

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**Материалы
научно-методического семинара**

г. Нижневартовск, 16 декабря 2017

Издательство
Нижевартовского
государственного
университета
2018

ББК 72.5я43
А 43

Печатается по постановлению редакционно-издательского совета
Нижевартовского государственного университета

Редакционная коллегия:

Рянская Эльвира Михайловна, доктор филологических наук, профессор
Патрахина Татьяна Николаевна, кандидат философских наук, доцент
Цысь Ольга Петровна, кандидат исторических наук, доцент
Якубова Лала Алиевна, кандидат исторических наук, доцент

А 43 **Актуальные проблемы гуманитарных наук:** материалы научно-методического семинара (г. Нижневартовск, 16 декабря 2017 года). Нижневартовск: Издательство Нижневартовского государственного университета, 2018. 392 с.

ISBN 978–5–00047–435–8

В сборник включены статьи преподавателей, аспирантов и студентов гуманитарного факультета Нижневартовского государственного университета, раскрывающие проблемы отечественной и всеобщей истории, документоведения и архивоведения, языкознания и литературоведения, рекламы и PR в современном мире. Представлены также труды по теории и методике обучения истории и иностранным языкам.

Издание адресовано специалистам-практикам, педагогическим работникам, научным сотрудникам, аспирантам и студентам.

ББК 72.5я43

Изд. лиц. ЛР № 020742. Подписано в печать 07.05.2018
Формат 60×84/8
Гарнитура Times New Roman. Усл. печ. листов 49
Электронное издание. Заказ 2004

Издательство Нижневартовского государственного университета
628615, Тюменская область, г. Нижневартовск, ул. Дзержинского, 11
Тел./факс: (3466) 43-75-73, E-mail: izd@nvsu.ru

ISBN 978–5–00047–435–8

© Издательство НВГУ, 2018

Содержание

ТЕОРИЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<i>Алексеева Л.В.</i> К вопросу о подходах и методах исследования прагматики заголовка научного текста.....	11
<i>Ангелова К.А.</i> Лингвокультурные реалии в текстах аналитической документации.....	13
<i>Жмакина О.В.</i> Современные учебно-методические материалы по лингвистическим дисциплинам: типы, формы, структура.....	15
<i>Ковылов В.Н., Плеханова Ю.В.</i> Медиативная компетентность как условие успешного межкультурного взаимодействия.....	18
<i>Мельник М.С., Новикова Л.В.</i> Место активных методов обучения в формировании семантических связей у дошкольников.....	20
<i>Новикова Л.В., Фоменко И.А.</i> Индивидуальное чтение как способ формирования билингвизма.....	24
<i>Новикова Л.В., Хорошилова М.О.</i> Имя собственное как компонент кинозаголовка: особенности перевода.....	26
<i>Рахматуллоев Р.Л., Плеханова Ю.В.</i> Развитие лингвокультурологической компетенции студентов-бакалавров при чтении художественных текстов.....	29
<i>Савёлова Ю.К.</i> Специфика текстов сайта содействия студентам.....	31
<i>Фоменко Е.А., Плеханова Ю.В.</i> Английский язык в условиях глокализации.....	34
<i>Яковлева А.М.</i> Новое в актуализации проблемы авторской самопрезентации в научном тексте (на материале зарубежных публикаций).....	36

ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ

<i>Бадалов М.Ф.</i> Социальная интеграция мигрантов в 2014–2016 гг.: модель Великобритании.....	39
<i>Гузик Л.В.</i> Маргарет Тэтчер– женщина во власти.....	41
<i>Гузик Л.В.</i> Модели социальной политики в Европейском Союзе.....	43
<i>Зудов С.Д.</i> Трансиранский маршрут ленд-лиза в СССР.....	46
<i>Наумова Д.О.</i> Роль Северогерманского союза в становлении немецкого национального государства.....	48
<i>Никитина М.Н.</i> Структуры европейского парламента и их роль в регулировании социальной политики Евросоюза.....	50

<i>Никогосян А.С.</i> Внешняя политика Германии накануне Первой мировой войны.....	53
<i>Островская А.Е.</i> Мигранты на европейском рынке труда	56
<i>Павленко С.А.</i> Источники по исследованию позиции Великобритании относительно формирования единой социальной политики Европейского Союза в 1980–90 гг.	59
<i>Палавинская И.Н., Якубова Л.А.</i> Испанский вариант социального государства	61
<i>Палавинская И.Н.</i> Государство благосостояния: понятие, виды и особенности	65
<i>Парапанова М.Н.</i> Ллойд Джордж как инициатор нормализации отношений между Великобританией и СССР в 1920-х гг.	67
<i>Сидорова В.В.</i> Социальное законодательство Европейского союза	70
<i>Сойкин А.А.</i> К вопросу о вступлении США в Первую мировую войну	73
<i>Харин Н.А.</i> Стилистические особенности финно-угорских украшений на примере шумящей подвески из фондовой коллекции краеведческого музея муниципального автономного учреждения «Региональный историко-культурный центр» г. Мегиона (МАУ «Экоцентр»).....	74
<i>Хорошилова А.А.</i> Социальное страхование в странах Европейского союза.....	76
<i>Шуляк Т.И.</i> Влияние римского историописания на восприятие финикийской истории Т. Моммзенем в работе «Römische Geschichte»	79

ДОКУМЕНТАЛИСТИКА, ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ, АРХИВОВЕДЕНИЕ

<i>Асеева А.С.</i> Особенности формирования дел с распорядительными документами	83
<i>Ахтямова Л.Р.</i> Документы для оформления ипотечного кредита на приобретение готового жилья в ПАО «Сбербанк России»	85
<i>Бахмутова Ю.В.</i> Автоматизированная система обеспечения градостроительной деятельности в документационном сопровождении градостроительного освоения территорий в ХМАО-Югре.....	88
<i>Белоусова В.С.</i> Этапы становления и развития бухгалтерского делопроизводства в России	91
<i>Бугаева Е.Н.</i> Появление и развитие паспортной системы России в период XVII–XIX веков	93
<i>Веснина Н.А.</i> Документирование государственной тайны в государственных учреждениях Российской Федерации.....	95
<i>Воробьева Н.В.</i> Использование процессного подхода в документировании системы менеджмента качества в ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»	99

<i>Габдрахманова В.И.</i> Организационные документы в управлении МВД России по г. Нижневартовску	101
<i>Гасанова Г.Ф.</i> Нормативное правовое регулирование работы с обращениями граждан в Российской Федерации	103
<i>Груздева Е.А.</i> Электронное деловое письмо: понятие и правила оформления	106
<i>Королева Ю.П.</i> Документирование изменения условий трудового договора	110
<i>Липчак А.А.</i> Эволюция формуляра ставленных грамот (на примере материалов Тобольской епархии)	112
<i>Лунева О.М.</i> Документирование движения персонала в Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы России № 6 по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре	115
<i>Макарычева О.Э.</i> Порядок оформления документов при приеме на работу, переводе и увольнении	118
<i>Максutow К.Б.</i> Нормативное правовое регулирование деятельности Главного управления по вопросам миграции МВД России	122
<i>Михайлов А.М.</i> Электронные услуги для физических лиц, предоставляемые Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 6 по ХМАО – Югре	124
<i>Накорякова И.А.</i> Документирование аттестации персонала в АО «Самотлорнефтегаз»	129
<i>Осадчая Ю.В.</i> Документирование наказаний священно- и церковнослужителей в Тобольской епархии во второй половине XIX – начале XX вв.	131
<i>Стичак А.В.</i> Награждение набедренниками священников и иеромонахов Тобольской епархии в XIX – начале XX вв.	133
<i>Ткач А.В.</i> Документирование деятельности муниципального унитарного предприятия «Горводоканал» г. Нижневартовска	135
<i>Фармонова З.Н.</i> История развития технического документирования в IX–XXI вв.	137
<i>Чернухина М.А.</i> К вопросу о разработке и внедрении положений о структурных подразделениях в системе документооборота современных организаций	140
<i>Шарафутдинова А.Р.</i> Порядок обработки дел для архивного хранения	143
<i>Юсупова Д.А.</i> Документирование оформления стандартных налоговых вычетов в Российской Федерации	145
<i>Янковская Л.С.</i> Государственные услуги в электронной форме, предоставляемые Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека в городе Нижневартовске	148
<i>Яцун Л.Г.</i> Документирование планирования и размещения информации о закупочной процедуре в ООО «ТеплоНефть»	150

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

<i>Анохин А.Г.</i> Позиционирование радиостанции в конкурентной информационной среде.....	154
<i>Букишина Н.Г.</i> Радиожурналист и радиослушатель. Интерактивность радиовещания.....	157
<i>Воронина В.В.</i> Современные средства массовой информации: проблемы и перспективы	159
<i>Григорьев М.А.</i> Специфика мотивации иностранных журналистов: обзор зарубежных изданий.....	161
<i>Долгина Е.С.</i> Понятие профессиональной этики в журналистской профессии.....	166
<i>Ежукова А.В., Коньшев К.Н.</i> Формирование медиагруппы в Нижневарттовском государственном университете. Развитие студенческой журналистики	169
<i>Карапетян М.С.</i> К вопросу об эффективности массмедийного менеджмента	172
<i>Коньшев К.Н.</i> Корпоративные коммуникации: теоретико-методические аспекты	174
<i>Краснощек А.Р.</i> Медиарынок субъектов постсоветского пространства.....	176
<i>Куликова Г.Е.</i> Общая характеристика глянцевого журналов для женщин (на примере журнала Cosmopolitan).....	180
<i>Лукас В.А.</i> Понятие сетевого СМИ: определение, задачи, функции.....	183
<i>Мамай Г.П.</i> Роль мотивации в системе управления персоналом	187
<i>Москова В.А.</i> Понятие «жанр» в современной науке.....	189
<i>Путенихина К.А.</i> Организация работы отдела корпоративных изданий.....	191
<i>Романова О.А.</i> Основные понятия в блогосфере.....	193
<i>Супрович Р.А.</i> Специфика мотивации людей творческих профессий.....	195

РЕКЛАМА И PR: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

<i>Ахундова У.Г.</i> Понятие «имидж» в современной науке	198
<i>Виняцкая Д.С.</i> Понятие фирменного стиля и его структурные элементы	199
<i>Воронцова Ю.В.</i> Интегрированные маркетинговые коммуникации в промышленном производстве	202

<i>Ермакова А.А.</i> Основные вопросы теории и истории развития нейминга за рубежом.....	205
<i>Заря К.Н., Раянова А.В.</i> Социальные сети – инструмент внутренней коммуникации вуза.....	207
<i>Ильина М.Ю.</i> Использование PR-технологий в энергетике.....	212
<i>Ишбулдина Я.С.</i> Переход печатных СМИ в интернет (на примере издания «Комсомольская правда»).....	215
<i>Кинякина Д.Д.</i> Процесс организации рекламной кампании: этапы и методы.....	217
<i>Козьмиди В.В.</i> Социальная реклама: ее виды и этапы создания.....	220
<i>Мильто А.В.</i> Особенности потребительского поведения при осуществлении покупок в г. Нижневартовске.....	223
<i>Нотов И.С.</i> Оценка эффективности применения методов маркетинга и связей с общественностью (на примере школы иностранных языков «Полиглот»).....	226
<i>Остапчук А.А.</i> Аспекты интерпретации понятия «бренд».....	229
<i>Патрахин А.И.</i> HR-бренд современного работодателя: практика нефтяных компаний ХМАО-Югры.....	232
<i>Погорелова Н.С.</i> Исследование мнения общественности вуза по проблеме использования фирменного стиля как одного из инструментов рекламы и PR.....	235
<i>Позднякова А.И.</i> Понятие спичрайтинга и его виды.....	239
<i>Рухляда О.И.</i> Способы формирования положительного имиджа высшего учебного заведения.....	241
<i>Рыбак Е.А.</i> Роль рекламодателей на рынке индивидуальных сетевых медиапроектов.....	244
<i>Секриеру С.В.</i> Современные стратегии в рекламе бренда.....	248
<i>Терещенко Н.В.</i> Имидж: теоретические аспекты научной дефиниции.....	251
<i>Титаренко С.В.</i> Особенности использования разговорного синтаксиса в современной рекламе.....	254
<i>Токарева В.П.</i> К вопросу о формировании персонального бренда руководителя (на примере муниципального автономного учреждения г. Нижневартовска «Молодежный центр»).....	256
<i>Цыкина А.И.</i> Преимущества и недостатки интернета как площадки для деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.....	259
<i>Шамсутдинова К.И.</i> Методика организации ивент-мероприятия: подходы зарубежных и отечественных исследователей.....	262
<i>Шехирева Е.С.</i> Социальная реклама: понятия, задачи, функции.....	266

ВОПРОСЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

<i>Абрамкина О.С.</i> Неологизмы в молодёжном сленге.....	269
<i>Ахметгалиева Г.Р.</i> Особенности развития эмоциональной сферы обучающихся на уроках русского языка	271
<i>Банникова Е.Н.</i> Эволюция образа автора в русской литературе	273
<i>Кудрина Н.Ю.</i> Тема любви в повести Николая Карамзина «Бедная Лиза»	276
<i>Медведкова А.Н.</i> Система работы по русскому языку при подготовке к ЕГЭ в старших классах.....	278
<i>Никулина Ю.А.</i> Миф и утопия: сопоставительный анализ.....	282
<i>Новикова Е.В.</i> Формы и средства психологического изображения в литературе.....	285
<i>Охотникова Г.В.</i> Образ безумного мира в трагедии У. Шекспира «Гамлет»	289
<i>Путенихина К.А.</i> Особенности устного творчества обских угров.....	292
<i>Себелева А.В.</i> Генезис диалога русской и югорской литературы.....	294
<i>Себякина А.Н.</i> Текст документа как система субтекстов (на материале отчетов геологических изучений ЗАО «НИЦ «ЮГРАНЕФТЕГАЗ»)	297
<i>Спешилова В.П.</i> Ф.М. Достоевский – писатель, потрясающий душу	299
<i>Татарина Е.В.</i> Деловой текст как интертекст	302
<i>Ушакова Е.Е.</i> Предпосылки к появлению таинственных повестей в творчестве И. Тургенева: «Стихотворения в прозе»	303
<i>Харисов Д.Р.</i> Личностное «я» в раннем поэтическом творчестве Е.А. Евтушенко.....	306
<i>Шинкевич О.Н.</i> Особенности портрета-впечатления в ранних повестях А.И. Куприна	308
<i>Шошина А.А.</i> Утопия: опыт жанровых дефиниций.....	310
<i>Якупов Ш.А.</i> Мотив соблазна в произведениях Александра Куприна	313

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ, КРАЕВЕДЕНИЕ

<i>Алексеева Л.В.</i> К вопросу о развитии хозяйства в Шадринском уезде в дореволюционный период	315
---	-----

<i>Борисова В.В.</i> Фельдшерско-акушерские пункты Мегионского Приобья в 1950–1960-х гг.	318
<i>Зарипова Д.А., Алексеева Л.В.</i> Ларьякская школа в первое послевоенное десятилетие (1945–1957 гг.)	322
<i>Кармышакова Ю.С.</i> Отражение вопросов советизации на севере Западной Сибири в трудах В.А. Зибарева и М.Е. Бударина	324
<i>Кисленко А.О.</i> Разрядные книги как источник по истории русско-крымских отношений в 1618–1632 гг.	326
<i>Книжников В.А.</i> О подготовке специалистов водного транспорта в Западной Сибири в 1950–1970-е гг.	328
<i>Корженевский К.Б.</i> О влиянии народного волеизъявления на формирование национально-территориальной границы Казахской аССР с Сибирью в первой половине 1920-х гг.	332
<i>Максименко О.П.</i> П.Н. Голубцов: возвращённое имя	336
<i>Меркель В.А.</i> Тернистый путь детей войны в годы репрессий	340
<i>Никитина М.Н.</i> Роль Тобольских епархиальных съездов в решении вопросов содержания и функционирования Тобольской духовной семинарии в конце XIX – начале XX вв.	343
<i>Сахратов А.Ф.</i> Культурно-просветительская и образовательная деятельность духовенства Тобольской епархии в начальный период Первой мировой войны (по материалам «Тобольских епархиальных ведомостей»)	348
<i>Солодкин Я.Г.</i> Где несли «Годовую службу» березовские казаки и «литва»?	353
<i>Цысь В.В.</i> Андрей Иванович Кондаков: руководитель Сургутского комитета общественной безопасности и городского совета в период Западно-Сибирского крестьянского восстания 1921 года	356
<i>Цысь О.П.</i> Кондинский Свято-Троицкий монастырь в системе наказания и социального служения	359
<i>Чеботаев И.А.</i> Военно-историческая память и поисковое движение в Нижневартовском государственном университете	362
<i>Шахтерин Д.В.</i> Хозяйственные постройки русского и хантыйского населения Тобольского Севера в XIX – начале XX вв.	364

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ ИСТОРИИ И ОБЩЕСТВОЗНАНИЮ

<i>Борисова В.В., Миронычев С.В.</i> Ролевая игра как способ активизации познавательной деятельности учащихся	367
<i>Бытко О.А.</i> Опыт проведения занятий в рамках элективного курса «Повседневная жизнь тюменцев в годы Великой Отечественной войны» для студентов-историков	370

<i>Бытко С.С.</i> Об использовании научных работ в проектно-исследовательской деятельности обучающихся: к постановке проблемы	374
<i>Голоднова Е.В.</i> Формирование исследовательских умений учащихся во внеурочной деятельности	377
<i>Ефимов С.Д.</i> Основные педагогические идеи в «Поучении Владимира Мономаха» в контексте современных стандартов образования в Российской Федерации	378
<i>Лесик Д.П.</i> Особенности современного урока истории в условиях введения ФГОС нового поколения	381
<i>Мусаева Г.О.</i> Отражение истории Земских соборов в школьных учебниках второй половины XX в.	384
<i>Святченко И.В.</i> Актуальность изучения региональной истории как значимого фактора развития исторического образования в России	388
<i>Шоня Х.О.</i> Роль государственной молодежной политики в формировании правосознания у детей и молодежи	391

ТЕОРИЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 811.11

Л.В. Алексеева
магистрант

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Э.М. Рянская
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

К ВОПРОСУ О ПОДХОДАХ И МЕТОДАХ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРАГМАТИКИ ЗАГОЛОВКА НАУЧНОГО ТЕКСТА

Аннотация. В статье предпринята попытка рассмотреть ведущие подходы и методы к исследованию прагматики заголовка научного текста. Автор, в русле современной научной парадигмы, выделяет методы, позволяющие осуществить исследование прагматического компонента заголовка применительно к текстам научного характера.

Ключевые слова: исследование; прагматика; метод; подход; лингвистика; научный текст; заголовки; аспекты исследования заголовка.

Как известно, определение адекватных исследованию методов является решающим при его выполнении. Не являются исключением в этой связи исследования прагматики научного текста и, в частности, заголовка как его важнейшего элемента. Проблематика, связанная с названиями текстов, активно разрабатывается и лингвистами, и литературоведами. Как подчеркивает Т.Ф. Фильчук, проблема заголовка – одна из актуальных и широко разрабатываемых лингвистических тем [10].

Заголовок принято считать одним из важнейших коммуникативно значимых элементов в структурной организации научной статьи. Общеизвестно, что заголовок призван выражать основную идею текста, направлять внимание адресата на перспективное изложение идей и задавать определенные рамки такому изложению. Читатель, как правило, начинает знакомство с произведением с его заголовка, основная задача которого заключается в том, чтобы, указывая на тему текста, привлечь внимание адресата к сообщению. В чем собственно и состоит его прагматический компонент. Т.А. Филоненко подчеркивает, что «будучи элементом начального стимула, заголовок подготавливает дальнейшее восприятие информации адресатом и помогает прогнозировать содержание текста» [9, с. 290].

Применительно к изучению прагматики заголовка научного текста публикаций не так много [1, 2, 4], в сравнении с исследованиями, посвященными заголовкам средств массовой информации. Традиционно исследование научных текстов считалось прерогативой функциональной стилистики, однако вследствие их стилистически контаминированной природы научные тексты изучались либо как варианты научно-популярного стиля, либо как разновидности публицистического стиля. Говоря о прагматике исследований заголовка научных статей, нельзя не упомянуть, что возникновение прагматики относится ко второй половине XX века. Долгое время она представляла собой весьма неопределенную научную дисциплину (pragmatic “waste-basket”), которую ученые определяли по-разному. В начале XXI в. наблюдается тенденция, демонстрирующая более очерченный предмет исследования и соответствующий ему разработанный категориальный аппарат. Следует подчеркнуть, что современная научная парадигма, как модель постановки проблем и совокупности приемов их решения, характеризуется антропоцентричностью, поэтому весьма логичным представляется выделять в рамках антропоцентрического подхода, прагматическое направление исследований, где приоритетным является рассмотрение аспекта соотносительности «автор – текст – читатель» [6].

