КОМАНДЫ
ПЕРЕВАЛЬСКОГО РАЙОНА ЛУГАНСКА**

Keywords: football, indicators, preparation periods.

Summary. The article addresses issues training of young players an annualized macrocycle. Presents some indicators of physical readiness players 14-15 years playing defense.

Ключевые слова: футбол, показатели, периоды подготовки.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы подготовки юных футболистов в годовом макроцикле. Представлены некоторые показатели физической подготовленности футболистов 14-15 лет играющих в защите.

Актуальность. Достижение высоких спортивных результатов в современном футболе не возможно без планирования применения средств специальной физической подготовки в годовом макроцикле с учетом амплуа игроков команды. Эффективность планирования зависит от представлений и практического опыта тренера об оптимальных средствах развития двигательных качеств футболиста, а также, главным образом, от данных наибольшего прироста тех или иных показателей с учетом сенситивных периодов и индивидуальных особенностей каждого спортсмена. Доказано, что снижение эффективности учебно-тренировочного процесса сказывается на конечных результатах выступления в соревнованиях и росте спортивного мастерства (А.П. Золотарев, А.И. Шамардин [2]).

Анализ научно-методической литературы показал, что вопросы индивидуального развития двигательных качеств, динамики физической подготовленности отдельных групп игроков, среднегрупповые показатели команды в полной мере изучены (Ю.В. Верхошанский, Н.В. Платонов, А.А. Сучили [1,3,5]). Однако, на наш взгляд, не в полной мере изучены показатели физической подготовленности игроков линии обороны, а именно динамика показателей быстроты, скоростно-силовой подготовленности и скоростной выносливости в процессе годового макроцикла спортивной тренировки у юных футболистов. Поэтому изучение данного вопроса является важным и актуальным.

Методология исследования обусловлена целью и основными его задачами. Так, цель исследования – теоретическое и экспериментальное обоснование системы подготовки юных футболистов. Задачи: теоретический анализ системы подготовки в футболе; исследование динамики физической подготовленности игроков линии обороны юных футболистов 14-15 лет в годовом цикле спортивной тренировки; разработка методических рекомендаций по совершенствованию физической подготовки игроков линии

обороны юных футболистов 14-15 лет. Для решения поставленных задач были выбраны следующие методы: теоретические – анализ и обобщение литературных источников; эмпирические – тестирование физической подготовленности юных футболистов; методы математической статистики (среднее значение показателей).

Организация исследования. Исследование проводилось на базе ДЮСШ Перевальского района Луганской области в два этапа: первый (март-июнь 2015 г.) – изучалась научно-методическая литература, определялись цели, задачи, методы исследования, подбирались тесты для проверки уровня физической подготовленности юных футболистов; второй (июль-декабрь 2015 г.) – изучалась тренировочная и соревновательная деятельность юных футболистов 14-15 лет, проводилось тестирование игроков защиты (n=6). Спортсменам были предложены следующие тесты: бег на 30 м из положения высокого старта и предварительного разбега; пятикратный прыжок в длину; бег 7x50 м (изменение направления бега на противоположное через каждые 50 м).

Анализ результатов. Анализ литературных источников показал, что современная система спортивной тренировки футболистов делит годовой макроцикл на подготовительный, соревновательный и переходный периоды [2-4]. Предположительно происходит равномерное увеличение роста показателей физической подготовленности, что обеспечивается адекватным увеличением тренировочных нагрузок от периода к периоду. Однако считается, что различные задачи, средства и методы тренировки приводят к различному росту показателей физической подготовленности игроков линии обороны [1,3,5].

Проведенное нами исследование некоторых показателей физической подготовленности и их динамики в зависимости от периода подготовки позволило выявить некоторую неравномерность в динамике прироста отдельных показателей игроков защиты.

Так, показатели скоростной подготовленности изменялись от переходного периода к подготовительному и соревновательному на 6,3% и 9,4% в сторону увеличения соответственно. Показатели скоростной выносливости на 3,7% выше в подготовительный период и на 6,7% в соревновательный в сравнении с переходным. Также показатели скоростно-силовой подготовленности в сравнении с переходным периодом выше на 4% в подготовительном и на 8,8% в соревновательном (табл.1).