Однако не только антропоцентрический подход является преимущественным в такого рода исследованиях. Наряду с ним нельзя обойти вниманием и коммуникативно-прагматический подход. С точки зрения коммуникативно-прагматического подхода к анализу любого текста, в том числе и научного, текст рассматривается как прагматическая величина, организуемая с определенными намере-

ниями и целями. Прагматический переход в лингвистике характеризуется тем, что первостепенную роль стали играть вопросы употребления языка и условия, в которых протекает коммуникативная деятельность, т.е. экстралингвистические факторы.

Исследование заголовков научных статей на предмет лексико-семантического наполнения, прагматического потенциала и функций является важным, особенно с точки зрения коммуникативно-прагматического подхода, поскольку успех научной публикации, как справедливо заметила С.А. Суворова, во многом зависит от того, насколько точно и исчерпывающе названо то или иное научное исследование [7, с. 166]. Нельзя не подчеркнуть, что кроме названных аспектов исследования заголовка, заголовок для научной публикации может изучаться и в связи с вопросом определения лингвистического статуса, структурных типов, связи заголовка с содержанием текста, экспрессивности и др.

В современном языкознании существует несколько групп основных научных методов: сравнительно-исторические, структурные, конструктивные, а также частные методы, в числе которых методы компонентного и математического (или количественного) анализа. Для прагматики широко применяются количественные методы, так как основным объектом их применения обычно выступает текст. Как в других науках, использующих математические методы, так и в прагматике при проведении количественных подсчетов важную роль играет классификация как необходимый предварительный этап статистической обработки данных. Для диагностирования, к примеру, прагматического компонента заголовков научных текстов необходимо сначала провести количественный подсчет заголовков, выделить признаки и осуществить классификацию. Элементы количественного анализа позволяют установить частоты основных структурных и прагматических типов заголовков научных публикаций.

Тем не менее, очевидно, что основным методом исследования выступает описательный, включающий различные приемы изучения фактического материала. С учетом целей, поставленных исследователем, на разных этапах применяются приемы наблюдения, сопоставления, обобщения. Кроме того, в исследованиях такого рода, как правило, присутствует эксперимент, он может быть направлен на изучение восприятия заголовков информантами. Анализ результатов эксперимента позволяет, по мнению О.И. Таюповой, сформулировать выводы о прагматической направленности заголовков на адресата [8, с. 21]. К указанным методам можно добавить дескриптивный, логико-семантический анализ с целью сопоставления содержания заголовка и собственно текста научной статьи, а также акторечевой анализ для выявления прагматической направленности заголовков.

Процесс восприятия заголовка, по мнению Э.М. Рянской, включает множество механизмов – от визуального восприятия до ретроспективного осмысления, поэтому диапазон аспектов исследования названий научных статей довольно широк. Так, например, требуется классификация коммуникативно-прагматических типов заголовков. Актуальным в связи с этим представляется использование ономаσιологического подхода, позволяющего осуществить процесс классификации от содержания прагматических компонентов к средствам их языковой репрезентации. Э.М. Рянская прямо указывает на это: «В последние десятилетия использование ономаσιологического подхода связывают также с процессом коммуникации – движением от говорящего к слушающему» [5, с. 223].

Указанные подходы и методы, разумеется, не исчерпывают всего доступного исследователю арсенала исследовательских подходов, методов и приемов, рассмотренные же методы позволяют на примере научных текстов исследовать в первую очередь суггестивный (воздействующий компонент) заглавия, который формирует на этапе предтекстовых стратегий эмоциональное предотношение читателя. Как подчеркивает Н.М. Потапова, прагматика исследует и выделяет отношение к действительности и к адресату [3, с. 17]. В этом нами видится также прагматический аспект исследования заголовков. Таким образом, сегодня уже утвердилось мнение, что заголовок связывает текст с экстралингвистической социальной ситуацией, отправителем и получателем сообщения.

Подводя итог, отметим, что изучение заголовка научного текста предполагает комплексный анализ с позиций нескольких подходов и на основе сочетания современных общенаучных и лингвистических методов, позволяющих уточнить природу прагматического потенциала названий в процессе актуализации их информативной функции. Перспективу исследования представляет обращение к функционально-прагматическому аспекту, что потребует применения других исследовательских приемов.

Список литературы

1. Богданова О.Ю. Заголовок как элемент текста // Вестник Костромского гос. ун-та им. Н.А. Некрасова. 2007. Вып. 1. Т. 13. С. 116-119.

2. Куликова И.С., Салмина Д.В. Заголовок научной статьи как речевой жанр // Международный научный институт «Education». 2015. № 3 (10). С. 41-44.
3. Потапова Н.М. Прагмалингвистическое моделирование сообщения как способ манипуляции // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 4. С. 17-21. URL: http://www.vestnik.vsu.ru/content/lingvo/2015/04/toc_ru.asp (дата обращения: 28.11.2017).
4. Рожкова Ю.Е. Экспериментальные исследования соотношения заголовка и текста. URL: <https://www.scienceforum.ru/2014/pdf/3629.pdf> (дата обращения: 28.11.2017).
5. Рянская Э.М. Подходы к изучению сходных языковых явлений в разноструктурных языках // Фундаментальное и актуальное в развитии языка: категории, факторы, механизмы: Материалы XVIII Международной конференции Школы-Семинара имени Л.М. Скрябиной (Москва, 13-16 сентября 2017 г.). М.: МГПУ; Языки Народов Мира, 2017. С. 219-225.
6. Современные направления в исследовании текста. URL: http://www.k2x2.info/jazykoznanie/publicisticheskii_tekst_lingvisticheskii_analiz_uchebnoe_posobie/p4.php (дата обращения: 28.11.2017).
7. Суворова С.А. Лексическая детерминированность заголовков научных статей // Ученые зап. Таврического нац. ун-та им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». 2011. Т. 24. № 1. Ч. 1. С. 166.
8. Таюпова О.И. Прагматический потенциал заголовков в современных публицистических текстах // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 4. С. 21–26. URL: http://www.vestnik.vsu.ru/content/lingvo/2015/04/toc_ru.asp (дата обращения: 28.11.2017).
9. Филоненко Т.А. Аттрактивные заголовки в научной речи // Педагогика и психология. Филология и искусствоведение. 2015. № 2. С. 290-291.
10. Фильчук Т.Ф. Аттракционная природа заголовков и заголовочных комплексов публицистического дискурса. URL: http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_963/content/filechuk.pdf (дата обращения: 28.11.2017).

УДК 81'255.2:6

К.А. Ангелова

магистрант

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент М.А. Степанова

Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ РЕАЛИИ В ТЕКСТАХ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты лексической составляющей текстов жанра «аналитическая документация». В частности, определяются особенности функционирования лексических единиц, классифицируемых как «лингвокультурные реалии». Особое внимание уделяется описанию видов аналитических документов как источников исследуемого материала.

Ключевые слова: лингвокультурология; реалии; безэквивалентная лексика; аналитическая документация; аналитический текст.

Материалом для исследования послужили тексты аналитического характера, подготовленные ведущим аналитиком и научным сотрудником Оксфордского института энергетических исследований Джеймсом Хендерсоном. Тексты размещены на официальном сайте Оксфордского института энергетических исследований (<https://www.oxfordenergy.org/>). Данный институт является независимым научно-исследовательским центром Оксфордского университета, проводит и публикует исследования в области глобальных энергетических проблем.

В настоящее время тексты аналитической документации чрезвычайно востребованы на мировом рынке переводческих услуг. Как полагают специалисты, на протяжении последних нескольких лет рост объема аналитической документации находится на достаточно серьезном уровне. Такая тенденция связана с интенсивным развитием технологий, которые позволяют специалистам заниматься

проведением комплексного детализированного исследования отдельной проблемы или определенной сферы деятельности в целом.

Актуальность темы данного исследования определяется необходимостью дальнейшего изучения оптимальных способов работы переводчика с текстами аналитической документации.

Объектом исследования в данной работе является особенности реализации лингвокультурных реалий в текстах аналитической документации.

Предметом исследования выступают лингвокультурные реалии, реализуемые в текстах аналитической документации.

Целью данной работы является описание особенностей функционирования лингвокультурных реалий в текстах аналитической документации.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие *задачи*:

1. рассмотреть понятие «лингвокультурные реалии»;
2. выявить и проанализировать основные стилеобразующие характеристики текстов аналитической документации;
3. выявить особенности лингвокультурных реалий в текстах аналитической документации.

В современном языкознании взаимосвязь языка и культуры не вызывает сомнений. Известные языковеды в своих работах описывают взаимодействие данных явлений как определенное видение мира сквозь призму национального языка, где язык выступает в роли выразителя особой национальной ментальности. Те самые проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке, исследует наука, возникшая на стыке лингвистики и культурологии – *лингвокультурология* [1].

Одно из важных мест в составе лингвокультурологического компонента занимают национальные реалии. О понятие «реалия», как о носителе специфичных национальных, исторических элементов и явлений, начали говорить в середине XX века. Необходимо принимать во внимание, что до настоящего времени не существует единой общепринятой трактовки термина «реалия» как в лингвистических словарях, так в и других источниках.

Е.В. Бреус полагает, что «реалии – это понятия, относящиеся к жизни, быту, традициям, истории, материальной и духовной культуре данного народа» [2, с. 137]. В.С. Виноградов использует определения, синонимичные по значению слову «реалия», называя их «культуронимами» [3, с. 135-142].

На основе вышеупомянутых определений, которые были предложены различными исследователями, с уверенностью можно сказать, что под реалиями принято понимать языковые единицы, обозначающие элементы «чужой» культуры, имеющие национальную, историческую, местную или бытовую окраску и не имеющие эквивалентов в других языках и культурах. В переводоведении для обозначения слов-реалий исследователями были введены такие понятия как «безэквивалентная лексика» (см. работы Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова, А.В. Федорова), «экзотическая лексика» (работы А.Е. Супрун), «этнокультурная лексика» (Л.А. Шейман), «лаконизмы» (И.И. Ревзин, В.Ю. Розенцвейг) и др.

Особое внимание лингвистов уделяется исследованию проблем перевода лингвокультурных реалий. К основным способам перевода/передачи безэквивалентной лексики относят калькирование, транслитерирование/транскрибирование, семантизацию (поморфемный/полексемный перевод). Приоритетное использование тех или иных способов, безусловно, зависит от жанрообразующих характеристик переводимого текста. Рассмотрим ниже жанровые особенности текстов относимых к формату «аналитический документ».

Аналитический документ является документом, содержащим обобщенный материал о каких-либо исследованиях [4]. По своему содержанию документы аналитического характера стоит относить к одним из самых надежных источников информации, предоставляющих достоверные факты, анализ состояния дел и прогнозирование ситуации. Целью данного документа является предоставление полной и убедительной аргументации, подтверждающей изложенные в документе рекомендации и, следовательно, использование как инструмента разработки и принятия оптимальных решений [5].

Наиболее яркую и очевидную черту документов данного стиля составляют стандартизированные формулы, клише, сложившиеся словосочетания, синтаксические обороты. Не менее важной отличительной особенностью аналитической документации от документов других жанров является использование аналитических расчетов, таблиц, графиков, диаграмм, обеспечивающих наглядность представляемых результатов.

Согласно классификации Н.А. Гайдамакина к основным видам аналитических документов можно отнести:

- справки (документ, содержащий анализ значений показателей информационного поля с точки зрения поставленной проблемы);
- обзоры (краткое изложение содержания первичных документов с основными фактическими сведениями и выводами);
- отчеты (совокупность показателей, по которым оценивается информационное поле объекта мониторинга);
- статьи (анализ деятельности объекта мониторинга с большим количеством анализируемых фактов и определенной взаимосвязью);
- информационные сводки (информация об особенностях обстановки, положении дел в отношении определенного объекта за определенный временной период);
- дайджесты (краткие аннотации и выходные статьи) [6].

Анализ указанных выше текстов аналитического характера показывает, что наиболее часто встречаемые лингвокультурные реалии были представлены категорией географических и этнографических реалий – названия организаций, проектов (The Power of Siberia pipeline, Novatek's Yamal LNG project, the Groningen field, the Bovanenkovskoye field, King Coal) и т.д. При работе над переводом таких единиц переводчику следует рекомендовать, в первую очередь, использовать узкопрофессиональные информационные ресурсы по нефтегазовой тематике.

Список литературы

1. Бреус Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский: учебное пособие. М.: УРАО, 2002. 208 с.
2. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
3. Гайдамакин Н.А. Служебные и аналитические документы: язык, логика, структура, оформление, движение. Екатеринбург: Изд-во Уральского института экономики, управления и права, 2008. 145 с.
4. Казакова О.А. Деловая коммуникация: учебное пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2013. 132 с.
5. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 208 с.
6. Янг Э., Куинн Л. Как написать действенный аналитический документ в сфере государственной политики: практическое пособие. URL: http://personnel.uapa.ru/courses/P_analit_doc_rus.pdf (дата обращения: 09.12.2017).

УДК 81'255.4

О.В. Жмакина

студент

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент М.А. Степанова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СОВРЕМЕННЫЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ЛИНГВИСТИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ: ТИПЫ, ФОРМЫ, СТРУКТУРА

Аннотация. В статье рассматриваются отдельные особенности подготовки учебно-методических материалов по лингвистическим дисциплинам. В работе приводятся различные трактовки понятий «методические материалы», «учебно-методические материалы», «учебные пособия», «учебные издания», указывается структура и классификация учебно-методических материалов. Особое внимание автор уделяет анализу серии учебных пособий издательства «Cambridge University Press».

Ключевые слова: учебно-методические материалы; учебные пособия.

Современное развитие образования обусловлено необходимостью подготовки конкурентоспособного, профессионально компетентного специалиста. Для повышения качества обучения должны быть применяемы соответствующие учебно-методические материалы.

Актуальность данной работы обусловлена необходимостью систематизации учебно-методических материалов.

Объектом исследования является процесс обеспечения учебно-методическими материалами преподавание дисциплин.

Предмет исследования – комплекс современных учебно-методических материалов по лингвистическим дисциплинам.

Цель данного исследования – на основе теоретико-экспериментального исследования систематизировать современные учебно-методические материалы по лингвистическим дисциплинам.

Достижению данной цели способствует решение следующих задач:

- 1) изучить сущность понятия «учебно-методические материалы»;
- 2) рассмотреть концепцию построения учебно-методических материалов и их типы;
- 3) на конкретном примере описать и проанализировать учебные пособия издательства «Cambridge University Press».

Материалом исследования послужила серия учебных пособий издательства «Cambridge University Press».

Учебно-методические материалы являются обязательным условием реализации основной образовательной программы подготовки специалиста. Они должны соответствовать современному уровню развития науки, техники и культуры, как в области разрабатываемого предмета, так и в области педагогики, психологии и дидактики.

По мнению М.А. Фролко, учебно-методический материал является частью учебно-методического комплекса дисциплины, который преподаватель должен подготовить при разработке нового или обновлении уже осуществляемого курса. Все учебно-методические материалы, независимо от вида, отличаются от научно-исследовательских прежде всего тем, что имеют четко выраженную методическую направленность, ориентированы на реальную помощь обучающемуся в самостоятельном освоении материала [6, с. 10-11].

Согласно Л.В. Усковой, методическими материалами являются учебные издания, направленные на обеспечение самостоятельной работы обучающихся по овладению новыми знаниями и их закреплению, может быть представлено методическими разработками, пособиями, рекомендациями, курсом лекций, методическими указаниями [5, с. 3-4].

Таким образом, учебно-методические материалы – это совокупность материалов, способствующих эффективному освоению учащимися учебного материала, входящего в учебную программу дисциплины. В структуру учебно-методических материалов обязательно входит: оглавление, введение, основная (содержательная) часть, заключение, список источников информации, приложение.

Существуют различные классификации учебно-методических материалов. Н.В. Соловова и В.И. Никонов делят учебно-методические материалы на следующие:

- учебные (дидактические) материалы (учебники, учебные пособия, справочники, курсы лекций, практикумы, сборники задач и упражнений, рабочие тетради и др.), адресованные обучающимся;
- учебно-методические материалы (методические указания, пособия, рекомендации, разработки), предназначенные как для обучающихся, так и педагогов;
- методические материалы (методические указания, пособия, рекомендации, разработки и др.), которые содержат методические указания по организации деятельности преподавателя, адресованные преподавателям [1, с. 5-6].

Е.А. Спичкина и Ж.М. Камович представляют более широкую классификацию учебно-методических материалов: учебно-программные (учебный план, учебная программа, программа практики); учебно-теоретические (учебник, учебное пособие, курс лекций, конспект лекций); учебно-практические (практикум, хрестоматия); учебно-методические (учебно-методическое пособие, методические указания, рабочая тетрадь, самоучитель); учебно-справочные (учебный толковый словарь, учебный терминологический словарь; учебный справочник); учебно-наглядные (учебно-наглядное пособие, альбом, атлас); учебно-библиографические [4, с. 21-22].

Учебно-методические материалы могут издаваться как в печатном, так и электронном виде. Печатное издание – это документ на бумажном носителе, предназначенный для распространения содержащейся в нем информации, прошедший редакционно-издательскую обработку, самостоятельно оформленный, имеющий выходные сведения [3].

Электронное издание – документ на машиночитаемом носителе, для использования которого необходимы средства вычислительной техники (группа электронных документов), прошедший редакционно-издательскую обработку, предназначенный для распространения в неизменном виде, имеющий выходные сведения [3].

В настоящее время для обучения английскому языку широко используется серия учебников «In Use», выпускаемая издательством «Cambridge University Press», одним из популярных и старейших на сегодняшний день. Ключевое направление деятельности издательства – публикация учебников по английскому языку, включающих многоуровневые учебные курсы и самоучители.

Ранее издательство выпускало только серию грамматики Реймонда Мёрфи «English Grammar in Use», однако позднее такие сборники появились и по другим областям изучения языка. Учебники можно подразделить на следующие группы: грамматика, расширение словарного запаса, тонкости английского языка и узкоспециализированный английский для людей разнообразного круга профессий.

Так, например, в серию включены учебники «Professional English In Use: Medicine», «Professional English In Use: Finance», «Academic Vocabulary In Use», «English Pronunciation In Use», «English Idioms In Use». Рассмотрим некоторые особенности каждого из указанных учебных пособий.

«*Professional English In Use: Medicine*» представляет собой учебное издание, рекомендуемое для изучения английского языка специалистами в области медицины. Основные темы, рассматриваемые в пособии, связаны с описанием анатомии человека, проведением осмотра пациента и осуществлением диагностики заболевания. Однако авторы выделяют в отдельные разделы темы, связанные с врачебной этикой, а также с подготовкой научных выступлений. Издание подходит для подготовки к экзаменам IELTS, USMLE и AMC и пр.

«*Professional English In Use: Finance*» ориентировано на специалистов области финансов и менеджмента. В пособии особое внимание уделяется изучению узкопрофессиональной терминологии, включая финансовые идиомы. Материал, представленный в пособии, может быть использован как в формате групповых, так и в формате индивидуальных занятий.

«*Academic Vocabulary In Use*» предназначено к использованию теми, кто имеет непосредственное отношение к академической среде (студенты, аспиранты, преподаватели, научные сотрудники). В учебном пособии авторами предлагается множество упражнений на формирование языковых навыков во всех видах речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо) с учетом лексико-грамматических особенностей текстов научного дискурса.

«*English Pronunciation In Use*» является важным источником дидактических материалов для формирования произносительных навыков. В данной серии авторами предусмотрена уровневая организация материалов, в комплект пособия входят учебники уровней Elementary, Intermediate и Advanced. Неотъемлемой составляющей учебного пособия являются аутентичные фонетические записи.

«*English Idioms In Use*» предназначается для изучения наиболее употребительных и образных фразеологизмов современного английского языка (британский вариант). Структура пособия предполагает изучение как практического материала, так и теоретического. Целевой аудиторией являются те, кто владеет английским языком на уровне *Intermediate*.

Как показывает анализ отдельных учебных изданий даже в рамках единой серии, ранжирование учебно-методических материалов может осуществляться по разным основаниям: уровень языковой подготовки обучающихся, профессиональная ориентированность, специфика формируемых видов речевой деятельности и др.

Список литературы

1. Внутривузовское учебное издание: методические рекомендации / сост. Н.В. Соловова, В.И. Никонов; под ред. В.П. Гарькина. Самара: Изд-во «Универс-групп», 2006. 27 с.
2. ГОСТ 7.60-2003 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения.
3. ГОСТ Р 7.0.83-2013 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Основные виды и выходные данные.
4. Методические рекомендации по разработке вузовских учебных изданий / сост. Е.А. Спичкина, Ж.М. Камович. Краснодар: Изд-во Краснодарского гос. инст. культуры, 2016. 34 с.
5. Методические рекомендации по разработке учебных методических материалов / сост. Л.В. Ускова. Вологда, 2016. 12 с.
6. Рекомендации преподавателям по созданию учебно-методических материалов / сост. М.А. Фролко. М.: Изд-во ГЦОЛИФК, 2013. 35 с.

МЕДИАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ УСПЕШНОГО МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются такие понятия, как медиативная деятельность, транслингвализм и медиативная компетенция. Медиация рассматривается в качестве необходимого условия для реализации успешного межкультурного общения в различных сферах деятельности человека, включая образовательную. Также рассматриваются методы использования медиативных практик в обучении иностранным языкам и при преподавании в мультикультурных/мультиязыковых классах.

Ключевые слова: транслингвализм; медиация; медиативная компетентность; образование; педагогическая медиация; межкультурное взаимодействие.

В ситуации развития межкультурных взаимоотношений и всемирной глобализации человек должен адаптироваться и обладать механизмами, необходимыми для беспрепятственного общения с людьми, незнакомыми с культурой и языком других народов. Нужен качественный переход от межъязыкового общения к транслингвализму, т.е. переход от простой переводческой деятельности к осознанию контекста и декодированию информации. Для этого требуется развивать медиативную компетенцию и навыки медиатора [6].

Многие исследователи по-разному подходят к определению понятий «компетенция» и «компетентность». Например, Э.Ф. Зеер объединяет оба термина и синонимизирует их с «квалификацией», считая компетенцию обобщенным способом действий, направленных на выполнение конкретной профессиональной деятельности [2, с. 24-25]. В то же время Ю.Г. Татур использует следующее определение: компетенция – это готовность человека задействовать имеющийся у него потенциал [4, с. 21].

Авторы данной статьи опираются на определение, предложенное А.П. Тряпицыной. Она видит компетенцию как некую совокупность задач, решение которых позволяет выполнять ту или иную профессиональную деятельность [1, с. 4].

Если компетенция – это совокупность задач и их решений, то компетентность – это совокупность компетенций, которыми обязан обладать человек, решающий определенные профессиональные задачи, которые встают перед ним в ходе работы. Необходимо отметить, что говоря о компетентности, мы учитываем и личностное качество человека, соответственно, под компетентностью также понимается способность личности применять единство знаний и опыта для решения профессиональных, социальных и личностных проблем.

Медиативная компетентность – это совокупность коммуникативных компетенций и навыков медиатора, выполняющего медиативную деятельность в той или иной сфере жизнедеятельности. Медиативная деятельность может иметь разный характер в зависимости от того, где она применяется. Обычно медиация практикуется при разрешении корпоративных, коммерческих, трудовых, семейных и других споров и конфликтов, где медиатор выступает в роли непредвзятого посредника, помогающего решить все спорные моменты и найти продуктивное решение проблемы. В контексте данной статьи мы рассматриваем лингвистическую медиативную деятельность и медиативную деятельность в образовании.

Российские исследователи понимают лингвистическую медиацию как разновидность профессиональной межкультурной коммуникации, в процессе которой происходит декодирование информации третьим лицом с одного языка на другой с учетом всех особенностей языка и культуры человека или нескольких людей, являющихся реципиентами информации [3, с. 4]. Этим третьим лицом является медиатор – человек, который может влиять на эффективность коммуникации, трансформируя или сокращая информацию в соответствии с коммуникативными задачами, стоящими перед со-

беседниками в той или иной ситуации. По сути, этот человек создает свой контент на основе информации, которую он получает. Медиатор должен владеть родным и иностранным языком на высоком уровне, обладать достаточными знаниями о культуре, фольклоре, традициях и национальных ценностях тех стран, на языке которых ведется общение в ходе его медиативной деятельности. Медиатор обязан быть готов к работе в любых условиях и быть достаточно гибким, чтобы подстраиваться под ситуацию. В зависимости от того, в каких именно сферах оказывается медиативная поддержка, медиатор должен быть хорошо знаком с технической терминологией, сленгом или другими языковыми особенностями [7, с. 72].

Отдельным видом медиативной деятельности является педагогическая медиация. Данное направление активно развивается в Европе. В условиях мобильности, присущей европейским странам, при большом количестве иммигрантов крайне важно обеспечить комфортные условия всем обучающимся. Вновь прибывшим гражданам необходимо интегрироваться на новой территории, по этой причине многие преподаватели берут на себя роль медиаторов и помогают наладить контакт ученикам из разных частей света. Нередко педагоги, владеющие несколькими языками, передают информацию от одного ученика другому в реальном времени. Это может быть перевод, перефразирование или сокращение текста, когда язык оригинала непонятен реципиенту.

Педагогическая медиация в российской образовательной системе – достаточно новое, но необходимое явление, вызванное, в первую очередь, увеличением объемов миграции населения. При работе с вновь прибывшими гражданами необходимо учитывать их традиции, национальные ценности и языковые особенности, что позволит избежать конфликтов при межкультурном взаимодействии. Медиативная деятельность со стороны преподавателя призвана нейтрализовать языковые барьеры и недопонимания.

Рассматривая медиативную деятельность в образовании, М.О. Литвишко и Ю.А. Черноусова выделяют несколько ее форм: интерактивная, неинтерактивная и смешанная медиация [5, с. 151]. В первом случае педагог принимает активное участие в общении, поддерживает процесс коммуникации, передает информацию или задает уточняющие вопросы, выполняет последовательный перевод, а также текстуализирует интенции обращающегося ученика. В случае неинтерактивной медиации (медиация без обратной связи) педагог просто передает информацию от коммуникатора к реципиенту, немного изменяя объем полученного сообщения (реферирование, аннотирование, пересказ). Смешанная медиация представляет собой языковое посредничество с элементами интеракции. Педагог анализирует и обрабатывает полученную информацию, после чего на основе полученных данных создает новый контент и обсуждает его вместе с учащимися.

Медиативная деятельность может быть организована по-разному. Например, в высших учебных заведениях роль медиатора от педагога может постепенно передаваться студентам, что позволит не только реализовывать компетентностный подход, но и будет способствовать подготовке эффективных участников межкультурной коммуникации, обладающих навыками медиативной деятельности в поликультурном контексте.

В Европе иммигранты, которые уже интегрировались в новое общество, часто становятся медиаторами, помогающими освоиться вновь прибывшим в страну гражданам. Европейский союз создал целую программу, посвященную организации медиативной деятельности.

Важно понимать, что для выполнения миссии медиатора человеку недостаточно знать иностранный язык и язык страны, в которой он проживает, ему понадобится комплекс особых навыков, которые лежат в основе медиативной компетентности. Именно медиативная компетентность является условием успешного межкультурного взаимодействия.

Список литературы

1. Заир-Бек Е.С., Тряпицына А.П. Подготовка специалистов в области образования к участию и использованию международных программ оценки качества образования для всех: национальное видение. СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2006. 63 с.
2. Зеер Э.Ф., Сыманюк Э.Э. Компетентностный подход к модернизации профессионального образования // Высшее образование в России. 2005. № 4. С. 23-30.
3. Косарева Т.Б. Обучение студентов-юристов лингвокультурной медиации: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Москва, 2011. 22 с.
4. Татур Ю.Г. Компетентность в структуре модели качества подготовки специалиста // Высшее образование сегодня. 2004. № 3. С. 20-26.

5. Черноусова Ю.А., Литвишко О.М. Глокальный подход в обучении профессионально-ориентированному иностранному языку // Университетские чтения – 2014: материалы науч.-метод. чтений ПГЛУ. Ч. V. Пятигорск, 2014. С. 149-153.

6. Stathopoulou M. From 'languaging' to 'translanguaging': Reconsidering foreign language teaching and testing through a multilingual lens // Selected Papers of the 21st International Symposium on Theoretical and Applied Linguistics ISTAL 2016. P. 759-774. URL: https://www.researchgate.net/publication/320700598_From_%27languaging%27_to_%27translanguaging%27_Reconsidering_foreign_language_teaching_and_testing_through_a_multilingual_lens (дата обращения: 01.12.2017).

7. Taft R. The Role and Personality of the Mediator // The Mediating Person: Bridges Between Cultures. Cambridge: Schenkman, 1981. P. 53–88.

УДК 372.881.1

М.С. Мельник

магистрант

Л.В. Новикова

канд. филол. наук, доцент

Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

МЕСТО АКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ СЕМАНТИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ У ДОШКОЛЬНИКОВ

Аннотация. В статье рассматриваются активные методы обучения дошкольников иностранному языку с учетом возрастных особенностей детей. Анализируются игровой метод, принцип звуковой изобразительности и использование аутентичного материала.

Ключевые слова: иностранный язык; методика преподавания в дошкольном возрасте; ведущая деятельность; активные методы; коммуникация; билингвизм.

Мир ребенка представляет собой сложный комплекс зрительных, слуховых, тактильных чувств, ощущений и эмоций. Среди важных задач в воспитании детей обучение родному языку, речевому общению – одна из главных. В детских садах развитию речи ребенка уделяется огромное внимание, но стоит отметить, что в последние десятилетия наряду с особенностями процесса обучения родному языку обсуждается и вопрос о гармоничном воспитании искусственного билингва. Иностранный язык становится общедоступным уже в детском саду; данная тенденция способствует развитию современной методики преподавания языков и поднимает ряд вопросов практического и теоретического плана.

В дошкольном возрасте у ребенка только формируется знание системы родного языка. Аналитическое мышление в этом возрасте развито недостаточно для того, чтобы на него можно было опираться при усвоении нового материала, следовательно, процесс обучения имеет существенные различия с обучением в более поздние периоды. Особое внимание проблемам развития речи детей и особенностям обучения иностранному языку уделял Ф.А. Сохин, полагая, что обучение дошкольников иностранному языку должно происходить совместно с обучением родному языку. Такой подход будет способствовать взаимообогащению речи ребенка на обоих языках [4, с. 37].

Однако, чем раньше ребенок попадает в учебную среду, тем сложнее подобрать соответствующий материал и форму работы с ним. На этапе планирования занятия и выбора методов обучения необходимо учитывать ряд возрастных особенностей детей и руководствоваться несколькими основополагающими принципами. Обучение должно строиться по тому же принципу, что и обучение родному языку. Дети интуитивно определяют закономерности языка, и только в школьном возрасте знакомятся с грамматическими правилами. Обучать дошкольника – значит постоянно создавать моменты успеха, когда ребенок испытывает удовлетворение от проделанной работы.

Одним из ключевых правил обучения новой иноязычной лексике следует считать соблюдение соответствия подобранных слов возрасту обучаемого. Стихийное пополнение словарного запаса менее продуктивно. Согласно периодизации пополнения словаря у дошкольников, которая была сформулирована основоположником российской школы онтолингвистики С.Н. Цейтлин, ребенок до 3-х

лет усваивает в первую очередь слова, обозначающие предметы из окружающей его среды; затем на 4-ом году жизни словарь пополняется названиями предметов и действий, с которыми дети сталкиваются в быту: размеры предметов; цвета, формы; некоторые физические качества («холодный, гладкий»). В этот период дети также начинают обозначать ориентиры во времени и пространстве («утро, вечер, потом, сначала, назад, вперед»). На 5-ом году жизни наблюдается активное использование названий предметов из тематических циклов: продукты питания, предметы обихода, овощи, фрукты, различные материалы, а к 6-му году жизни ребенок может дифференцировать слова по степени выраженности свойства («кисловатый, темно-зеленый, прочнее, тяжелый, светлее»). На 7-ом году жизни ребенок способен подбирать антонимы и синонимы, он знакомится с многозначностью слов, подбирает родственные слова [4].

Ведущей деятельностью в данном возрасте является **игра**, следовательно, она должна быть ключевым методом на занятии, чтобы процесс обучения проходил естественно, в соответствии с потребностями детей дошкольного возраста. По наблюдениям педагога-психолога В.П. Зинченко, для ребенка игра есть не что иное, как школа самостоятельности, где ему всегда приходится выбирать [1].

Применение игрового метода способствует соблюдению следующих психологических аспектов:

- создание благоприятной атмосферы для детей;
- формирование коммуникативно-познавательной мотивации;
- сплочение группы детей в процессе занятия;
- обеспечение психологической готовности обучающихся к общению.

Кроме того, педагог получает в свое распоряжение разнообразные приемы для многократного повторения материала и создания у учащихся потребности в отборе нужного речевого материала, что является эффективной подготовкой к живой спонтанной речи.

Стоит отметить важность **создания коммуникативно-познавательной мотивации**. Ребенок, получая мотивацию к выполнению задания, легче усваивает информацию и легче учится ею оперировать. В первую очередь доминирует форма познания «научение», которая позже перетекает в «ориентировочно-исследовательскую» форму познания. Постепенно удовлетворяя свой интерес, ребенок достигает желаемого результата, что порождает желание снова добиться успеха и способствует развитию ребенка. «Научение» представляет собой «реактивную» деятельность, а поисковая деятельность, в свою очередь, является «реактивно-инициативной». Например, при необходимости привлечь внимание группы в начале занятия можно предложить детям составить пазл из деталей, где полученная картинка будет отображать тему занятия. Таким образом удовлетворяется и потребность ребенка в игровой деятельности, и решается задача самостоятельного формулирования темы занятия.

Одним из обязательных элементов занятия должно быть **общение**; главная цель обучения – овладение языком как средством общения. Ребенок, как было сказано выше, начиная обучение в дошкольном возрасте, не готов воспринимать формы обучения, применяемые в работе со школьниками. Непосредственное общение педагога с детьми в непринужденной, легкой, занимательной и игровой обстановке создаст благоприятную атмосферу для обучения. На занятиях следует как можно чаще использовать введенную ранее лексику, чтобы ребенок наглядно мог видеть, как он может применить усвоенные слова и структуры. Моделирование на занятии реальных жизненных ситуаций крайне необходимо для усвоения лексики. При выполнении аппликации можно попросить ребенка решать возникающие в процессе работы вопросы на иностранном языке, сопровождая речь жестикующей: «Give me the glue, please» или «I need a sheet of paper». Объяснив ребенку, что по условиям игры необходимо озвучивать просьбы на английском языке (сравнив с каким-либо персонажем из мультфильма), преподаватель показывает ребенку возможность быть вовлеченным в этот увлекательный мир, где говорят на другом языке, не понятном никому. Желание быть сопричастным игре формирует у ребенка потребность имитировать, а в дальнейшем самостоятельно производить отбор речевых структур для осуществления коммуникации.

На протяжении занятия могут быть задействованы другие виды деятельности. Ручной труд, создание поделок, аппликаций и наглядного материала в сопровождении иностранной речи помогут ребенку ненавязчиво связать его повседневные действия с новым для него языковым материалом. Например, по теме «Shapes» («Фигуры») ребенок легче усвоит названия геометрических фигур на иностранном языке, выполняя аппликацию из фигур. Затем, можно усложнить задачу, попросив рассказать, что изображено на картинке и какие фигуры для этого использовались. Также, известно, что практическая деятельность развивает память и позволяет проводить занятие более продуктивно. Изучая отдельные и объемные темы, стоит поощрять выполнение ручной работы и создание наглядного материала самими детьми. Например, при изучении темы «Fruits and vegetables» («Фрукты и овощи»)

дети могут самостоятельно проиллюстрировать рецепт или даже создать книгу рецептов. При выполнении данного задания реализуется образовательная, познавательная, и развивающая функции. Учитель вовлекает детей в процесс обучения новой лексике сопровождая его элементами рисования (что попутно решает вопрос дисциплины на занятии, всегда актуальный для дошкольников).

Полученный нами практический опыт подтверждает эффективность игры «What's missing?» («Чего не хватает?»). Дети получают черно-белые картинки фруктов и овощей и раскрашивают их самостоятельно. Все рисунки вывешиваются на доску. Учитель говорит «Close your eyes» («Закройте глазки») и прячет одну из картинок. После команды «Open your eyes» («Откройте глазки») дети отвечают на вопрос «What's missing?» («Чего не хватает?»). Этот способ проведения лексической работы несколько упрощает задачу, потому что ребенок сразу видит, если его рисунок отсутствует. На следующем занятии можно провести игру с одинаковыми разрезными карточками с изображением фруктов, что усложнит задачу. Затем, применяя настоящий наглядный материал можно собрать все карточки в мешок, и попросить ребенка достать одну и охарактеризовать ее, загадав тем самым загадку другим. Также, можно попросить ребенка назвать фрукт или овощ и сказать входит ли он в число его любимых продуктов (задействуется коммуникативный мотив речевой деятельности – сообщить что-либо о себе).

Весьма продуктивны упражнения, включающие в себя выполнение нескольких задач по использованию языкового материала. Изучая с детьми названия дней недели, можно дать задание для выполнения в парах: узнать друг у друга, какой день недели любимый. При выполнении обучающиеся сталкиваются с необходимостью задать вопрос и дать ответ, используя попеременно фразы «What is your favourite day of the week?» («Какой твой любимый день недели?») и «My favourite day of the week is...» («Мой любимый день недели...»). Таким образом, на занятии создается реальная речевая ситуация, в которой есть коммуникативная цель: получить информацию от собеседника и донести до него свою мысль. Важно соблюдать соотношение языковой и неязыковой деятельности ребенка, сопровождая любое его действие на иностранном языке, – комментировать, задавать вопросы и побуждать произносить вслед за педагогом фразы и словосочетания.

Особенное значение имеет **работа с аутентичным материалом**. Педагог, не являющийся носителем языка, который периодически переключается на родной для детей язык, представляется лишь человеком, играющим с ними в необычную языковую игру. Использование аутентичных мультфильмов поможет им действительно воспринимать иностранный язык как средство общения. В занятие следует включать работу с аутентичным наглядным материалом, по возможности использовать литературу, которая служит учебным материалом для дошкольников за рубежом. Обучение языку неразрывно связано со знакомством с иностранной культурой; дополнительный аутентичный материал помогает воссоздать некий колорит занятия, который поможет детям с удовольствием продолжить знакомство с иностранным языком. Например, использование иноязычных сказок (например, «The Jungle Book» / «Книга Джунглей» или «Jack and the Beanstalk» / «Джек и Бобовое дерево») на занятии с дошкольниками погружает в культурную и языковую среду.

Большую роль также играет **применение звуковой изобразительности** в речи. В данном случае следует говорить о важности пространственного образа. Этот метод указывает на способность природных звуков, особенностей артикуляции, разнообразных просодических элементов участвовать в создании зрительных образов. Данный метод (сопровождается использованием соответствующей жестикуляции и мимики) способствует созданию прочных ассоциативных связей в сознании ребенка. Практический опыт подтверждает эффективность данного приема при введении прилагательных:

- «Big» («большой») – произносится протяжно;
- «Little, small» («маленький») – произносится высоким голосом;
- «Yummy» («вкусный») – произносится протяжно, с эмоциональной окраской удовольствия;
- «Yock» («противный») – произносится коротко с эмоциональной окраской пренебрежения;
- «Cute» («милый») – произносится мягко и медленно;
- «Sad» («грустный») – произносится долго и с понижающейся интонацией;
- «Scary» («страшный») – произносится шепотом;
- «Surprised» («удивленный») – произносится громко с резко повышающейся интонацией.

Актуализация семантического и синтаксического аспектов является одной из сложных задач на занятии с дошкольниками. Слово вне контекста не сложно усвоить, но с практической точки зрения оно принесет меньше пользы. *Семантика* (в широком смысле слова) рассматривается как анализ отношения между языковым выражением и миром, реальным или воображаемым; *синтактика* как аспект, представляющий собой отношения между знаками в предложениях; *прагматика* выражает отношения между знаками и непосредственно участниками коммуникации [2, с. 43].

Полноценное усвоение нового слова происходит через знакомство с тремя выше представленными аспектами слова. Синтактика и семантика слова формируют в сознании прочные связи между словом и денотатом. Прагматический компонент реализуется в процессе восприятия слова и объяснении случаев его употребления в речи. Поэтапное ознакомление со словом с учетом данных позиций способствует системному формированию словарного запаса ребенка.

Таким образом, занятие должно включать в себя лексико-синтаксические структуры, в которых можно менять и подставлять элементы. Ребенку необходимо продемонстрировать, какие составляющие можно заменять, и какие новые слова могут занять их место. Например, на занятиях по теме «Fruits and vegetables» («Фрукты и овощи») детям могут быть предложены следующие грамматические структуры: «I like, I don't like...» («Я люблю, я не люблю...»), «It is...» («Это...»), «Do you like...?» («Тебе нравится...?»). Темы могут перекликаться, что позволяет естественным образом компоновать их в процессе обучения, например, темы «Adjectives» («Прилагательные»), «Colours» («Цвета»), «Shapes» («Размер»), – это поможет детям сразу научиться описывать их вкусовые предпочтения и характеризовать фрукты и овощи.

В теме «Clothes» («Одежда») вводятся следующие конструкции: «I wear...», «I don't like to wear...», «I put on...». («Я ношу...», «Я не люблю носить...», «Я надеваю...»). При изучении темы «Weather» («Погода») используются фразы: «It's ... today» («Сегодня...»), «What is the weather like today?» («Какая сегодня погода?»); при описании животных в теме «Animals» – «It has got a ...» («У него есть...»), «It says ...» («Он говорит...»).