Таблица 1

Показатели физической подготовленности защитников юношеской футбольной команды Перевальского района Луганской области (n=6)

Тесты	Результаты по периодам подготовки		
	переходной	подготовительный	соревновательный
Бег 30 м	4,8 с	4,5 с	4,35 с
Бег 7x50 м	67 с	64,5 с	62,5 с

5-кратный прыжок в длину	12,85 м	13 м	13,6 м
--------------------------	---------	------	--------

Таким образом, мы видим, что наибольший прирост результатов в скоростной подготовке. Так же мы видим, динамика результатов имеет равномерно восходящую кривую от переходного периода к соревновательному. Однако, если посмотреть на прирост показателей от периода к периоду, то увидим, что скоростные показатели увеличиваются на 3,3% от подготовительного к соревновательному периоду, что ниже чем показатели от переходного к подготовительному. Скоростная выносливость также имеет ниже прирост результата от подготовительного к соревновательному периоду (3%). А вот скоростно-силовая подготовка наоборот имеет больший прирост результата от подготовительного к соревновательному периоду. Следовательно, можно сделать вывод, что наибольший прирост в скоростной подготовки и скоростной выносливости будет в подготовительном периоде, а скоростно-силовой подготовки в соревновательном.

Выводы. Анализ литературы показал, что макроцикл подготовки футболистов состоит из трех периодов – переходного, подготовительного и соревновательного. Наиболее благоприятным периодам для развития скоростных способностей и скоростной выносливости является подготовительный период, а скоростно-силовые показатели имеют больший прирост в соревновательный период у игроков защиты. В связи с этим для повышения эффективности учебно-тренировочного процесса юных футболистов игроков линии обороны можно рекомендовать – в подготовительном периоде не изменяя объема и интенсивность средств направленных на развитие скоростных способностей и скоростной выносливости, включать упражнения на скоростно-силовую подготовленность, а в соревновательный период игрокам линии обороны обращать внимание на скоростную подготовку.

Литературные источники

1. Верхошанский Ю.В. Программирование и организация тренировочного процесса / Ю.В. Верхошанский. – М.: Физкультура и спорт, 1985. – 176 с.
2. Золотарев А.П. Структура соревновательной деятельности юных футболистов / А.П. Золотарев, А.И. Шамардин. – Волгоград, 1993. – 33 с.
3. Платонов В.Н. Подготовка квалифицированных спортсменов / В.Н. Платонов. – М., 1986. – 287с.
4. Рогачев А.Ф. Оптимизация процесса подготовки юных футболистов в связи с динамикой развития физических качеств// Вопросы оптимизации учебно-тренировочного процесса юных футболистов / А.Ф. Рогачев, В.Д. Князев, А.П. Герасименко. – Волгоград, 1988. – С. 11-18.
5. Сучилин А.А. Построение и содержание учебного процесса по футболу со студентами-заочниками физкультурных вузов / А.А. Сучилин, А.И. Шамардин, А.П. Герасименко, В.Д. Князев. –Волгоград, 1996. – 92с.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье раскрыты педагогические условия формирования профессиональной компетентности будущих учителей физической культуры. Выявлены особенности условия формирования профессиональной компетентности и ее влияние на учителей физической культуры.

Ключевые слова: компетентность, профессиональная компетентность, учитель физической культуры, педагогический процесс, педагогические условия.

Актуальность исследования. Глобальные изменения, происходящие во всех сферах жизнедеятельности российского общества, актуализировали проблему модернизации и реформирования системы профессионального образования, признающей в качестве приоритета человека и его способность целостно воспринимать действительность, создавать картину мира в единстве со многими развивающимися явлениями и процессами, позволяющей его субъектам охватывать проблемы комплексно, понимая их связи и взаимодействия. Наиболее значимым концептуальным основанием обновления содержания профессионального образования и, более того, его стратегией в настоящее время является компетентностный подход [4].

В современном мире существенно возрастает роль физической культуры как фактора совершенствования человека и общества. Здоровый образ жизни, физическая культура и спорт – становятся социальными «феноменами», объединяющей силой и национальной идеей, способствуют развитию сильного государства и здорового общества. Соответственно, возрастают требования со стороны общества и его членов к качеству подготовки специалистов, обслуживающих сферу физической культуры и спорта, к уровню их профессиональной компетентности [2].

Обращение к личностно-ориентированному образованию обуславливает появление новой цели педагогического образования, в том числе и физкультурного. Если раньше основной целью подготовки учителя был технологический рост, то сегодня произошла переориентация на его личностное развитие, являющееся следствием самоорганизации и обобщения деятельностного и личностного опыта. С этих позиций профессиональная

компетентность рассматривается как категория, определяемая уровнем профессионального образования, опытом и индивидуальными способностями педагога, и предполагает, наряду с технологическо-педагогической готовностью к решению профессиональных задач, его гуманную педагогическую позицию, ценностное отношение к педагогической деятельности и высокий уровень общей и профессиональной культуры. В свете сказанного необходима модернизация системы подготовки педагога на основе внедрения новых подходов и современных технологий в образовательное пространство вуза [3].

Цель работы – научно обосновать и выявить педагогические условия формирования профессиональной компетентности будущих учителей физической культуры.

Результат исследования. Анализ оптимальных условий для реализации указанной взаимосвязи на разных уровнях профессионального образования имеет существенное значение и в плане создания новых педагогических моделей в образовании специалиста по физической культуре. В научной литературе под педагогическими условиями понимают существенный компонент педагогической деятельности, интегрирующий в себе определенную совокупность мер педагогического процесса, направленных на достижение поставленной цели. Под «совокупностью мер» ученые понимают внешние характеристики педагогического процесса – содержание, формы, методы, педагогические приемы и средства материально-пространственной среды, ориентированные на определенные взаимоотношения с внутренним миром будущим специалистом – потребностями, интересами, ценностными ориентациями и т.д. [3].

Цель, с которой создаются педагогические условия, сущностные характеристики планируемого результата, и особенности среды, в которой осуществляется процесс достижения цели, в свою очередь, определяют выбор адекватных психолого-педагогических условий [4].

В образовании педагогические условия тесно связаны с понятием «педагогический процесс», поскольку условия проявляются именно в педагогическом процессе и создаются с целью его оптимизации. Сам педагогический процесс – это функциональная характеристика педагогической системы, ведущий фактор ее личностно-развивающего потенциала. Элементами педагогической системы являются: цели и задачи; субъект (преподаватель) и объект-субъект (учащийся), их взаимодействие; условия и принципы построения работы; содержание и организационные формы; средства, способы и методы; контроль и коррекция; результаты и их оценка [5].

Анализ исследований, посвященных выявлению педагогических условий, способствующих решению тех или иных образовательных задач, позволяет констатировать, что большинство ученых выделяют в них три основных группы:

1) информационные (содержание образования; когнитивная основа педагогического процесса);

2) технологические (формы, средства, методы, приемы, этапы, способы организации образовательной деятельности, обеспечивающие процессуально-методическую основу педагогического процесса);

3) личностные (поведение, деятельность, общение, личностные качества субъектов образовательного процесса; психологическая основа образовательного процесса) [3].

Наиболее эффективными для формирования профессиональной компетентности будущего учителя физической культуры выступают следующие педагогические условия:

1) качественный профессиональный отбор абитуриентов на вступительных экзаменах в вуз;

2) применение методик экспертной диагностики и самодиагностики формирования профессиональной компетентности у студентов на этапах обучения в вузе;

3) системное объединение дисциплин, прежде всего профилирующих, с ориентацией на целостную профессиональную деятельность;

4) структурирование процесса обучения в соответствии с исходным уровнем спортивной подготовленности, мотивации, педагогических способностей и избранной направленностью тренерской деятельности;

5) систематическое изучение дисциплин способствующих формированию профессиональной компетентности на всем протяжении обучения в вузе;

6) повышение уровня профессиональной технико-тактической подготовки студентов за счет увеличения часов практических дисциплин;

7) использование методов активного обучения в сочетании с традиционными средствами и методами (в частности создания в процессе обучения мотивационно-стимулирующих ситуаций);

8) использование инновационных технологий обучения (контекстного обучения).

9) целенаправленное формирование структурных составляющих профессиональной компетентности тренера по виду спорта.