Ребенку предлагаются структуры в рамках коммуникативных сценариев, которые реализуются при общении на данные темы на родном языке (наличие/отсутствие, симпатии/антипатии, пожелания, проявление интереса и т.д.). Регулярное использование данного приема при закреплении новой лексики позволяет со временем органичным образом сформировать в обучении переход от игры к естественным формам коммуникации, когда происходит постепенное осознание иностранного языка как возможного средства общения. В краткосрочном плане структурирование материала таким образом поможет ребенку быстро сориентироваться в процессе урока и вовлечет его в диалог.

На основе вышесказанного можно сделать вывод, что обучение дошкольников иностранному языку – сложный процесс, подразумевающий под собой параллельное выполнение многих задач. Важным условием успешного проведения занятия следует считать его грамотное планирование с использованием методов обучения, признанных наиболее эффективными для данного возраста и учетом таких возрастных особенностей как неготовность ребенка мыслить аналитически, самостоятельно анализировать и структурировать полученную информацию. Отсюда следует, что одним из основополагающих принципов можно считать принцип дозирования информации. Занятие по иностранному языку должно базироваться на основных принципах обучения дошкольников (принцип активности и принцип наглядности), а также содержать такие ключевые элементы как игра, общение, другие виды практической деятельности, имитация спонтанной и подготовленной речи, отработка типичных моделей, заучивание готовых текстов и образцов. Новые слова на иностранном языке должны усваиваться не обособлено, а в речевых конструкциях или словосочетаниях. Создание благоприятной среды для изучения языков и полноценного усвоения лексического материала – важный фактор в воспитании искусственного билингва, способного в относительно равной степени легко пользоваться несколькими языковыми системами и переключаться между ними.

Список литературы

1. Зинченко В.П. Психологические основы педагогики. М.: Гардарики, 2002. 432 с.
2. Мечковская Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура: Курс лекций: учеб. пособие для студ. филол., лингв. и переводовед. фак. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2004. 432 с.
3. Сохин Ф.А. Психолого-педагогические условия развития речи дошкольников в детском саду // Повышение эффективности воспитательно-образовательной работы в дошкольных учреждениях. М., 1988. С. 37–45
4. Цейтлин С.Н. Язык и ребенок: Лингвистика детской речи: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2000. 240 с.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЧТЕНИЕ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ БИЛИНГВИЗМА

Аннотация. Статья посвящена отдельным аспектам индивидуального чтения как инструмента формирования искусственного билингва и затрагивает вопросы организации самостоятельной познавательной деятельности обучающихся.

Ключевые слова: билингвизм; индивидуальное чтение; личностно-ориентированный подход; перцептивный тип.

По данным ряда исследований число билингвов имеет тенденцию к увеличению, что требует от образовательных систем поиска новых методов преподавания – во-первых, для адаптации к уже существующей ситуации билингвизма, во-вторых, в качестве ответа на очевидный запрос социума на дальнейшее формирование мультязычной среды. В.Д. Бондалетов определяет билингвизм как «двуязычие, т. е. сосуществование у человека или у всего народа двух языков, обычно первого – родного и второго – приобретенного» [2, с. 82]. По способу овладения языком различают билингвизм естественный, который является следствием длительного совместного проживания двух и более народов, и билингвизм искусственный, который формируется в специально созданных для этого условиях (в первую очередь, в образовательных учреждениях).

Становление искусственного билингва представляет собой интерес в разных аспектах – социальном, психологическом, лингвистическом, педагогическом. Одной из особенностей данного процесса является его длительный характер и возможность самого субъекта активно влиять на результат, что согласно анализу методической и педагогической литературы, достигается в том числе благодаря выработке у учащихся умений и навыков самостоятельного планирования и организации учебной деятельности.

Проблема формирования самостоятельности в образовательном процессе широко исследовалась в психолого-педагогической и методической науке (С.И. Архангельский, Д.Л. Дикинсон, Д. Литтл, Р.Л. Оксфорд, У. Рампилльён, В. Тюншофф, Х. Холек и др.). Однако практический опыт и наблюдения за образовательным процессом позволяют сделать вывод о том, что уровень самостоятельности учащихся при обучении иностранным языкам вне организованных форм продолжает оставаться невысоким.

В современной педагогике одним из приоритетных становится личностно-ориентированный подход, при котором особенности личности (психотип, преобладающая мотивация, целевые установки, уровень подготовки, наличие / отсутствие временного ресурса и др.) обучающегося рассматриваются как значимый фактор при отборе обучающего материала, организации учебного процесса, выборе приемов и методов обучения. При таком подходе индивидуальные характеристики учащихся не воспринимаются как фактор, нарушающий принцип системности в обучении, но служат надежным фундаментом, позволяющим надстраивать необходимые компетенции.

Особенно продуктивным личностно-ориентированный подход следует признать в обучении иностранным языкам – в первую очередь, за достаточно широкую вариативность форм обучающего материала, позволяющую педагогу подстроить имеющийся у него дидактический инструментальный под потребности и возможности конкретного обучающегося, что способствует снижению ощущения сложности задачи при изучении иностранного языка, а также позволяет добиться активизации коммуникативной и познавательной деятельности. Кроме того, весьма существенным в нашем случае является то, что целевые установки (иностранному языку для обеспечения комфортного уровня туристических поездок, общения в Интернете, с профессиональной целью, для чтения первоисточников в оригинале и прочее) при изучении иностранных языков могут очень сильно различаться у разных типов обучающихся.

Принято считать, что при формировании билингвизма, одним из наиболее эффективных способов реализации личностно-ориентированного подхода является *индивидуальное чтение*. По мнению О.Б. Бессерт особенностью индивидуального чтения как вида чтения является установка на беспереводной, коммуникативный характер, при котором степень глубины и точности понимания определяются текущим уровнем сформированности навыков и умений: «гибкое» чтение про себя (беглое или в замедленном темпе); «зрелое» чтение, для которого характерны процессы синтеза. Организационно этому виду чтения соответствует самостоятельное, внеаудиторное, дополнительное чтение» [1, с. 5]. Индивидуальное чтение играет значимую роль в учебной деятельности и служит цели практического овладения иностранным языком, в том числе при самообразовании. Индивидуализация реализуется в организации процесса обучения с одной стороны и акцентуации внимания на свойствах личности с другой.

С этой точки зрения особый интерес представляет опыт полиглотов, многие из которых сходятся во мнении, что именно работа с литературными источниками позволила им освоить несколько иностранных языков.

Безусловно, наилучшую результативность в освоении иностранного языка посредством расширения объемов и разнообразия источников индивидуального чтения следует ожидать от *визуалов* (в сравнении с *кинестическим* и *аудиальным* типом перцепции), поскольку к достоинствам данного перцептивного типа относятся сильная визуальная память, грамотность в письменных и устных формах речи и способность к скачкообразному развитию речевых навыков при достижении определенного порога [6, с. 227]. Роль индивидуального чтения в данном случае как раз заключается в создании условий для достижения искомого порогового состояния (для разных целевых групп это может быть уровень А2 или В1), когда ощущение успешности процесса обучения («я могу найти необходимую мне информацию», «я понимаю описание чувств, событий, намерений») создает платформу для перехода от перцептивных форм к активной речевой деятельности. Кроме того, индивидуальное чтение для такого типа обучающихся является наилучшим способом реформатирования учебного речевого мотива («надо учить»), в познавательный («хочу учиться») [3].

Полиглоты в своих работах предлагают различные методики, которые могут быть использованы при чтении. Так, Э. Гуннемарк при работе с литературой рекомендует: «За общее правило можно принять, что если вы взялись за чтение книги на иностранном языке, то нужно прочесть первые 30–50 страниц внимательно, выясняя значение практически каждого непонятого слова. После этого можно открывать словарь только на ключевых словах» [4, с. 62]. В свою очередь известный полиглот и переводчица К. Ломб полагает, что «речевые навыки лучше всего развивает чтение современных пьес, новелл, романов, написанных в хорошем, простом ритме. Так называемые «ситуативные элементы» языка заключены в подтексте художественного повествования и вместе с подтекстом незаметно вкрадываются в память. И по ассоциации всплывают вновь, когда мы попадаем в ситуацию, сходную с той, которую мы встретили в книге» [5, с. 35].

Включение в процесс изучения иностранного языка индивидуального чтения начинается с выбора книги для чтения. Доступность содержания текста подразумевает отбор материалов для чтения с тщательным соблюдением логической и временной последовательности. На начальном этапе выбор материала для чтения необходимо делать исходя из личных интересов учащихся; не следует начинать со скучных и малосодержательных книг. Вначале можно читать адаптированную литературу, затем постепенно переходя к более содержательным и емким произведениям.

Для обучения немецкому языку отлично зарекомендовали себя серии Klara&Theo. Leichte Krimis für Jugendliche in 3 Stufen (подходят для среднего и старшего звена в школе, для студентов и при самостоятельном изучении на начальном этапе); Leo&Co. Leichte Lektüre für Deutsch als Fremdsprache (старшее звено, студенты) издательства Langenscheidt. На продвинутом этапе обучения студентов / при самостоятельном изучении языков можно рекомендовать серию аудиокниг издательства Hueber «Hörbuch. Deutsch als Fremdsprache. Kurzgeschichten». Данные серии подготовлены в соответствии со шкалой Европейского языкового портфеля и позволяют избежать довольно частого отказа от чтения в больших объемах по причине тотального непонимания содержания при выборе книги, основанном только на интересе к конкретному автору / произведению. Чтение адаптированной литературы позволяет создать словарный запас, достаточный для перехода в дальнейшем к чтению периодических изданий на изучаемом языке.

Обобщая сказанное выше следует отметить высокую эффективность индивидуального чтения как метода обучения иностранному языку, позволяющего обучающемуся системно наращивать словарный запас, знакомиться с культурой и развивать свои лингвокультурные компетенции, неотдели-

мых от явления билингвизма, а также как инструмента для выработки у учащихся навыков самостоятельной познавательной деятельности и повышения мотивации.

Список литературы

1. Бессерт О.Б. Обучение индивидуальному чтению: монография. Архангельск: Арханг. гос. техн. ун-т, 2008. 276 с.
2. Бондалетов В.Д. Социальная лингвистика. М.: Просвещение, 1987. 160 с.
3. Горлова Н.А. Методика обучения иностранному языку: в двух частях. Ч. 1. М.: «Академия», 2013. 336 с.
4. Гуннемарк Э.В. Искусство изучать языки. СПб.: Теса, 2001. 208 с.
5. Ломб К. Как я изучаю языки. Заметки полиглота. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 107 с.
6. Никуличева Д.Б. Как найти свой путь к иностранным языкам: лингвистические и психологические стратегии полиглотов. М.: ФЛИНТА; Наука, 2013. 304 с.

УДК 81'33

Л.В. Новикова

канд. филол. наук, доцент

М.О. Хорошилова

магистрант

Нижевартовск, Нижневартровский государственный университет

ИМЯ СОБСТВЕННОЕ КАК КОМПОНЕНТ КИНОЗАГОЛОВКА: ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА

Аннотация. В статье рассматриваются способы передачи имен собственных в кинозаголовках прошедшего десятилетия при переводе с английского языка на русский и немецкий языки с позиции их лингвокультурных характеристик.

Ключевые слова: имя собственное; кинозаголовок; стратегии перевода; картина мира; адаптация.

Потребность в развитии новых подходов в преподавании, их гуманистическая направленность, а также доминирующая роль кинематографа и других развлекательных форм в современной массовой культуре диктуют преподавателю иностранного языка необходимость расширения дидактического инструментария, в том числе посредством более широкого использования аутентичных материалов на разных этапах обучения. С этой точки зрения продукция кинематографа представляет интерес прежде всего, как источник текстовых реминисценций (цитат, упоминаний, аллюзий), функционирующих в повседневной коммуникации [5, с. 142]. Включение фильмов (на иностранном языке и в переводе) в любом объеме в процесс обучения иностранным языкам ощутимо повышает уровень мотивации обучающихся и служит удачным фоном для познания культуры, традиций, обычаев, а также отдельных языковых аспектов.

Для лингвистов традиционно интерес представляет собой перевод художественных фильмов как особая форма опосредованной межкультурной коммуникации, когда специфическая концептуализация окружающей действительности в разных культурах преломляется через авторское видение и диктат художественных образов. Роль перевода как связующего элемента между разными культурами в данном случае усиливается ввиду ограниченного текстового материала (в сравнении с литературным произведением, к примеру), перенос которого в другую культуру должен производиться с особым вниманием к лингвокультурным компонентам.

Имена собственные являются очень тонким инструментом в создании образа и характера героев, описании мест, где разворачиваются события, что может усложнять работу переводчика и в то же время дарит ему возможность реализации креативного подхода в передаче художественных образов.

Заглавие фильма как одна из важнейших составляющих фильма формирует первое представление о фильме. По словам Н.Ю. Петровой, название является частью успеха, а его эффективное вос-

приятие сразу отражается на кассовых сборах [3, с. 35]. При первичном знакомстве с информацией для формирования у человека интереса к произведению достаточно пары секунд беглого просмотра, следовательно, роль кинозаголовка как маркетингового инструмента сложно переоценить [1]. Особое внимание при его переводе следует уделить фоновым культурным компонентам, стилистическим приемам оригинала, интригующему характеру, игре слов (при наличии в исходном языке).

Рассмотрим данные аспекты перевода более детально в языковых парах EN-RU, EN-DE. Практическим материалом послужили названия фильмов на английском языке, снятых в период с 2005 по 2016 гг. и переведенных на русский и немецкий языки. Анализируемые оригиналы кинозаголовков включают имена собственные, которые были переведены с помощью прямого перевода, замены названия и трансформации названия.

Стратегия **прямого перевода** посредством подбора соответствия, транслитерации, а также комбинации этих приемов используется для перевода заголовков, не вызывающих трудностей в понимании и передаче на переводимый язык; с ее помощью чаще всего передаются множественные имена собственные, а также имеющие закрепленный перевод. Их можно найти в словарях, справочниках, лингвистических энциклопедиях. Например: «*Batman vs Superman*» / «*Бэтман против Супермена*» / «*Batman vs Superman*» (2016); «*Exodus: Gods and Kings*» / «*Исход: Цари и Боги*» / «*Exodus: Gods and Kings*» (2015); «*Victor Frankenstein*» / «*Виктор Франкенштейн*» / «*Victor Frankenstein*» (2013).

Перевод заголовков с «исторически нагруженными» именами собственными («*Joan of Ark*» / «*Жанна Д'Арк*» / «*Joan of Ark*») вызывает меньше вопросов, чем имена собственные, только формирующие свою денотативную составляющую (в целом нетипичную для имен онимов). Так, антропонимическая метафора «Воительница Жанна», «Орлеанская дева – Жанна Д'Арк» хорошо известна русскоязычному зрителю, а образ «верный, преданный как Хатико», «настоящий Хатико» начал набирать свою популярность с выходом в прокат фильма «*Hachi*» / «*Хатико*» / «*Hachi*» в 2009 году.

Данный пример интересен еще тем, что в оригинале оним несет в себе денотативную нагрузку. История Хатико основана на реальных событиях, произошедших в начале 20 века в Японии. Собака относится к породе акита-ину и при рождении была восьмой в помете, почему и была названа «*Hachi*» – «восьмой». Кроме того, число восемь в японской культуре считается счастливым, приносящим удачу, обозначающее бесконечность. Хатико является символом преданности и верности в Японии. При переводе с японского на английский, немецкий и русский языки компонент числа был утрачен как нерелевантный для данных лингвокультур, однако был запущен механизм формирования символизма данного имени собственного.

Описанная стратегия характеризуется минимальным влиянием принимающей культуры на конечный результат. Однако в тех случаях, когда возникает переводческий конфликт, целесообразнее использовать другую стратегию перевода – замену названия. **Замена названия** позволяет избежать трудностей, вызванных возможными нежелательными ассоциациями, особенностями внутренней формы или жанровыми характеристиками оригинала. В анализируемом материале встречаются как варианты опущения, так и добавления имени собственного при переводе: «*Hugo*» / «*Хранитель времени*» / «*Die Entdeckung des Hugo Carbet*» (2011).

Благозвучие, наличие положительных ассоциаций – один из важных критериев при переводе кинозаголовков; приведем достаточно яркий пример переводческой адаптации, обусловленной данным фактором, которая в дальнейшем послужила определенной переводческой ловушкой.

«*The Hangover*» (2009) – комедия о четырех холостяках, в России стала популярной и узнаваемой как «*Мальчишник в Вегасе*». При переводе на русский язык оригинальное название (дословно «*Похмелье*») было заменено ввиду возможных неблагоприятных, зачастую тягостных ассоциаций. Сюжет фильма основан на «забавных» приключениях холостяков, которые они вспоминают днем позже. Ключевым является не их состояние после интересной ночи в Вегасе, а сами приключения, что вполне оправдывает предложенное русскоязычное название. С одной стороны, введение топонима добавило названию определенной легкости (в сравнении с оригиналом), способствовало восприятию фильма в развлекательном ключе, обозначило характер приключений героев.

С другой стороны, именно компонент *Vegas* сыграл позднее злую шутку с переводчиками: после успешного выхода «*The Hangover*» американскими режиссерами было принято решение о продолжении истории героев и выходе на экраны второй части «*The Hangover 2*». В соответствии с общепринятой практикой российским переводчикам не составило бы труда назвать фильм «*Мальчишник в Вегасе 2*», но действия на этот раз происходят в Бангкоке, и в нем нет ни единого слова или намека на Вегас. Использование в заголовке данного топонима наряду с новым – «*Мальчишник 2: из Вегаса в Бангкок*» – послужило связующим элементом между первой и второй частями, указывая

русскоговорящим зрителям на связь между фильмами. Однако чаще при переводе происходит утрата имени собственного.

Трансформация названия используется для расширения когнитивной информации при помощи добавления лексических единиц или их опущения, если имя собственное в заглавии фильма не несет релевантной информации, осложняет его восприятие, а также не соответствует заявленному жанру фильма.

Например: «*Charlie St. Cloud*» / «Двойная жизнь Чарли Сан-Клауда» / «*Charlie St. Cloud / Wie durch ein Wunder*»; «*Last King of Scotland*» / «Последний король Шотландии» / «*Der letzte König von Schottland – In den Fängen der Macht*»; «*Skyfall*» / «007: Координаты «Скайфолл» / «*James Bond 007: Skyfall*»; «*Teenage Mutant Ninja Turtles: Out of shadows*» / «Черепашки-ниндзя 2» / «*Teenage Mutant Ninja Turtles 2*».

Очень часто данный прием призван создать интригу, вызывая тем самым интерес зрителей. Например, заголовок фильма «*Charlie St. Cloud*» на русский язык переведен с добавлением лексических единиц, и имеет название «Двойная жизнь Чарли Сан-Клауда». Это история про успешного молодого человека, главного красавчика в школе, спортсмена, человека, который никогда не ошибается, – кроме одного единственного раза. Эта ошибка стоила жизни его младшему брату, к которому главный герой был привязан и которого очень любил. В этот момент жизнь главного героя делится на «до» и «после» – раздваивается, становится двойной. После смерти родного брата Чарли из открытого, общительного парня превращается в задумчивого молодого человека, придумывающего ограничения в своей жизни. Такая трансформация героя находит отражение в названии, усложнение которого вызвано отсутствием говорящей информации у имени собственного и стремлением добавить драматизма кинозаголовку. В немецкоязычной версии переводчики и вовсе избавились от антропонима, сделав акцент на мистическом характере происходящих событий: «*Wie durch ein Wunder*» («как по мановению волшебной палочки», «словно чудом»).

Адекватность перевода кинозаголовков с компонентами-онимами обуславливается удачным выбором стратегии перевода, при этом существенная трансформация названия зачастую происходит при наличии имени собственного без денотативной либо культурологической составляющей, когда стремление к максимальной близости к оригиналу может негативно сказываться на маркетинговых характеристиках названия. И наоборот, имена собственные, культурно и исторически «нагруженные» требуют в первую очередь не креативности в переводе, а использования справочной литературы и словарной работы. Также стоит отметить, что при переводе кинозаголовков с английского языка на немецкий язык довольно часто происходит заимствование из английского языка полного названия, что ни разу не было замечено при переводе с английского языка на русский, это объяснимо структурным сходством в первом случае и расхождением во втором.

Список литературы

1. Бочарникова Н.В. Перевод названий текстов массовой культуры как инструмент лингвистического маркетинга: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 235 с.
2. Латышев Л.К. Технология перевода. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 320 с.
3. Петрова Н.Ю. Названия английских драматургических произведений в когнитивной перспективе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2009. № 3. С. 35–41.
4. Сайт КиноПоиск. URL: <http://www.kinopoisk.ru/film> (дата обращения: 11.12.2017).
5. Федорова И.К. Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса: проблема переводческой адаптации // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 43 (181). С. 142–149.

РАЗВИТИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ- БАКАЛАВРОВ ПРИ ЧТЕНИИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ

Аннотация. В настоящее время иностранный язык призван создавать условия для более масштабного осуществления программ международного образовательного, научного и профессионального обмена, расширять кругозор и повышать общую гуманитарную культуру студентов. Это актуализирует лингвокультурный аспект обучения иностранному языку и, соответственно, формирование лингвокультурологической компетенции студентов. Аутентичные художественные тексты позволяют отражать все жизненные сферы общения и как нельзя лучше освещают бытовую, учебно-познавательную и социально-культурную сферы, что обеспечивает развитие лингвокультурологической компетенции студентов.

Ключевые слова: лингвокультурологическая компетенция; художественный текст; языковое образование; иностранная культура.

Одной из задач из результатов языкового образования является формирование лингвокультурологической компетенции будущего специалиста по межкультурному иноязычному общению, так как любой язык изучается в контексте определенных культур, национального менталитета, специфической национальной картины мира, что и обеспечивает эффективность такого общения [9, с. 54]. В методической науке существует несколько направлений, которые изучают проблему изучения иностранного языка и обучения общению на данном языке в контексте параллельного изучения языка и культуры. На данный момент существуют несколько обозначений «культурного» компонента в иноязычной коммуникативной компетенции – страноведческая, лингвострановедческая, социокультурная и лингвокультурологическая [8, с. 67].

Проблеме понимания и определения лингвокультурологической компетенции обучающихся посвящены работы отечественных ученых Н.Д. Гальсковой, Д.И. Башуриной, В.В. Сафоновой, И.В. Харченковой, Л.К. Саяховой, А.В. Гетманской и др.

Исследователи В.И. Телия [10, с. 53-57] и Е.А. Дортман [5, с. 26] определяют лингвокультурологическую компетенцию как способность понимать культурно-национальную ментальность носителей языка, национальную специфику языковой картины мира, национально-культурный компонент значения языковых единиц, выраженных в культурной семантике языковых знаков. Ученые В.В. Воробьев [3, с. 56], Л.А. Конева, Д.И. Башурина [2, с. 63], Р.Г. Давлетбаева [4, с. 58], И.В. Харченкова [11] сходятся во мнении и полагают, что лингвокультурологическая компетенция представляет собой систему знаний о культуре и культурных ценностях, воплощенных в языке.

В данной работе мы будем придерживаться определения, которое было предложено И.В. Харченковой: лингвокультурологическая компетенция – это совокупность системно организованных знаний о культуре, воплощенной в языке, готовности к аксиологической и семиотической интерпретации языковых и экстралингвистических фактов, а также аналитических и коммуникативных умений, которые приобретаются в процессе знакомства с этнокультурными ценностями и концептосферой страны изучаемого языка [11].

Лингвокультурологическая компетенция позволяет осуществлять межкультурную коммуникацию, основанную на:

– знании лексических единиц, связанных с национально-культурной семантикой, и умении их использования в различных ситуациях;

- владении национально-специфической моделью поведения, принятой в конкретной этнокультуре, а также использовании конкретных коммуникативных приемов;
- знании историко-культурных и этнокультурных особенностей для достижения взаимопонимания между носителями языка.

Само формирование лингвокультурологической компетенции происходит только при взаимосвязи с национально-культурными компонентами и единицами. Так, Л.В. Щерба не раз указывал на взаимосвязь между культурой и языком. По мнению лингвиста, самый продуктивный путь для изучения культуры и национальных особенностей другого народа – это внимательное чтение произведений наиболее известных и выдающихся писателей в оригинале [12, с. 56-59].

Текст практически всегда содержит коммуникативную составляющую, то есть содержит определенную информацию, которая может быть извлечена из текста реципиентом. Воспринимая полученную информацию, адресат текста, таким образом, вступает в определенные личностные, так называемые прагматические, отношения к тексту. В коммуникативно-прагматическом аспекте художественный текст должен не только передавать конкретную информацию адресату, но также воздействовать на его чувства, эмоции, создавать переживания и ассоциативную связь с героем или героями текста [6, с. 124].

Художественный текст в обучении языку – это уникальный аутентичный материал, предназначенный, прежде всего, для понимания и способный, как считает Ю.М. Лотман, обучить языку заинтересованного читателя [8, с. 24]. При использовании художественных текстов в процессе обучения должны быть учтены их основные характеристики, а именно: коммуникативная природа, информационная насыщенность, образность языка, национально-культурная специфика. Художественный текст является воплощением литературы и литературного языка, который аутентично может передать те или иные особенности культуры или мировоззрения.

Художественные тексты представляют собой большой набор национально-культурных элементов, которые вкупе с изучением языка и его реалий могут стать дополнительным стимулом и источником как для совершенствования умений устной и письменной речи, так и расширения фоновых знаний в области истории этноса и народа.

Лингвокультурологическими объектами в художественном тексте могут выступать имена собственные, названия событий, топонимы, реалии и т.д. Элементами содержания художественного текста могут быть различные культурные компоненты, которые несут в себе национально-специфический оттенок:

- традиции, стереотипы и обряды, привычки, принятые в той или иной культуре, особенности быта (они выполняют функцию неосознанного приобщения к нормам поведения в данном обществе);
- художественная культура (культура и традиции этноса);
- национальные картины мира [1, с. 137].

В этой связи особую актуальность приобретает проблема обучения студентов аналитической деятельности, направленной на идентификацию и понимание культурно-маркированных единиц и культурной информации из иноязычных текстов, одним из препятствий при понимании которых является наличие в них лингвокультурем, выраженных лингвокультурологическими и лингвострановедческими единицами [13, с. 43].

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что в системе высшего образования лингвокультурологическую компетенцию необходимо рассматривать как обязательную составляющую в преподавании иностранного языка. Иностранный язык является выразителем культурных ценностей, знакомит с историей страны, ее лингвокультурологическими традициями. Студент, изучающий иностранный язык, должен воспринимать образ другой страны как систему иного видения мира, в которой отражаются специфические национальные элементы поведения, речевого этикета, духовные ценности, закрепившиеся в своеобразии культуры, литературном наследии и коммуникации. Иностранный язык и формируемая посредством его изучения лингвокультурологическая компетенция ориентированы на межкультурное общение, они формируют готовность студента к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, способствуют развитию и углубленному пониманию вопросов о культуре, культурном многообразии, поведении в определенной этнокультурной или поликультурной группе; предполагают развитие у студентов необходимых знаний культурологического материала, знаний о языковых характеристиках и отличиях представителей разных лингвокультур; способствуют формированию социально-ценностных ориентиров, развитию толерантного отношения к другим культурам.

Список литературы

1. Андронкина Н.М. Текстовый материал в обучении иностранному языку как специальности. Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2008. 358 с.
2. Башурина Д.И. Формирование лингвокультурологической компетенции иностранных студентов-филологов при обучении русским паремиям: дис. ... канд. пед. наук. СПб., 2005.
3. Воробьев В.В. Лингвокультурология (теория и методы). М.: РУДН, 1997. 331 с.
4. Давлетбаева Р.Г. Коммуникативная компетенция и ее значение в достижении целей обучения второму языку // Вестник ВЭГУ. 2010. №1. С. 57–62.
5. Дортман С.Р. Обучение лингвокультурологической компетенции учащихся средних профессиональных образовательных учреждений: дис. ... канд. пед. наук. Пятигорск, 2012.
6. Кулибина Н.В. Художественный текст в лингводидактическом осмыслении. М., 2000. 178 с.
7. Лотман Ю.М. Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб., 2002. 544 с.
8. Пассов Е.И. Программа-концепция коммуникативного иноязычного образования «Развитие индивидуальности в диалоге культур». М., 2000. 173 с.
9. Плеханова Ю.В. Формирование поликультурных ценностей в системе высшего педагогического образования: дис. ... канд. пед. наук. М., 2004.
10. Телия В.Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов: от мировидения к миропониманию // Славянское языкознание: докл. рос. делегации. М., 1993. 309 с.
11. Харченкова И.В. Концепция формирования лингвокультурологической компетенции студентов языковых факультетов на материале креолизованных текстов при обучении немецкому языку // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6. URL: <http://www.science-education.ru/113-10867> (дата обращения: 1.12.2017).
12. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. УРСС Эдиториал, 2004. 432 с.
13. Юлдашева Л.В. Методологические и методические аспекты проблемы языка как культурно-исторической среды // Русский язык в школе. 1999. № 4. С. 41–47.

УДК 81'42

Ю.К. Савёлова

аспирант

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Э.М. Рянская
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СПЕЦИФИКА ТЕКСТОВ САЙТА СОДЕЙСТВИЯ СТУДЕНТАМ

Аннотация. Статья посвящена специфике текстов сайта содействия студентам, которые отличаются стилевым и жанровым разнообразием. Рассматривается проблема статуса текстового пространства сайта. Материалом исследования послужили сайты «Studentenwerk Karlsruhe», «Studierendenwerk Berlin»; «International student»; «Российское образование для иностранных граждан». В работе совокупность текстов рассматривается как неоднородное образование, в котором проявляются специфические свойства каждого из входящих в него текстов, и при этом сохраняется его целостность.

Ключевые слова: текстовое пространство сайта; текстовая неоднородность; полиинформативность; полидискурсивность.

В век компьютерных инноваций стало актуальным изучение функционирования языка в новых условиях современной коммуникации, в том числе такой проблемы, как текстовая организация сайтов. На смену вербальной коммуникации пришла эпоха сочетания разных – вербальных и невербальных средств, выступающих в качестве форм распространения информации. Актуальным представляется всестороннее исследование синтеза интернет-текстов, которые отличаются не только широтой тематики, но и их жанровым разнообразием, чрезмерной смысловой избыточностью в пространстве. Кроме того, восприятие информации таких текстов требует от пользователя включения в разные, пересекающиеся коммуникативные сферы интернет-пространства.

Материалом исследования послужили сайты содействия студентам: немецкоязычные сайты «Studentenwerk Karlsruhe», «Studierendenwerk Berlin»; англоязычный сайт «International student»; рус-

скоязычный сайт «Российское образование для иностранных граждан» [4–8]. Следует отметить, что информация данных сайтов предназначена для студентов высших учебных заведений, а также абитуриентов и других заинтересованных пользователей. Как правило, данные сайта имеют познавательный социальный характер и включают сведения о проживании, питании, оказании психологической помощи, финансировании обучения, об условиях предоставления академического отпуска, информацию об услугах по уходу и заботе о ребенке и многое другое. При этом указанные сайты не являются официальными страницами определенного образовательного учреждения, они существуют автономно, исполняя роль «энциклопедии» студенческой жизни.

Охватывая практически все сферы деятельности человека, текстовое пространство сайтов действия студентам отличается полиинформативностью, большой степенью интерпретативности. Авторство материала сайта является коллективным, групповой источник непосредственно накладывает отпечаток на его особенности и языковые средства оформления текстов. Цельнооформленность текстового пространства ставится под сомнение в результате дифференциации различных тематик разделов сайта в соответствии с семантическими, стилистическими и жанровыми особенностями текстового наполнения. С другой стороны данный принцип классификации информации способствует логике, легкому и внятному изложению, обеспечивая удобное пользование сайтом.

Главные страницы русскоязычного и немецкоязычного сайтов Общества содействия студентам характеризуются активным использованием графического, шрифтового, визуального и гипертекстового оформления. Отличительной чертой гипертекстовой организации сетевой виртуальной реальности от печатной книги является то, что тексты, связанные ссылками, можно размещать на любой территории, в любой стране, создавать и редактировать разными людьми. Благодаря гипертексту происходит функционирование большого объема информации в электронном пространстве. Так, нажав на необходимую ссылку, с главной страницы можно перейти в любой интересующий реципиента раздел и получить всю необходимую информацию. Отметим, что положительной чертой является удобство в использовании. Переходя по гипертекстовым ссылкам, нет необходимости постоянно возвращаться в главное меню или в определенный раздел, отвлекаясь от основного текста, который затем придется снова искать. Так как данные ссылки расположены по всему сайту, они не только упрощают его использование, но и сохраняют время. Таким образом, по своему композиционному строению совокупность текстов подобных сайтов можно отнести к сфере интернет-дискурса. Следует добавить, что в случае с типологически разнородными текстами, входящими в единое информационное поле, возникает проблема отнесенности совокупности этих текстов к той или иной структурно-композиционной модели [3, с. 160–161].

Что касается содержательного наполнения текстов, то тексты исследуемых сайтов характеризуются полидискурсивностью. При переключении по гиперссылкам в разные разделы сайта наблюдается смена типа дискурса. Следует уточнить, что при характеристике текстов мы опираемся на тематический, или референциальный подход к дискурсу, предполагающий «детальный анализ предметной стороны общения, выделение его единиц и ситуативно обусловленных смыслов», имеющих лингвокультурную значимость [2, с. 57]. В целом в задачи Общества содействия студентам не входят собственно процессы обучения, в его информационном поле входят смежные области, поэтому в разделах сайта встречаются тексты, отражающие элементы социального, юридического, академического и других видов дискурса.

Так, например, на русскоязычном сайте «Российское образование для иностранных граждан» в информационном разделе «Как поступить», находится гипертекстовая организация информации о правилах приема на обучение иностранных граждан, о квотах на прием, о базах данных центров, организующих сдачу единого государственного экзамена и многое другое. На англоязычном сайте «International student» академический дискурс явно выражен в разделе «Study Centers» (Образовательные центры), где можно найти информацию о возможности обучения в США, Соединенном Королевстве, Канаде, Австралии, там же размещены справочные материалы и перечень образовательных программ.

Язык юридической коммуникации, как и другие профессиональные языки, радикально отличается от языка общего употребления. Поэтому представления об одном и том же объекте актуализируются в текстовом пространстве сайта совершенно разными языковыми средствами, имеющими свои лексические и грамматические особенности. Вследствие этого определенный лингвистический интерес представляет собой язык юридической документации. При анализе немецкоязычного сайта Общества содействия студентам обработке подлежал отдельный раздел, посвященный юридической консультации и помощи студентам образовательных учреждений г. Карлсруэ и г. Пфорцхам. Как было отмечено выше, тематический подход к дискурсу предполагает анализ культурологически значи-

мых единиц и смыслов. В следующем примере отметим в качестве культурологических особенностей использование ссылки на конкретное правовое положение – параграф Земельного закона о высшем образовании:

Für Schwangere und Eltern legt das Landeshochschulgesetz in § 34 Prüfungen Folgendes fest: ...

В качестве культуремы может быть названо слово «*elternteil*», соотносимое с собирательным понятием, обозначающим одного из родителей, независимо от гендерной отнесенности. Кроме лексем в форме множественного числа (*die Eltern*) существуют единицы, которые обозначают соответствующие понятия в единственном числе: *die Mutter* (мама) и *der Vater* (папа), а также композит *der Elternteil* (один из родителей, единственный родитель), который не конкретизирует, идет ли речь о маме (которая родила ребенка), или о папе (родителе, который воспитал). Сравнение юридических терминов немецкого и русского языков свидетельствует об уплотнении информационного поля в немецкоязычной версии:

Нем.: *Mutterschutz und Elternzeit (Schutzbestimmungen)*

Beurlaubung / Urlaubssemester geben können

Рус.: *Декретный отпуск и отпуск по уходу за ребенком (охрана материнства)*

Академический отпуск по уходу за ребенком.

Приведенные примеры свидетельствуют о насыщенном наполнении терминологией юридического дискурса и о включении в текст реалий, отражающих специфику языковой картины мира.

Национально-детерминированная информация широко представлена в разделах, содержащих тексты социальной направленности. Многообразие бытовых ситуаций позволяет включать многочисленные реалии, а также варьировать стиль изложения. Так, русскоязычные сайты содержат примеры использования прямого обращения к адресату. На сайте «Центр содействие», в разделе «Индивидуальный подбор учебного заведения» дается совет обратиться к консультации экспертов:

Доверьте им анализ ситуации.

Общей чертой исследуемых текстов сайтов является использование вопросительных предложений как приема интимизации:

Нем: *Sie suchen ein bezahlbares Zimmer oder Apartment für Ihren Studienaufenthalt in Berlin?*

Рус.: *Ищете недорогое жилье на время обучения в Берлине?*

Англ.: *Want to study in the USA?*

Рус.: *Хотите обучаться в США?*

Результаты анализа текстового содержания сайтов свидетельствуют о перспективности проблемы изучения явления гетерогенности, связанной с текстовой неоднородностью, которая проявляется не только на уровне формы и содержания (поликодовость текста), но и в функционально-стилистическом аспекте [1]. Данная проблема вызывает необходимость выявления параметров, определяющих целостное восприятие текстовой информации сайтов отмеченной направленности.

Список литературы

1. Галло Я. Гетерогенность текста как лингвистическая проблема. URL: <https://ff.unipo.sk> (дата обращения: 22.12.2017)
2. Карасик В.И. Дискурсивное проявление личности // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 4. С. 56–77.
3. Рянская Э.М. Текст введения к научной статье: статус, параметры // Текст: дискурсивное проявление и коммуникативная практика: сборник научных статей в честь юбилея доктора филологических наук, профессора Л.Г. Викуловой / под общ. ред. Е.Г. Таревой. М: МГПУ; Языки народов мира, 2017. С. 158–171.
4. Сайт общества содействия студентам «Studierendenwerk Berlin». URL: <https://www.stw.berlin> (дата обращения: 24.12.2017).
5. Сайт общества содействия студентам г. Карлсруэ. URL: <http://www.studentenwerk-karlsruhe.de> (дата обращения: 24.12.2017).
6. Сайт содействия иностранным студентам, обучающимся в США, «International student». URL: <https://www.internationalstudent.com> (дата обращения: 24.12.2017).
7. Сайт содействия иностранным студентам «Российское образование для иностранных граждан». URL: <http://www.russia.edu.ru> (дата обращения: 24.12.2017).
8. Сайт «Центр содействие». URL: <http://mofcs.ru> (дата обращения: 24.12.2017).

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В УСЛОВИЯХ ГЛОКАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В статье говорится об изменившемся статусе английского языка и его глобализации, что привело к возникновению принципиально нового явления – «глокализация английского языка». В статье представлен обзор определений понятия «глокализация», описан процесс глокализации английского языка. Английский язык рассматривается в качестве инструмента вторичной социализации. Отдельное внимание авторы уделили функционированию английского языка в России.

Ключевые слова: глокальный подход; глокализация; диалог культур; вторичная социализация; английский язык.

В настоящее время в современном мире сосуществуют различные культуры со своими ценностями, традициями и обычаями, на которые взаимовлияют люди той или иной культуры. Особенно это взаимовлияние усиливается с развитием науки, технологий и под влиянием процессов глобализации.

По мнению ряда ученых, глобализация подразумевает параллельное развитие двух противоположных тенденций. С одной стороны, коренная трансформация политико-экономической системы, изменения в сфере культуры обуславливаются стремлением к интеграции, унификации, формируя структуры глобального управления процессами развития, включая высшее образование. С другой стороны, глобализация в торговле, экономике, культуре не всегда ведет к абсолютному однообразию. Напротив, с усилением глобальных процессов возрастает дифференциация локальных культур и традиций, растет уровень их самосознания и стремление к сохранению культурной идентичности.

Принимая во внимание данную тенденцию, сегодня ученые все чаще говорят не о глобализации, а о «глокализации» (от англ. *global + local*) современного мира как о двуедином процессе глобализации локального и локализации глобального [6, с. 300].

Впервые концепт глобальной локализации возник в Японии в конце XX века. Само понятие «глокализация» происходит от японского слова *dochakuka*, которое означало адаптацию сельскохозяйственных технологий к условиям определенной местности [8].

На Западе термин «глокализация» получил широкое распространение благодаря английскому социологу Роланду Робертсону. По его мнению, глобальные и локальные тенденции, в конечном счете, взаимодополняемы и взаимопроникают друг в друга, хотя в конкретных ситуациях могут прийти в столкновение. Он утверждает, что в современных условиях уже не существует ни глобального, ни локального подходов, есть только глокальный. Данный подход является результатом исторически длительной борьбы между глобализацией и локализацией, в результате которой обе стороны «проиграли» [10, с. 218–220].

А. Морита, основатель японской корпорации «Sony», говорил о глокализации как о синтезе локальных культур с достижениями глобальной мультикультурной цивилизации [1, с. 7].

Американский социолог Дж. Ритцер определяет глокализацию как взаимопроникновение глобального и локального, что приводит к уникальным результатам в разных географических районах. Данная точка зрения подчеркивает всемирную неоднородность и, соответственно, опровергает идею о том, что силы, исходящие от Запада в целом и Соединенных Штатов, в частности, приводят к экономической, политической, институциональной и, самое главное, культурной однородности [9].

Использование глокального подхода подразумевает стратегию сочетания глобальных и локальных интересов и ориентаций в политике, экономике, культуре и т.п. Р. Типлэди рассматривает глокализацию как «образ действия, при котором циркулирующие глобальные идеи и структуры адаптируются и меняются сообразно локальным реальностям» [11, с. 53–57].