Выделенные педагогические условия окажут положительное воздействие на формирование профессиональной компетентности тренера по спорту в процессе обучения в вузе. В процессе их реализации будут созданы предпосылки того, что студент будет осознавать постановку самой задачи, оценивать новый опыт, контролировать эффективность собственных действий. При таком обучении он освоит новые виды опыта: выявит и идентифицирует проблемы, приобретет навыки исследования, проектирования и сотрудничества [5].

Выводы. Анализ научно-методической литературы позволил выявить, что современные тенденции развития профессионального образования определяются жесткими требованиями рынка к качеству производительного

труда. Ведущими учеными указывается, что усовершенствование информационного обеспечения учебного процесса и научных исследований отрасли физической культуры и спорта невозможно без применения инновационных средств информирования, а информатизация в вузе физкультурного профиля предусматривает совершенствование форм и методов организации учебного процесса [3].

Переориентация процесса подготовки учителя физической культуры на новые общие и педагогические цели требует изыскания соответствующих возможностей их достижения. Диалектическое противоречие, требующее от высшей школы стабильности и мобильности одновременно, можно разрешить путем создания моделей подготовки специалистов с учетом профиля их будущей деятельности и тенденций изменения характера типовых задач в условиях личностно-ориентированного обучения. В контексте деятельности учителя эти изменения физической культуры связаны с гуманистическим обновлением сферы физической культуры и спорта; реализацией посредством физической культуры общечеловеческих, общекультурных ценностей; формированием у учащихся глобального мировоззрения; активизацией культурно-спортивного воспитания детей; осуществлением научных исследований культурологического потенциала физической культуры и спорта и путей его реализации [1].

Литература

1. Иванова Л. І. Підготовка майбутніх учителів фізичної культури до фізкультурно-оздоровчої роботи з учнями загальноосвітніх навчальних закладів : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Любов Іванівна Іванова. – К., 2007. – 170 с.
 2. Наумчук В. І. Професійна підготовка майбутніх вчителів фізичної культури в процесі самостійної роботи зі спортивних ігор : дис.... канд. пед. наук : 13.00.04 / Володимир Іванович Наумчук . – Тернопіль, 2002. – 168 с.
 3. Певецына Л. М. Научно-методические аспекты совершенствования профессиональной компетентности учителей физической культуры в процессе повышения квалификации : дис. ...канд. пед. наук : 13.00.08 / Лариса Михайловна Певецына . – Ростов н/Д, 2007. – 219 с.
 4. Петров А.Г. Формирование профессионально-педагогических компетенций у будущих учителей начальных классов / А.Г. Петров – Уфа, 2007 – 120 с.
- Зеер Э.Ф. Ключевые компетенции, определяющие качество образования. // Образование в Уральском регионе: научные основы развития: Тез. докл. II науч.-практ. конф. /Э.Ф. Зеер – Екате-ринбург: Изд-во Рос.гос. проф.-пед.ун-та. – 2002. – Ч.2. – с. 23-25.

ЗАБОЛЕВАНИЯ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА. АРТРИТ

Аннотация. Одно из самых распространенных заболеваний опорно-двигательного аппарата во всем мире – артрит. Постоянное омоложение болезни заставляет задуматься и искать варианты лечения.

Чем же заболевание так опасно и как можно его распознать? Несмотря на серьезные шаги медицины, полностью вылечить артрит невозможно. А чтобы добиться результатов как можно быстрее, необходимо проводить лечение под присмотром квалифицированного медика. Справиться с артритом в домашних условиях невозможно.

Риск заработать инвалидность растет с каждым днем промедлений. При малейших подозрениях нужно обратиться к врачу. Лечение артрита занимается ревматолог (или терапевт).

Артрит – одно из самых распространенных заболеваний суставов. В большинстве случаев патология сопровождается воспалением, но не всегда. Всего существует более ста видов этого заболевания. Самыми распространенными из них считаются:

- остеоартрит;
- ревматоидный;
- ювенильный;
- инфекционный;
- травматический;
- подагрический.

От количества вовлеченных в процесс суставов выделяют моноартрит и полиартрит. Выделяют хроническое и острое течение заболевания. Хроническое течение артрита изначально более мягкое, а симптомы кратковременные. В результате патология долгое время развивается, а вероятность успешного лечения сильно сокращается.