В маркетинге реализация глокального подхода заключается в стандартизации некоторых основных элементов деятельности корпорации и локализации других элементов, что ведет к компромиссу между глобальными и внутренними маркетинговыми стратегиями. Глокальный подход в языке подчиняется этой же схеме. В рамках теории глокализации, с одной стороны, акцентируется глобальная значимость иностранного языка, с другой – увеличение его вариативности в сочетании с другими языками. Язык реализует две задачи: перемены в языке являются отражением сути происходящих социальных изменений, а сам язык является механизмом, обуславливающим возможность межъязыкового и межкультурного взаимодействия [2, с. 167–169].

Мы разделяем мнение О.М. Литвишко и Ю.А. Черноусовой, которые считают, что глокальный подход предполагает реализацию идеи диалога и полилога культур, которая будет отражать новый тип мышления – трансглокальное восприятие и понимание окружающего мира [3, с. 140]. Глокализация иностранного языка является важным примером и доказательством того, что осознание собственной лингвистической и культурной идентичности происходит только в диалоге с иными языками и культурами, в сопоставлении с другим, «чужеродным». Процесс глокализации связан со стремлением каждого этноса сохранить свой язык и культуру и одновременно с необходимостью поиска языка общения для облегчения всесторонних контактов, академической мобильности, обмена информацией и т.д. Региональные отличия в вариантах языка возникают, прежде всего, из-за различий культур: каждый народ стремится отразить особенности своей культуры и поведать о них миру на английском языке. Использование английского в качестве языка мирового общения способствует лучшему взаимопониманию народов, стремящихся донести до других сведения о своих культурных традициях.

В настоящее время английский язык – это инструмент вторичной социализации, который способствует вхождению в глобальное пространство. Следует согласиться с К.А. Мележик, что «английский язык – это уже не только наименование государственного языка англоязычных стран, но и обозначение глобального языкового пространства, включающего разнородные по содержанию, функции и форме языковые и неязыковые процессы» [4].

Согласно концепции Брадж Качру, английский язык имеет три круга распространения:

- внутренний (используется в качестве родного);
- внешний (используется в качестве второго официального языка страны);
- расширяющийся (используется в результате школьного обучения, а не вследствие усвоения в естественной языковой среде, является средством межкультурного, межнационального общения) [7, с. 45–50].

Россия принадлежит к последнему кругу, что означает достаточно ограниченное функционирование английского языка, используемого, прежде всего, для межкультурной коммуникации и изучаемого как иностранный язык в школе. В настоящее время в России английский язык используется как средство обучения на факультетах иностранных языков, как учебное средство общения на занятиях в средней и высшей школе и как средство общения при осуществлении международных контактов [5, с. 37–39]. На английском языке издаются книги, посвященные культурному наследию страны, что способствует распространению информации о разных этносах, проживающих на территории Российской Федерации, и их культурных традициях. Мы полагаем, что использование английского языка, с легкостью впитывающего в себя слова-реалии других стран, может способствовать распространению русской культуры. Для этого необходимо расширить функционирование английского языка в России, например, через средства массовой информации и качественные туристические услуги. Необходима подготовка наших городов для принятия международных гостей (вывески в местах общественного пользования, объявления на транспорте, названия улиц и т.п.). Зачастую зарубежные туристы, не знающие русского языка, но, как правило, говорящие на английском языке, испытывают большие сложности в туристических поездках по России. Следует предпринять определенные меры по утверждению и кодификации русского регионального варианта английского языка, что позволит избежать множества проблем при переводе краеведческой литературы и передаче русских реалий на английский язык.

В заключение необходимо подчеркнуть, что, несмотря на отсутствие четкого определения понятия «глокализация», во всем разнообразии трактовок прослеживается единая мысль: глокализация – это акцент на локальном в рамках глобальных установок.

Глокальный подход является необходимым условием развития и гармоничного существования личности в мировом сообществе, поскольку открывает широкие возможности для формирования умений сочетать освоение глобальных культурных ценностей с правильной оценкой своей локальной культуры, понимая и уважая культуры других народов.

Список литературы

1. Авдокушин Е.Ф. Глокализация как объективный процесс и корпоративная стратегия // Вопросы новой экономики. 2010. № 2(14). С. 6-10.
2. Кабакчи В.В. Функциональный дуализм языка и языковая конвергенция (опыт моделирования языковой картины земной цивилизации) // Когнитивная лингвистика: ментальные основы и языковая реализация. Ч. 2. Текст и перевод в когнитивном аспекте. СПб.: Тригон, 2005. С. 164-175.
3. Литвишко О.М., Черноусова Ю.А. Лингвокультурная медиация как компонент глокального подхода в обучении профессионально-ориентированному английскому языку (на примере направлений подготовки 38.03.02, 38.04.02 «Менеджмент», 40.03.01, 40.04.01 «Юриспруденция») // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 2. С. 139-143.
4. Мележик К.А. Элементы глобального пространства английского языка // Scientific research and their practical application. Modern state and ways of development. 2013. URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/en/philosophy-and-philology-313/linguistics-and-foreign-languages-in-the-world-today-313/19002-313-0590> (дата обращения: 3.12.2017).
5. Плеханова Ю.В. Формирование поликультурных ценностей в системе высшего педагогического образования: дис. ... канд. пед. наук. М., 2004.
6. Ривлина А.А. О явлении «глокализации» в семантическом развитии англоязычных заимствований // Россия и Запад: диалог культур. Вып. 15. Ч. I. М.: МГУ, 2010. С. 299-308.
7. Kachru B. The alchemy of English: The spread, function, and models in nonnative English. Oxford: Oxford University Press, 1986. 176 p.
8. Khondker H.H. Glocalization as Globalization: Evolution of a Sociological Concept // Bangladesh e-Journal of Sociology. 2004. Vol. 1. № 2. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.507.1827&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения: 1.12.2017)
9. Ritzer G. Rethinking Globalisation: Glocalisation/globalisation and something/nothing // Sociological Theory. 2008. Vol. 21. № 3. P. 193-209. URL: http://soniapsebastiao.weebly.com/uploads/2/0/3/9/20393123/ritzer_rethinkingg-lobalization.pdf (дата обращения: 5.12.2017)
10. Robertson R. Comments on the "Global Triad" and "Glocalisation" // Globalisation and Indigenous Culture, Institute for Japanese Culture and Classics. Tokyo: Kokugakuin University, 1997. P. 217-225.
11. Tiplady R. One World or Many? The Impact of Globalization on Mission. William Carey Library, 2013. 292 p.

УДК 81

А.М. Яковлева

аспирант

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Э.М. Рянская
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

НОВОЕ В АКТУАЛИЗАЦИИ ПРОБЛЕМЫ АВТОРСКОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В НАУЧНОМ ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЗАРУБЕЖНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ)

Аннотация. В статье рассмотрен ряд современных работ зарубежных исследователей, посвященных проблеме реализации авторского «Я» в англоязычном научном тексте. Определяются основные позиции проблематики и предложенные пути ее рассмотрения.

Ключевые слова: авторская самопрезентация в научном тексте; авторское «я»; научный текст; научный дискурс.

Проблема реализации авторского «Я» в англоязычном научном тексте – вопрос, казалось бы, не вызывающий острой полемики. И, тем не менее, анализ исследовательских работ за последнее пятилетие, посвященных специфике научного текста, показывает, что интерес лингвистов к данной проблеме возник вновь. Исследователи предлагают новые ракурсы рассмотрения данного вопроса. Следует учесть, что научные тексты относят к разряду открытых, поэтому они могут отличаться не только формально-структурными характеристиками, но также своими содержательными параметрами [1, с. 161–162].

Теперь, когда границы научного сообщества существуют весьма условно, а английский язык становится в полной мере языком общения в научной среде, и авторы, не являющиеся носителями английского языка, вступая в научную полемику, действуют на одном поле с носителями или билингвами, проблема реализации авторского «я» в научном дискурсе получает новое звучание.

В частности, некоторые лингвисты предлагают рассмотреть эту проблематику через призму кросскультурного подхода. Особенный интерес, на наш взгляд, вызывает недавняя работа О. Дончевой-Навратиловой (Чехия) [6]. Исследовательница проводит сравнительный анализ реализации авторской позиции в научном тексте в несколько ином аспекте, нежели это делалось последние пару десятилетий [6, с. 10].

Так, О. Дончева-Навратилова предлагает уйти от рассмотрения данного вопроса с позиций стилистики и риторики и обратиться к частотности употребления местоимений для реализации авторской позиции в научном тексте, уделив при этом особое внимание принадлежности автора к той или иной языковой группе (носитель / не носитель языка).

Изучив комплекс работ чешских ученых и их англо-американских коллег, она проводит анализ частотности употребления местоимений для реализации позиции автора текста, а так же их функций в текстах продуцентов-носителей и не являющихся таковыми [6, с. 15–18]. В работе выдвинута гипотеза, что за последнее десятилетие в научном дискурсе наблюдается явное смещение от традиционного объективизма в изложении научной позиции в сторону субъективного и более персонифицированного изложения.

В результате диахронического анализа исследовательница пришла к подтверждающему выводу, что высокая частотность употребления в тексте всего корпуса личных местоимений для реализации авторской позиции в научном дискурсе перестала быть отличительной чертой только авторов-носителей языка. В текстах научных работ англо-американских авторов стала проследиваться явная тенденция к большему субъективизму в изложении личностной исследовательской позиции. В частности, было замечено, что структуры с личными местоимениями стали наделяться особыми функциями в научном тексте носителей языка: они используются, чтобы определить авторское отношение к затронутой проблематике; обозначить ключевые вопросы проблематики, вклад автора в решение проблемы; при описании методологии; для организации научного текста для читателя. В то время как чешские авторы, сохраняя при написании англо-язычных текстов традиции национального научного сообщества, стараются оставить безличность высказываний или прибегают к использованию форм множественного числа личных местоимений даже в тех случаях, где автор-носитель употребил бы форму единственного числа [6, с. 28–29].

О. Дончева-Навратилова справедливо полагает, что ее исследование может послужить основой для дальнейшего изучения данного вопроса на более широком материале – не только на примере лингвистических научных текстов [6, с. 29]. Тем не менее, нельзя не согласиться, что широкий спектр источников, рассмотренных ею, позволяет с уверенностью говорить о том, что в развитии научного дискурса намечились явные изменения, которые еще найдут своего исследователя.

Несмотря на тенденцию, отмеченную в работе О. Дончевой-Навратиловой, за последние три года вопрос реализации авторской позиции в научном дискурсе рассматривается зарубежными исследователями с традиционной точки зрения: нарушение принципов безличности и объективности научного высказывания посредством частого употребления личных местоимений в англоязычном тексте есть признак недостаточной академической грамотности автора (либо студента, либо не носителя языка) [3–5].

Исследователи, вслед за Кеном Хайландом, рассмотревшим эту проблему еще в 2002 году на материале работ студентов Городского Университета Гонконга (City University of Hong Kong) и их научных руководителей [3, с. 1091–1110], традиционно определяют в рамках сравнительного анализа частотность и функциональность употребления личных местоимений в научных текстах различного происхождения.

Отечественные исследователи также обращаются к проблеме проявления авторской «я»-позиции в англоязычном научном тексте через употребление личных местоимений. В частности, К.Б. Свойкин в одной из своих работ, определяя способы проявления продуцентного авторства в английском научном тексте, в числе таковых называет использование личных местоимений. Исследователь отмечает, что англоязычные авторы расширяют функционал личных местоимений в научном тексте, наделяя их дополнительными коммуникативными, риторическими и когнитивными функциями. [2, с. 180] Особенно интересно в этой связи наблюдение К.Б. Свойкина о том, что употребление автором в одном тексте местоимений *I* и *we* позволяет ему разграничить отношение к излагаемому:

так I-компонент отмечает авторскую точку зрения на проблему, we-компонент обозначает «обобщенное» научное мнение [2, с. 181].

Отметим, что раскрывая специфику употребления личных местоимений в английском научном тексте, К.Б. Свойкин предвосхитил положения О. Дончевой-Навратиловой о расширении функционала корпуса личных местоимений в англоязычном научном тексте, что лишний раз подтверждает тезис о значимости межнациональной интеграции исследователей на современном этапе развития науки, озвученный нами в начале статьи.

Список литературы

1. Рянская Э.М. Текст введения к научной статье: статус, параметры // Текст: дискурсивное проявление и коммуникативная практика: сборник научных статей в честь юбилея доктора филологических наук, профессора Л.Г. Викуловой / под общ. ред. Е.Г. Таревой. М: МГПУ; Языки народов мира, 2017. С. 158–171.
2. Свойкин К.Б. Способы проявления продуцентного авторства в англоязычном научном тексте // Интеграция образования. 2006. №1. С. 178–182.
3. Hyland Ken. Authority and invisibility: authorial identity in academic writing // Journal of Pragmatics. 2002. V. 34. P. 1091-1112. URL: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216602000358
4. Lee McCallum. Exploring Authorial Presence through the Use of First Person Pronouns: Evidence from a Saudi University. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2814798
5. Monica Chavez Munoz. The “I” in interaction: authorial presence in academic writing. URL: <https://polipapers.upv.es/index.php/rdlyla/article/view/1162>
6. Olga Dontcheva-Navrotilova. Authorial presence in academic discourse: functions of author-reference pronouns. URL: https://www.researchgate.net/publication/286885760_Authorial_presence_in_academic_discourse_Functions_of_author-reference_pronouns

СОЦИАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ МИГРАНТОВ В 2014–2016 гг.: МОДЕЛЬ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Аннотация. В статье рассматривается британская модель социальной интеграции и адаптации мигрантов в 2014–2016 гг., определены ее основные характерные особенности. Рассматриваются предпосылки и причины, побудившие обратиться британских политических и общественных деятелей обратиться к вопросам эффективной миграционной политики. Исследованы положительные и отрицательные последствия политики мультикультурализма, межпартийные дискуссии относительно ее сути.

Ключевые слова: социальная интеграция; мигранты; Великобритания; Европейский Союз; социальная политика.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

В 2014-2016 гг. вопрос об эффективной миграционной политике встал достаточно остро перед мировым сообществом в целом, и Европейским Союзом в частности. Доктрина миграционной лояльности, принципы мультикультурализма, военные действия военно-космических сил Российской Федерации в Сирийской Арабской Республике по уничтожению боевиков запрещенного в РФ Исламского государства (ИГ) – все эти факторы в разной степени явились катализаторами мощнейшего миграционного потока в страны Европейского Союза с территорий, подконтрольных ИГ.

Решение проблем, связанных с ростом миграции, стало приоритетной задачей как для европейских политических и социальных институтов, так и национальных правительств [9]. Особенной актуальной представлялась проблема социальной адаптации мигрантов из Африки и Ближнего Востока и их социальной и экономической интеграции в европейское общество [1, с. 22]. Эта проблема особенно была актуальной для некоторых государств-членов Европейского Союза в свете их нестабильной социально-экономической ситуации (например, Греция).

В условиях необходимости решения проблемы социальной интеграции мигрантов, усиления террористической угрозы в Европе, Европейская комиссия и правительства национальных государств вынуждены уделять особое внимание решению миграционных проблем, прежде всего – эффективным моделям социальной интеграции и адаптации мигрантов.

В свете вышесказанного вызывает интерес британская модель социальной интеграции мигрантов в 2014-2016 гг. (до запуска процедуры Brexit), она характеризуется некоторыми особенностями.

1. Миграционная модель Великобритании напрямую связана с ее стремлением сохранить собственный подход по данному вопросу в рамках Европейского Союза. В рамках процедуры Brexit было заявлено о сокращении притока мигрантов в Великобританию [6].

2. Миграционная модель Великобритании основана на принципе классификации мигрантов на «благоприятных», чье привлечение и интеграция оказывает благотворное воздействие на экономику, и «неблагоприятных», к ним традиционно относят низкоквалифицированных трудовых мигрантов, мигрантов-безработных. В Великобритании была создана и апробирована система отбора квалифицированных сотрудников, которым отдается предпочтение при приеме на работу. Эта система имела своим результатом проведение более успешной и отлаженной политики по социальной и экономической интеграции мигрантов [4].

3. Большое значение в вопросе интеграции мигрантов в британское общество уделяется их приобщению к ценностям и достижениям западного общества. В этой связи успешно реализуется программа образовательной, культурной, языковой и информационной интеграции. Важную роль играет обучение английскому языку.

4. Высокая степень общественного участия в вопросах мультикультурного и межрелигиозного взаимодействия в Великобритании. Это обусловило более лояльное, чем в других странах Европейского Союза, отношение к легальной трудовой миграции.

5. Сильные и взвешенные позиции мусульманской общины, которая регулярно обращается к общественности с воззванием о борьбе против исламофобии [5].

Анализ актуальной миграционной ситуации в Великобритании и Европейском Союзе в целом позволил подвести первые итоги британской модели социальной интеграции мигрантов. Указанные характеристики во многом обусловили ее успех – Великобритании стала одним из самых привлекательных для мигрантов государств в Европейском Союзе. Однако, анализ показал и наличие некоторых проблем и трудностей, которые могут быть сведены к следующему:

Во-первых, темпы социальной интеграции значительно снизились в связи с ростом потока нелегальных мигрантов и формированием предвзятого общественного мнения по их поводу. По данным опросов общественного мнения, в 2015-2016 гг. около 2/3 британских граждан высказывали негативное отношение высоким числом мигрантов в Великобритании и соответственно выступали за снижение числа принимаемых беженцев и этот вопрос считается одним из наиболее важных. Не последнюю роль в нарастании подобных настроений играют и социально-экономические факторы. В 2014–2015 годах среди британцев отмечался рост недовольства в связи с тем, что мигранты начинают пользоваться пособиями и льготами еще до того, как осуществляют вклад в экономику страны [7].

Во-вторых, большинство британских граждан продолжают сохранять определенное неприятие мусульманской культуры и традиций, что в свою очередь приводит к разного рода столкновениям на почве межконфессиональных конфликтов и образованию радикальных националистических антиисламских организаций («Лига английской обороны»).

В-третьих, разработка и утверждение на государственном уровне мер по ужесточению миграционной политики (например, закон 2014 г., объявляющий принудительные браки, столь распространенные в мусульманской среде, вне закона) [2].

Отсутствует единая позиция относительно миграционной политики и адаптации мигрантов и среди ведущих политических партий Великобритании. Авторами идеи построения миграционной политики на принципах толерантности и мультикультурализма традиционно считаются лейбористы. Они уверенно заявляли о необходимости усиления социальной интеграции мигрантов и их более полного включения в сферу экономики и производства. Консервативная партия Великобритании, а priori выступающая против интеграции в единое европейское социальное пространство, категорически не приемлет доктрину мультикультурализма и столь либеральную миграционную политику. Наряду с имеющимися противоречиями, ведущие политические силы Великобритании были едины в своей готовности принять так называемую «контролируемую» миграцию, которая способствовала бы росту экономики при условии социокультурной адаптации мигрантов и необходимой для работы языковой компетентности [10].

Анализ предвыборной программной документации в 2015 году показал, что к вопросам миграционной политики, к проблемам ее реформирования обратились лишь две партии – Консервативная партия Великобритании и Партия независимости Соединенного Королевства. Предвыборный манифест Консервативной партии определял и обосновывал курс на усиление охраны пограничных территорий, жесткий контроль за трудоустройством нелегальных мигрантов, недопущение проявлений экстремизма [3]. Партия независимости Соединенного Королевства в своей программе предлагала сократить приток мигрантов в принципе и максимально ужесточить условия их пребывания в стране. Путь решения этой задачи данная партия видела в необходимости запуска процедуры Brexit и последующего выхода Великобритании из Европейского Союза [8].

Достаточно жесткую позицию по этому вопросу занимали радикальная националистическая партия «Лига английской обороны» и Британская национальная партия. Эти партии предлагали объявить неконтролируемый массовый приток мигрантов корнем всех проблем страны и оправдывали тем самым применение самых жестких ограничительных мер.

Вызвала интерес позиция британского отделения партии «Зеленых» – она сводилась к улучшению условий жизни и социально-политической ситуации на родине мигрантов, что в принципе способно изменить векторы их передвижений.

Таким образом, в Великобритании в 2014–2016 гг. была создана особая модель социальной интеграции мигрантов; она целиком и полностью базировалась на активном их включении в экономику страны и обеспечением экономического роста за счет притока новой квалифицированной рабочей силы. Особый статус Великобритании в Европейском Союзе позволил ей в исследуемый период проводить более независимую миграционную политику, учитывающую свои национальные особенности.

Список литературы

1. Потемкина О.Ю. Иммиграционная политика Европейского Союза: итоги и новые вызовы // Миграционные проблемы в Европе и пути их решения: доклады Института Европы РАН. М., 2015.
2. Britain Outlaws Forced Marriage. URL: <http://www.gatestoneinstitute.org/4367/britain-forced-marriage> (дата обращения: 27.09.2017).
3. Conservative Party manifesto pledge on immigration. URL: <http://www.migrantsrights.org.uk/news/2015/conservative-party-manifesto-pledge-immigration> (дата обращения: 20.09.2017).
4. David Cameron's European Union speech: full text. 28 November 2014. URL: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-30250299> (дата обращения: 27.09.2017).
5. Islamophobia – what are the politicians doing about it? URL: <http://www.salaam.co.uk/muslimsinbritain/?p=3095> (дата обращения: 27.09.2017).
6. Leaving EU could cut migration. URL: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/politics/article4675223.ece> (дата обращения: 20.09.2017).
7. Park A., Bryson C., Curtice J. British Social Attitudes: the 31st Report. London: NatCen Social Research. URL: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/briefings/uk-public-opinion-toward-immigration-overall-attitudes-and-level-concern> (дата обращения: 27.09.2017).
8. Rising security concerns for British forces in German migrant crisis deeply troubling. URL: http://www.ukip.org/rising_security_concerns_for_british_forces_in_german_migrant_crisis_deeply_troubling (дата обращения: 27.09.2017).
9. Standard Eurobarometer 83. Spring 2015. Public Opinion in the European Union. European Commission, Brussels, 2015. URL: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb83/eb83_publ_en.pdf (дата обращения: 20.09.2017).
10. Якубова Л.А. Семейная политика Лейбористской и Консервативной партий Великобритании в предвыборной кампании 2010 г. // Вестник Нижневартковского государственного университета. 2016. № 3. С. 88–94.

УДК 94(4)"1945/..."

Л.В. Гузик
студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент Л.А. Якубова
Нижневартовск, Нижневартровский государственный университет*

МАРГАРЕТ ТЭТЧЕР– ЖЕНЩИНА ВО ВЛАСТИ

Аннотация. В статье рассматривается роль женщины во власти, отводится особое внимание изучению деятельности и биографии политического деятеля – Маргарет Тэтчер. Анализируется политика консерваторов XX века, их вклад в развитие Великобритании данного хронологического периода. Акцентируется внимание на социальных реформах и внешне-политической деятельности Великобритании в указанный период.

Ключевые слова: Консервативная партия; внутренняя политика; Великобритания; Маргарет Тэтчер; политика; политическая власть; социальная политика.

Социально-политические трансформации и реформы последней трети XX века сняли вопрос гендерного неравенства полов перед законодательством и открыли женщинам дорогу во властные структуры. Практически не осталось профессий, где дамы не сумели добиться больших успехов. Впрочем, до сих пор словосочетание «женщина и политика» вызывают у большинства людей необъяснимую реакцию.

В зарубежной исторической науке особое внимание уделяется биографическим исследованиям, роли личности в истории. В рамках данных исследований актуализировался вопрос пребывания женщин в политической власти. Нельзя не отметить известную личность в истории Великобритании XX в., легендарного политика Маргарет Тэтчер.

Гендерные исследования становятся приоритетными в зарубежной и отечественной исторической науке. Они посвящены изучению роли женщин в истории. Важно заметить, что достаточно долгое время центральными персоналиями в изучении истории отдельных стран были мужчины в политике. На современном этапе огромное внимание уделяется истории женщин различных периодов и сфер деятельности. В рамках данной проблемы отдельный интерес представляет историческая персона и её деятельность.

Исследование детальности Маргарет Тэтчер на посту премьер-министра Великобритании (1979–1990) позволяет выявить роль женщины в политике двадцатого столетия, определить черты характера личности, внесенный вклад в политическую деятельность государства, а также влияние ближайшего окружения на формирование консервативных взглядов.

Маргарет Тэтчер (1925–2013) – 71-й премьер-министр, государственный деятель Великобритании. Она была дочерью торговца; этот ярлык мешал ей в политической карьере. Тэтчер писала впоследствии: «Я выросла в семье ни бедной, ни богатой», – так она подчеркивала свое среднечеловеческое происхождение [2]. Семья ее была в высшей степени религиозной: «Мои отец и мать были твердыми методистами». Отец был востребован как проповедник в самом Грантеме и его окрестностях [3]. «Методизм послужил мне якорем стабильности», – пишет она далее. Отец Маргарет Альфред Робертс был олддерменом, а затем и мэром их родного городка.

1946 год стал началом начала её политической карьеры, когда, будучи студенткой, она стала председателем Ассоциации Консервативной партии Оксфордского университета. В январе 1950 года Тэтчер была впервые включена в избирательный список. На праздновании этого важного события она знакомится со своим будущим супругом Денисом Тэтчером.

Пресса сразу обратила внимание на молодую представительницу консервативной партии, и единственную среди участников в выборах даму. Реймод Вулкотт поведал о Маргарет Тэтчер своей супруге: «Красива, хорошо одета, и говорила с большим знанием дела» [8].

Большие изменения были привнесены Маргарет Тэтчер в политику Консервативной партии, которая произвела фурор в социальном законодательстве. Особое внимание уделялось системе народного образования, социального страхования и здравоохранения. Система образования и здравоохранения, оставаясь в целом в ведении государства, все чаще открывались для частного сектора, дифференцировались по характеру и качеству услуг для разных категорий населения [9].

Политическая карьера Маргарет Тэтчер – это головокружительный взлёт, поднявшийся от нищеты к богатству. Влияние М.Тэтчер распространялось за пределы Англии. Она является исторической личностью мирового масштаба, крупным лидером, продержавшимся у власти достаточно длительное время. Её бескомпромиссное отношение к Европе побуждало европейских лидеров уделять Англии большое внимание, какое де Голль заставлял уделять Франции [5]. Стоит отметить, расположения Маргарет Тэтчер искали столицы могущественных держав. Африка вначале отвергала её, а затем начала уважать. Арабский мир стремился вовлечь её в миротворческий процесс на Ближнем Востоке. Содружество наций сражалось с ней из-за Южной Африки. Аргентина воевала с ней за Фолклендские острова, благодаря чему о Тэтчер заговорила вся Южная Америка. Тэтчер получила своё прозвище «железная леди» неслучайно [8].

По воспоминаниям биографа Маргарет Тэтчер Криса Огдена, в годы ее пребывания на посту премьер-министра Великобритания стала неузнаваемой. Увеличилась производительность труда, ускорились темпы экономического развития.

Вместе с этим, существуют и проблемные места во внутренней и внешней политике Маргарет Тэтчер. Особенно в данном случае необходимо отметить непопулярные меры в социальной политике, сокращение социальных расходов, пособий. Общественные учреждения, система образования и низшие слои общества пострадали в результате ориентированного на самопомощь подхода к управлению государством [8].

Однако, М. Тэтчер удалось продолжить линию предшествующих правительств на внедрение объединенных школ, дающих возможность обучаться выходцам из непривилегированных слоёв общества, получать полное среднее, а затем и высшее образование. Таким образом, она отменила директиву прошлого правительства местным органам власти и органам образования, отдавая предпочтение традиционным грамматическим школам [10].

По мнению некоторых английских исследователей, период пребывания у власти консерваторов ознаменовался радикальными изменениями в системе высшего образования, в частности, в системе его государственного финансирования, что усугубило кризис консервативного правления в 1990-х гг. [6]. Особенно это отразилось в социальной сфере, которая в дальнейшем получит название политики «социальный консерватизм». Консерваторы стремились к единой цели – улучшить жизнь граждан и утвердить их независимость от государства.

М. Тэтчер провела реформу высшей школы, которая предусматривала создание единой структуры финансирования университетов, политехникумов и колледжей высшего образования в Англии, в Шотландии и Уэльсе, в задачу которых входило распределение государственных фондов между вузами для организации учебного процесса и научных исследований.

Маргарет Тэтчер внесла огромный вклад в развитие внешней политики Великобритании. Единый план действий в отношении Европы М. Тэтчер обозначила ещё в период пребывания в оппозиции. «Железная леди» выступала за участие в европейской интеграции, но была против создания федеральной Европы [7].

Европейская стратегия М. Тэтчер имеет отголоски и в настоящее время: Великобритания до сих пор не присоединилась к Шенгенским соглашениям, не приняла единую европейскую валюту, в настоящее время запущен процесс выхода из Европейского Союза Brexit.

Таким образом, присущий Маргарет Тэтчер политический стиль наглядно проявлялся в ее политической практике и в качестве лидера оппозиции, и особенно в качестве премьер-министра. Одной из причин недовольства политикой М. Тэтчер была ее довольно жесткая позиция по отношению к европейской интеграции.

Список литературы

1. House of Commons Debates: European Council (Strasbourg), Tuesday 12 December 1989.
2. Thatcher M. Speech on President Reagan's 83rd birthday. 1994. URL: <http://www.margaretthatcher.org/document/108327> (дата обращения: 16.11.2017)
3. Thatcher M. Speech at 'Youth for Europe' Rally. 1979.
4. Thatcher M. The Downing Street Years. London, 1993.
5. Thatcher M. The Path to Power. London, 1995.
6. The Bruges Speech. 20.09.1988 [электронный ресурс]
7. Крис Огден. Маргарет Тэтчер. Женщина у власти. М., 1992.
8. Методология и дискуссионные проблемы новой и новейшей истории зарубежных стран. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2011.
9. Перегудов С.П. Тэтчер и тэтчеризм. М., 1996.

УДК 94(4)"1945/..."

Л.В. Гузик

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент Л.А. Якубова
Нижневартовск, Нижневартровский государственный университет*

МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ

Аннотация. В статье рассматривается классификация моделей социальной политики Европейского Союза. Отводится особое значение изучению стратегии интеграционной политики ЕС. Анализируются основные модели Европейского Союза в социальной политике, сформированные в период XX столетия; выделяются основные цели для реализации моделей.

Ключевые слова: Европейский Союз; социальная политика; модели социальной политики.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

В зарубежной и отечественной науке отдельное внимание уделяется исследованиям историческим глобальным вопросам, касаемо государственных устройств и процессам связанными с ними. В рамках данных исследований актуализировался вопрос о социальной политики в рамках Европейского союза.

Прежде всего, социальная политика – это деятельность государства и его институтов, органов местного самоуправления, учреждений всех форм собственности, общественных и религиозных организаций, граждан по развитию и управлению социальной сферой общества. Безусловно, любое направление внутренней политики имеет цели для реализации своей деятельности. Цель социальной политики – это создание условий для удовлетворения социальных потребностей и интересов людей, поддержки, защиты, коррекции и реабилитации отдельных граждан и социальных групп. Именно, поэтому в изучении аспектов внутренней политики Европейского союза является – политика социальная.

Стоит отметить, были выделены принципы социальной политики, изложены и закреплены в соглашении о социальной политике, в приложенном к Маастрихтскому договору, который был заключен в 1992 году. Сам договор вводит понятие гражданства Европейского союза, которое неразрывно связано с социальными правами. Было создано единое социальное пространство Европейского союза, иными словами обязательства институтов в сфере социальной защиты, создан механизм принятия решений и контроля над осуществлением социальной политики в рамках всего Европейского Союза.

На первичном, начальном этапе социальная политика представляет собой обеспечение поддержки отдельных слоев населения, на следующем этапе она следует к социальному страхованию и лишь на завершающем, конечном этапе социальная политика – это единая система защиты населения в целом [4].

Исследуя модели социальной политики можно выделить следующие классификации моделей социальной политики: социально-демократическую, консервативную, либеральную и католическую.

Социально-демократическую, иными словами скандинавскую модель характеризует уникальность при социальном обеспечении всех граждан. Она свойственна таким странам, как Швеция, Финляндия, Дания, Норвегия. В данной модели предоставляется непосредственное государственное обеспечение, таким образом, имея незначительную стратификацию населения. В данной модели государство выполняет функцию для реализации социальной политики. Происходит разделение доходов в таких странах из-за высоких налогов на доходы. Налоги данных государств обеспечивают большую часть доходов государственного сектора. Государство выступает за предоставление благоприятных условий для своих граждан и является главным в сфере социальных услуг.

Консервативная модель получила распространение в таких странах, как: Англия, Франция, Германия, Бельгия. Этот тип социальной политики, наоборот, представляет ограниченное государственное обеспечение, а также финансирование с помощью частных организаций. В сравнении от социально-демократической модели, в данной модели превосходит зависимость от рынка и наблюдается дифференциация по социальному статусу и доходам [5].

Либеральная модель социальной политики предусматривает рынок как эффективный экономический механизм. Такая модель лежит в основе политики данных государств, таких как: США, Великобритания, Англия, Ирландия.

Католическая модель представляет собой весьма интересную особенность. Главную роль в местной общине играют семья, этические нормы и правила, институты гражданского общества. В данной модели, государство занимает пассивную роль, но при этом берет на себя значительные расходы по социальному обеспечению. Социальное страхование решается в индивидуальном порядке, государство только регулирует деятельность частного страхового рынка.

Южноевропейская модель – это модель социальной политики, где государство играет пассивную роль. Государство берет ответственность за оказание помощи малоимущим и не заботится о остальных слоях населения. Главным социальным институтом в данной модели выступает семья. Таким образом, наиболее не эффективной моделью социальной политики с точки зрения индивида является южноевропейская, так как она демонстрирует плохое развитие социальных институтов.

Стоит отметить, континентальную модель. Она предоставляет работающим больше возможностей по сравнению с либеральной, так как построена на высоком развитии в социальном партнерстве.

Европейского Союз сформировал единую европейскую социальную модель, принципы которой закреплены в Интеграционной стратегии ЕС и заключаются в следующих постулатах:

1. Сохраненность социальных стандартов;
2. В поддержки малообеспеченных социальных групп населения;

3. Компенсации ущерба от неблагоприятных последствий объединительных действий Европейского Союза;
4. Социальной и экономической конвергенции;
5. Установление минимальных социальных стандартов;
6. Стратификация финансовой ответственности за деятельность предприятий между работодателями и работниками;
7. В праве на обеспечении производственной среды, охрану здоровья и безопасности на рабочих местах [1].

Безусловно, можно выделить и Бисмарковскую модель. Бисмарковская модель – это социальная модель, которая устанавливает значимую связь между уровнем социальной защиты и успешностью населения. Социальные права в данной модели обеспечиваются отчислениями, которые выплачиваются на протяжении всей жизни, то есть социальные выплаты принимают форму отложенных доходов. Страховые услуги, обеспечиваются при трудоустройстве. В начале деятельности между работником и работодателями, собирают отчисления из заработной платы, из которых формируются различные профессиональные страховые фонды и осуществляются социальные выплаты. Можно сделать вывод, что социальная защита независима от бюджета государства.

Бевеиджская модель – это социальная модель, при которой любой человек, независимо от принадлежности к государству, имеет право на страховые услуги по отношению к заболеваниям, старости и т.д. Страны, которые обеспечили себя данной моделью, имеют системы страхования по болезни, а также пенсионными системами, которые обеспечивают минимальные доходы пожилым людям независимо от их прошлых усилий по отчислениям от заработной платы в трудовой фонд. Данные системы социальной защиты обеспечиваются через налоги из государственного бюджета [3].

Изучение опыта реализации социальной политики стран Европейского Союза, можно отметить, отсутствие модели её реализации. В исторических различиях каждая социальная модель индивидуальна. Таким образом, имеется разновидность социальных моделей стран Запада. Европейская модель социальной политики, основана на частной собственности, и создании условий для сохранения равенства и свобод человека в обществе. Социальная модель ЕС опирается на образование норм и ценностей, а также на институты социальной политики, ставшие воплощением данной модели. Характеризуется в социальном законодательстве, структурных фондах государств, иными словами, членами Европейского Союза [2].

Пути развития и задачи социальной политики ЕС были закреплены в Зеленой книге «Европейская социальная политика: размышления для Союза» и двух Белых книгах, которые содержат стратегические документы комиссии Европейского союза, определяющие план действий в конкретных сферах социальной политики. В содержании Белых книг отчетливо просматриваются тенденции дальнейшего развития законодательства Европейского Союза. Зеленые книги – дискуссионные материалы Европейского Союза, которые служат открытым сведениям для широкого общеевропейского обсуждения важнейших вопросов его деятельности. Социальную политику деятельности Европейского Союза признал Амстердамский саммит.

В Европейском Союзе также действуют и органы для улучшения благоустройств населения в области социальной политики, например: Европейский центр развития профессиональной подготовки «CODEFOR», Фонд улучшения условий жизни и труда, Европейское агентство по безопасности и охране здоровья на рабочем месте, европейский мониторинговый центр по наркотикам и наркомании, различные управленческие и консультативные комитеты и комитеты по регламентации. Они регулярно созываются для решения важных вопросов, которые касаются деятельности социальной политики.

Финансовой базой социальной политики в Европейском Союзе являются структурные фонды Евросоюза – это Европейский социальный фонд (ЕСФ), Европейский фонд регионального развития (ЕФРР), Европейский фонд ориентации и гарантий сельского хозяйства (ФЕОГА), Финансовый инструмент ориентации рыболовства (ФИОР) и Фонд сплочения (ФС) [1].

Таким образом, для реализации социальной политики в рамках Европейского Союза используются социальные модели. На современном этапе ЕС создал интеграционную стратегию для реализации деятельности социальной модели. Исторический анализ классификации социальных моделей Европейского Союза позволяет сделать вывод о том, что каждая социальная модель индивидуальна и имеет свои достоинства и недостатки.

Список литературы

1. Газетов В.И., Хоменко В.И. Эволюция и реализация социальной политики Европейского союза // *Пространство и время*. 2012. № 2(8).
2. Джавадова С.А., Гончарова В.Д. Европейская социальная модель в новом социальном измерении // *Экономический журнал*. 2009. №16.
3. Калов З.А., Куршаева Ф.М., Хациева Л.У. Особенности реализации моделей социальной политики. Ч. 1 // *Современные проблемы науки и образования*. 2009. № 2.
4. Сочнева Е.Н. Роль социальной политики в построении социального государства. М., 2009.
5. Якубова Л.А. Семейная политика Лейбористской и Консервативной партий Великобритании в предвыборной кампании 2010 г. // *Вестник Нижневартковского государственного университета*. 2016. № 3. С. 88–94.

УДК 94(5)

С.Д. Зудов

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент А.В. Савельева
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ТРАНСИРАНСКИЙ МАРШРУТ ЛЕНД-ЛИЗА В СССР

Аннотация. В статье рассматривается история возникновения и функционирования в годы Второй мировой войны, в рамках программы ленд-лиза, Трансиранского маршрута. Отдельное внимание автор уделил попытке обобщения имеющихся на данный момент статистических данных количества грузов, переправленных по данному маршруту в СССР.

Ключевые слова: ленд-лиз; Вторая мировая война; Трансиранский маршрут; Персидский залив; США; Великобритания; СССР; Иран.

Ленд-лиз – программа военно-экономического сотрудничества между союзниками стран Антигитлеровской коалиции, разработанная в США и направленная на разгром блока стран Оси и их союзников. На протяжении Второй мировой войны СССР, как страна-союзник являлся одним из основных получателей данной помощи.

Поставки в СССР осуществлялись по трем основным направлениям: Северный, Тихоокеанский и Трансиранский маршруты.

Появлению Трансиранского маршрута или, как его еще называли «Персидского коридора», способствовала совместная англо-советская оккупация Ирана в августе 1941 г. и подписанию между СССР, Великобританией и Ираном союзного договора в 1942 г. [5]. Традиционно данный маршрут считался самым безопасным для доставки грузов, но вместе с тем он был и самым протяженным. Корабли, отплывающие из США и Великобритании, должны были обогнуть Африку вокруг мыса Доброй Надежды, войтив иранские порты Персидского залива и уже оттуда направляться в советскую зону оккупации до портов Каспийского моря или до южного конца Кавказской железной дороги. В целом весь путь занимал около 75 дней [1]. Данный факт способствовал тому, что Трансиранский маршрут уступал по значимости остальным двум, однако возможность безопасно переправлять грузы в СССР был не менее важен, чем скорость их получения. Особо ярко это было видно после почти полного уничтожения на Северном маршруте конвоя PQ-17, в результате чего Великобритания на некоторое время решила задержать поставки по этому пути и увеличить их на Трансиранском маршруте.

Несмотря на то, что первые поставки по данному маршруту начались еще в 1941 г., Иран на момент англо-советской оккупации не был индустриально-развитой страной. Основным занятием его жителей оставалось преимущественно сельское хозяйство и животноводство, при этом большая часть земель оставалась в руках помещиков. Порты Персидского залива не были обустроены для принятия большого количества грузов. Иранская железная дорога, соединявшая Каспийское море с Персидским заливом, не обладала достаточной пропускной способностью, а имеющийся в Иране небольшой железнодорожный состав, состоявший преимущественно из товарных вагонов, не мог использоваться для перевозки тяжеловооруженной техники и оборудования. Также в Иране фактически отсутствовал

какой-либо автомобильный состав, в первую очередь грузовиков, что также осложняло возможность перевозки грузов на машинах по и без того необустроенным, извилистым горным дорогам, где легко могла случиться любая авария. Помимо этого имели место случаи нападения в горных ущельях отрядов бандитов, грабивших колонны грузовиков [3, с. 113]. Климат также вызывал определенные сложности. Летом температура могла подниматься до 50 градусов по Цельсию, а сильный ветер вызывал песчаные бури. Зимние месяцы обычно сопровождались сильными проливными дождями.