Актуальность и распространение

Чаще всего артрит развивается у людей пожилого возраста. Однако за последние десятилетия заболевание стало поражать даже молодых людей. Официальные данные показывают, что более трети пожилых людей обращаются за медицинской помощью с одним из видов артрита. Ревматологи же считают, что заболевание встречается у каждого второго. Среди взрослого населения артрит встречается примерно у 10%. В большинстве случаев развивается остеоартрит.

Причина развития заболевания среди молодежи и взрослого населения заключается в современных условиях жизни, образа жизни, работы.

Описание и симптомы

Артрит – заболевание, вызывающее разрушение и/или деформацию сустава. Если откладывать лечение, то в процесс вовлекаются все составные части. Сперва заболевание повреждает и изменяет межсуставную жидкость. Это приводит к усилению трения костей сустава, что вызывает износ, деформацию. При таком течении заболевания происходит нарушение работы мышц, нервов и сухожилий. Конечный результат – деформация и окостенение сустава. Помимо этого, воспаление распространяется на окружающие ткани, вызывая сильные боли, атрофию мышц и укорочение сухожилий.

К основным симптомам артрита относятся:

- местное воспаление и повышение температуры (до 40°);
- отечность и краснота сустава;
- боль;
- тугоподвижность;
- онемение (особенно в утренние часы);
- общая слабость;
- потеря веса;
- незначительное повышение температуры тела (до 37,5°).

Лечение и реабилитация

В чем заключаются трудности лечения и реабилитации? Во-первых, пациент затягивает с обращением к специалисту, а застарелый артрит невозможно излечить (только замедлить развитие). Во-вторых, до сих пор не удалось выяснить истинную причину появления патологии. А лечить болезнь, не устранив причину, которая ее вызвала, невозможно. Артрит может иметь различную этиологию[2, 5]. Предположительно, это могут быть:

- состояние окружающей среды;
- наследственная предрасположенность;
- неправильное питание;
- употребление всевозможных препаратов;
- чрезмерная физическая нагрузка;
- нарушение режима дня;
- постоянные стрессы.

В-третьих, отсутствие высококлассных специалистов, способных вовремя диагностировать артрит. Ведь в большинстве случаев на ранних этапах заболевание не имеет специфических признаков. Для своевременного определения болезни необходимо пройти ряд анализов. В-четвертых, лечение артрита требует серьезных финансовых затрат, а многие препараты обладают широким спектром противопоказаний.

Одним из важнейших методов лечения и реабилитации остается занятие ЛФК. Помимо благотворного влияния на мышцы и сухожилия, улучшается

циркуляция крови, что усиливает питание тканей [1, 54]. Именно нехватка питания вызывает истощение и деформацию сустава.

Артрит – серьезное заболевание с массой последствий. Большая часть которых необратимые, что приводит к инвалидизации пациентов. Нельзя забывать о необходимости повышения уровня осведомленности среди населения. Протекание большинства видов артрита на начальных этапах не вызывает опасений, что откладывает лечение, и снижает его эффективность. Лучшей профилактикой патологии является ведение здорового образа жизни. Умеренная подвижность сможет существенно замедлить развитие болезни на любом этапе. Главное, о чем нельзя забывать, это следить за своим здоровьем.

Появление артрита на ранних этапах очень сложно диагностировать – необходимо пройти полное обследование. А чтобы совершить это, нужны квалифицированные специалисты, которые вовремя смогут заподозрить появление патологии.

Литература

1. Дёмин Д.Ф. Врачебный контроль при занятиях ФК. – СПб.: 1999.
2. Котешева И.А. Боль в спине и суставах: что делать? - М.: РИПОЛ классик, 2007 г.

Научное издание

ПЕРВЫЙ ШАГ В НАУКУ

Сборник научных работ

Ответственный за выпуск *А.О. Бабик*

Подп. к печати 18.05.16 г.

Формат 60x84 1/8. Бумага офсет. Гарнитура Times New Roman.
Печать ризографическая. Усл. печ. л. 46,15. Тираж 200 экз. Зак. №. 11

Издатель и изготовитель

**Издательство Луганского государственного университета
имени Тараса Шевченко»**

«Альма матер»

ул. Оборонная, 2, м. Луганск, 91011. Тел./факс: (0642) 53-65-37.
alma-mater@list.ru

*Свидетельство субъекта издательского дела МИ-СГР ИД 000001
от 29.10.2015 г.*