Все эти факторы способствовали тому, что «Персидский коридор» не мог полноценно функционировать в 1941 г. Вследствие этого властями Великобритании были предприняты первые шаги по обустройству портов в Персидском заливе, увеличению пропускной способности Иранской железной дороги и строительству новых дорог для грузовиков.

В Персидском заливе основных иранских портов для приема грузов было три: Басра, Хорремшехр и Бендер-Шахпур. Однако железнодорожную связь имел только порт Бендер-Шахпур, вследствие чего англичане и занялись его обустройством. В дополнение к этому, британское правительство начало массовое производство столь необходимого в этом регионе железнодорожного состава, производимого либо в Великобритании, либо вывозимого из Индии [6]. Осенью 1941 г. США направили в Иран своих специалистов для оказания помощи Великобритании в обустройстве портов Персидского залива и автотранспортных дорог, чтобы, как можно скорее расширить возможности «Персидского коридора». С осени 1942 г., учитывая тот факт, что британские войска были заняты боями на африканском фронте, управление по контролю поставок СССР через Иран, американцы полностью взяли на себя. Однако, по мнению американского исследователя Роберта Хана Джонса, период американского контроля за функционированием Трансиранского маршрута нужно начинать с апреля 1943 г., когда под руководством американского командования была увеличена пропускная способность Иранской железной дороги.

В целом, можно сказать, что американское командование смогло достичь больших успехов для того, чтобы по Трансиранскому маршруту можно было перевозить, как можно больше лендлизовских грузов, используя для этого не только свои силы, но и привлекая на работу местное население. Для сравнения можно привести следующие цифры: если в период управления англичан пропускная способность Иранской железной дороги возросла с 200 до 740 тонн, при американском управлении, благодаря действиям американского бригадного генерала Пола Юнта, эта цифра возросла до 3804 тонн в день [3, с. 113]. Под руководством бригадного генерала Уилера был переоборудован для принятия и разгрузки больших грузовых судов порт Бендер-Шахпур [6]. Также от Хорремшехра было проложено автомобильное шоссе до города Ахваз, где грузы перегружали в вагоны и отправляли дальше по Иранской железной дороге. Для облегчения передачи СССР военной техники, в городе Абадан, американской кампанией «Дуглас», был построен завод для сборки американских бомбардировщиков А-20 «Бостон». Место для сборки самолетов было выбрано также ввиду того, что в городе находился английский нефтеперерабатывающий завод, производивший авиационный бензин. Уже после сборки самолеты передавались советским перегонщикам либо в самом Абадане, либо в Тегеране [4, с. 169]. Конечно, не все проходило благополучно. Имели место случающиеся аварии и гибель летчиков и экипажа. В период действия Третьего протокола (Лондонского), с 1 июля 1943 г. до 30 июня 1944 г., СССР получил по «Персидскому коридору» около 2900 самолетов [5]. Похожие цифры приводят и американский исследователь Роберт Хан Джонс—2902 самолета [3, с. 115].

В Хорремшехре были построены заводы по сборке автотранспорта и авиационной техники. Также машины собирались в городах Эндимешке и иракском городе Рафидие. Местное население не умело водить машины, поэтому американское командование использовало преимущественно силы своих перегонщиков. Однако, желая привлечь к данной работе и самих иранцев, были организованы курсы по вождению. Сильно больших успехов достичь не удалось, ввиду определенных причин, по которым местные жители не желали обучаться. Всего по данным Роберта Хана Джонса, до конца июля 1944 г. было обучено 7546 человек, однако работу получили только около 3155. До обустройства железнодорожной сети по автотрассе Хорремшехр-Эндимешк-Ахваз было перевезено около 457 475 тонн грузов [3, с. 113]. Робертом Ханом Джонсом приводится общая цифра, переданного СССР автотранспорта в количестве 184 112 машин [3, с. 116]. Поднимая вопрос о безопасности на дорогах от возможных нападений бандитов, американское командование усилило охрану дорог с помощью полиции. Вероятнее всего, что данная функция выполнялась под руководством двух людей, которых упоминает в своем труде Эдвард Стеттиниус: полковник Шварцкопф, выполнявший обязанности советника иранской жандармерии и генерал Ридли, являвшийся начальником штаба национальных иранских формирований [3].

Функционирование Трансиранского маршрута продолжалось до 1 июня 1945 г., хотя с началом освобождения советскими войсками Европы от немецко-фашистских захватчиков и открытием Второго фронта, все больше иностранных кораблей стали разгружаться в советских портах на Черном море. Всего переданных грузов по данному маршруту отечественный исследователь Куманев Георгий Александрович насчитал 4 159 117 тонн [2, с. 287]. Роберт Хан Джонс приводит цифру в 3 347 368 тонн переданного груза по Иранской железной дороге [3, с. 114]. Однако железнодорожный путь был не единственным в передаче грузов. Если учитывать этот факт, то и у американского, и у отечественного исследователя, цифра может получиться примерно одинаковой.

Таким образом, несмотря на свою протяженность, Трансиранский маршрут доставки грузов по ленд-лизу, оправдал свое появление, как один из самых надежных и безопасных. В зарубежной и отечественной историографии положительно оценивается факт долгой работы, в результате которой количество переправляемых грузов по данному маршруту со временем только увеличивалось. Само существование «Персидского коридора» стало одним из показательных факторов продуктивного взаимодействия между странами Антигитлеровской коалиции.

Список литературы

1. Зимонин В.П. Северные морские конвои в сравнении с другими маршрутами ленд-лиза // Северные конвои: исследования, воспоминания, документы. 2000. Выпуск №3. URL: http://arcticwar.pomorsu.ru/sea/nc3/oglavl_sk3.htm (дата обращения: 27.11.2017).
2. Куманев Г.А. Рассекреченные страницы истории Второй Мировой войны. Трагедия и подвиг. М.: Вече, 2012. 368 с.
3. Джонс Р.Х. Ленд-лиз. Дороги в Россию. Военные поставки США для СССР во Второй мировой войне. 2015. 195 с.
4. Котельников В.Р. Авиационный ленд-лиз. М.: Фонд «Русские витязи», 2015. 368 с.
5. Окорочков А.В. Секретные войны Советского союза. URL: <http://fanread.ru/book/5176985/?page=69> (дата обращения: 27.11.2017).
6. Стеттиниус Э. Ленд-лиз – оружие победы. URL: <http://militera.lib.ru/memo/usa/stettinius/04.html> (дата обращения: 27.11.2017).

УДК 94(430).08

Д.О. Наумова

студент

Научный руководитель – ст. преп. Л.Н. Беспалова

Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

РОЛЬ СЕВЕРОГЕРМАНСКОГО СОЮЗА В СТАНОВЛЕНИИ НЕМЕЦКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА

Аннотация. В статье анализируются причины создания северогерманского союза. Особое внимание автор уделяет роли это объединения в становлении немецкого национального государства.

Ключевые слова: Северогерманский союз; великогерманский путь объединения; малогерманский путь объединения; Отто фон Бисмарк; Германия; национальное государство; сепаратизм.

На протяжении своей многогранной истории развития, будь то Средневековье, Новое время или XX век, Германия не раз переживала раздробленность, которая, в свою очередь, полностью перекраивала границы страны. Исходя из этого, нетрудно предположить, что идеи единства страны и противодействия сепаратизму занимали и будут занимать умы знаменитых германских философов и политических деятелей.

На протяжении всего XIX в. для германского народа остро стоял вопрос объединения разрозненных германских территорий в одно государство. Ещё Наполеон I перетасовывал территории Гер-

мании в интересах Франции, что впоследствии вылилось в освободительную войну в Германии. Также большую роль в формировании немецкого национального самосознания сыграли революции 1848–1849 гг. В последующем они сыграли одну из ключевых ролей в интеграционных процессах, итогами которых стало возникновение Германской империи в 1871 году [3, с. 2]. Вопрос стоял о лидирующей позиции в объединённом государстве. Главными претендентами на господствующую роль были Пруссия и Австрия. Это была не просто битва за гегемонию двух государств, но также соперничество двух концепций.

В политических кругах Германии со второй половины XIX в. велись оживленные дискуссии относительно пути формирования нового государства. Выбор стоял между «великогерманским» и «малогерманским» путем объединения. Оба эти варианта подразумевали «объединение государства сверху» посредством единения правителей и политической элиты германских стран, без участия в этом вопросе народных масс. Как уже упоминалось ранее, за главенствующую роль вели противостояние Австрия (великогерманский вариант) и Пруссия (малогерманский вариант).

Помимо основного различия, заключавшего в преобладании одного из соперничавших государств над объединённой Германией, были и территориальные притязания. В великогерманском плане рассматривалось вхождение в состав единой Германии всех земель, в том числе и Пруссии. В случае же осуществления малогерманского плана Австрия, с прилегающими к ней территориями владений Габсбургов, не входила в состав объединённой Германской державы. Такое различие было обусловлено еще игравшими большую роль монархическо-династическими традициями. По тем временам династия Гогенцоллернов могла бы признать права на главенство за Австрией, учитывая, что до последних дней существования Священной Римской Империи Гогенцоллерны формально считались вассалами возглавлявших тогда империю Габсбургов, но именно по этой причине австрийские земли исключались из малогерманского плана. Со стороны Габсбургов не было смысла признавать главенство Гогенцоллернов, но и исключать их из списка германских земель тоже. Отсюда следует, что в случае осуществления великогерманского плана во главе с австрийским правительством, территориально единая Германия приобрела бы значительно больший масштаб, нежели при осуществлении плана оппозиции. Отсюда и использовавшиеся современниками названия двух сценариев объединения страны «сверху» [4, с. 275].

Велико- и малогерманский пути преодоления политической разобщенности германцев обсуждались в прессе, на различных собраниях, конференциях и т.д.; рвение повернуть ход событий в то или другое русло направляло правительство двух германских держав к определенным действиям, которые осуществлялись с максимальной осторожностью. В конце концов, на этапе 50-х и 60-х гг. сторонники Австрии и Пруссии стали создавать социально-политические организации, призванные способствовать претворению в жизнь одного из двух путей создания германского государства. «Малогерманцы» первыми в сентябре 1859 г. основали в Ганновере собственный Государственный союз, активность которого скоро распространилась практически на все страны Северной и Центральной Германии.

О. Бисмарк четко осознавал, что мгновенно соединить самостоятельные территории в единое государство, пусть и основанное на началах федерации, является трудно реализуемой задачей в силу множества разных обстоятельств, поэтому применял формы межгосударственного сотрудничества. Наконец, принципиальным шагом на пути к объединённой Германии стал в 1866 году Северогерманский союз – альянс, объединивший все германские территории западнее реки Майн. В реальности сообразно распределению властных полномочий данная структура было похожа на федерацию с очевидным господством центра соединения – Пруссии и ее короля [5, с. 120].

Приготовленный О. Бисмарком в декабре 1866 г. план конституции Северогерманского союза провозглашал федеративное правительство – союз монархов. Отношения внутри Северогерманского союза регулировались конституционными общепризнанными мерками, что позволяло привлечь в него на принципе добровольности южные германские страны, которые приобрели конституцию еще при Наполеоне. Победа над Францией в 1870 г. сняла последние преграды на пути перевоплощения Союза монархов в централизованное правительство.

Через год были проведены выборы в первый германский рейхстаг, который принял имперскую конституцию, «скроенную сообразно мерке Бисмарка». Приняв конституцию, канцлер, тем самым, решил историческую задачу по созданию национального государства. Главенствующую роль в данном государстве занял монарх, а общенациональный законодательный орган – рейхстаг, как необходимый институт конституционализма, гарантировал либеральные права и свободы для буржуазии.

Согласно конституции, федеративное устройство империи отличалось высочайшей степенью централизации и обладало некоторыми особенностями. Так, принятые центральной властью законы

вводились в жизнь субъектами федерации. А главные права человека и гражданина могли быть обеспечены лишь через согласование данных вопросов с конституциями содружества государств. Другая особенность германского федерализма – его прусская составляющая. Так, не все прусские бюрократы смогли сразу принять тот факт, что не король Пруссии теперь осуществляет конституционные права вне границ Пруссии, а германский император [1, с. 30].

Немалые привилегии монарха и правящей власти в целом, непомерные возможности Союзного совета, деление партий в рейхстаге, зависимость прессы от правительства – все это, по-видимому, никак не способствуя утверждению республиканской формы правления, пробивало путь к утверждению конституционной монархии.

Невзирая на собственную узость, «бисмарковская» конституция практически отображала конституционные мысли XIX в. Она стоит в ряду конституционно-правовых актов, которым положил начало германский Союзный акт начала XIX в., а конец – Конституция Веймарской республики. С этими двумя документами Конституция 1871 г. связана всеобщим наследством.

Благодаря созданию Северогерманского союза, процессы интеграции германских земель под чутким управлением канцлера проходили быстрее. Тайные соглашения с южногерманскими землями, военное столкновение с Австрией и последующая победа Пруссии, грамотные дипломатические шаги О. Бисмарка, все это способствовала выработке определенной модели государственного устройства. Северогерманский союз стал одним из ключевых моментов объединения Германии «сверху» [2, с. 922].

Список литературы

1. Баев В.Г. Генезис и развитие германского конституционализма в начале XIX – первой трети XX вв.: автореф. дис. ... канд. юрид. наук.
2. Ильченко С.П. Объединение Германии как революция сверху прусских правящих классов // Молодой ученый. 2015. №9. С. 921–923.
3. Павлов Н.В. Внешняя политика Германской империи (1871-1918) // MGIMO.ru. 2011. Октябрь.
4. Петренко С.П. Германия в третьей четверти XIX века: путь к национальному единству // Вестник ТГПИ. С. 274–280.
5. Сосенков Ф.С. Идеи государственного единства и профилактики сепаратизма в немецкой политико-правовой мысли (воззрения Фридриха Великого, И.Г. Фихте и Отто фон Бисмарка) // Lex Russica. 2015. №11. С. 116–123.

УДК 94(4)"1945/..."

М.Н. Никитина
студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент Л.А. Якубова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СТРУКТУРЫ ЕВРОПЕЙСКОГО ПАРЛАМЕНТА И ИХ РОЛЬ В РЕГУЛИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ЕВРОСОЮЗА

Аннотация. В статье рассматривается структура Европарламента, направления его деятельности. Особое внимание уделяется комитетам парламента, реализующим направление социальной политики и вопросам, находящимся в их юрисдикции.

Ключевые слова: Европейский союз; Европейский парламент; состав Европарламента; комитеты Европарламента; социальная политика.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

В любом государстве социальная политика является одним из основных направлений политики, направленном на обеспечение согласованности интересов различных социальных слоев и групп общества, налаживание социального сотрудничества [2]. Социальная политика неразрывно связана с государственным регулированием экономики, так как основной его задачей является создание условий для успешного развития общества и повышение уровня благосостояния населения [7].

В деятельности Евросоюза (далее – ЕС) социальная политика также является одним из приоритетных направлений: исходя из Статьи 3 Маастрихтского Договора о ЕС 1992 г. основными целями деятельности ЕС являются содействие благосостоянию включённых в него государств, социальной защите населения, уничтожение дискриминации и маргинализации, обеспечение устойчивого экономического развития Европы [1].

Разумеется, говоря о реализации социальной политики Евросоюза, нельзя не отметить немаловажную роль деятельности его органов, в том числе Европейского парламента.

Европейский парламент – главный представительный орган ЕС [3, с. 41], один из ключевых органов наряду с Европейским советом, Советом ЕС, Комиссией и Судом ЕС [3, с. 27]. Выполняет консультативно-законодательные и бюджетные функции наравне с Советом ЕС; также осуществляет контроль за работой органов ЕС. Поддерживает сотрудничество с национальными парламентами стран-участниц Евросоюза в целях их максимального включения в деятельность института.

Председатель (президент) парламента ЕС избирается на срок 2,5 года (т.е. за один созыв парламента руководят им поочерёдно 2 президента) и является представителем этого института в отношениях с другими органами ЕС и миром.

В Европарламент входит 751 человек, избранных от 28 стран пропорционально: количество представителей зависит от численности населения в стране. Каждый состав парламента избирается на пятилетний период. Пленарные заседания проводятся не менее раза в месяц в г. Страсбург, продолжительность их составляет одну неделю.

На заседаниях парламента делятся по принципу приверженности политическому течению на политические группы (а не по принадлежности к государству). В каждой группе назначаются председатель (или два сопредседателя в случае некоторых групп), бюро и секретариат. На сегодняшний день таких групп в парламенте 8: группа Европейской народной партии (христианские демократы), группа прогрессивного союза социалистов и демократов, Европейская группа консерваторов и реформаторов, группа Альянса либералов и демократов для Европы, Конфедеративная группа европейских левых – северных зеленых левых, группа Зеленых / Европейский Свободный Союз, группа Европы «Свобода и прямая демократия» и Европа наций и свобода [5]

Для эффективной подготовки к пленарному заседанию члены делятся на ряд постоянных комитетов, специализирующихся на определённых проблемах; каждый из них имеет кафедру, бюро и секретариат. Заседания комитетов проводятся не реже 1 раза в месяц в Брюсселе. В парламенте функционируют 20 постоянных комитетов: Иностранные дела, Развитие, Международная торговля, Бюджеты, Бюджетный контроль, Экономические и валютные вопросы, Занятость и социальные вопросы, Окружающая среда, общественное здравоохранение и продовольственная безопасность, Промышленность, исследования и энергетика, Внутренний рынок и защита потребителей, Транспорт и туризм, Региональное развитие, Сельское хозяйство и развитие сельских районов, Рыболовство, Культура и образование, Правовые вопросы, Гражданские свободы, правосудие и внутренние дела, Конституционные вопросы, Права женщин и гендерное равенство, петиции. Парламент также может создавать временные комитеты для решения конкретных вопросов.

Свои интересы в странах, не входящих в ЕС, парламент представляет через делегации. Делегации помогают обмениваться информацией с парламентами этих стран, продвигать в третьих странах основные ценности Евросоюза.

В парламенте есть ряд политических органов, отвечающих за организацию парламентарского делопроизводства, а также административные, финансовые, кадровые и организационные вопросы:

– Конференция президентов – это орган, ответственный за организацию парламентарского делового и законодательного планирования, определение членства в комитетах и делегациях и их обязанности, отношения с другими институтами ЕС и парламентами стран, не входящими в ЕС. Конференция президентов готовит повестку дня и распределяет места в Палате. Орган состоит из Председателя Парламента и председателей политических групп.

– Бюро – орган, определяющий правила деятельности парламента; отвечает за решение административных, кадровых и организационных вопросов, составление предварительного проекта парламентарского бюджета. В его состав входят президент Европейского парламента, 14 заместителей Председателя и пять избирателей, избираемых парламентом сроком на два с половиной года.

– Колледж квесторов – это орган Европейского парламента, отвечающий за административные и финансовые вопросы, непосредственно касающиеся членов и условий их работы, а также стран-участниц ЕС. Колледж состоит из 5 членов-квесторов, избираемых на 2,5 года.

– Конференция председателей комитетов – это объединение председателей всех постоянных и временных комитетов, а также избранный ими председатель комитета. Конференция собирается раз в месяц во время пленарных заседаний в Страсбурге. Задача органа – улучшение сотрудничества между комитетами.

– Конференция делегаций – политический орган, занимающийся вопросами бесперебойного функционирования межпарламентских делегаций и делегаций в совместных парламентских комитетах. В неё входят представители всех постоянных парламентских делегаций и их председатель.

– Руководящая группа Brexit. Работа под эгидой Конференции президентов направлена на координацию и подготовку парламентских обсуждений, соображений и резолюций о выходе Великобритании из ЕС [5].

Таким образом, деятельность в направлении социальной политики реализуется непосредственно через работу конференции председателей комитетов, а конкретно, в работе комитетов по занятости и социальным вопросам; по бюджетам; общественному здравоохранению и продовольственной безопасности; по культуре и образованию; по правам женщин и гендерному равенству и по петициям.

Комитет по занятости и социальным вопросам отвечает за политику в области занятости и все аспекты социальной политики, включая условия труда, социальное обеспечение, социальную интеграцию и социальную защиту; права трудящихся; меры охраны здоровья и безопасности на рабочем месте; Европейский социальный фонд; политику профессионального обучения, включая профессиональную квалификацию; свободное передвижение рабочих и пенсионеров; социальный диалог; все формы дискриминации на рабочем месте и на рынке труда, за исключением тех, которые возникают по половому признаку; отношения с:

- Европейским центром развития профессиональной подготовки (Cedefop),
- Европейским фондом улучшения условий жизни и труда,
- Европейским фондом подготовки кадров,
- Европейским агентством по безопасности и гигиене труда;

а также отношения с другими соответствующими органами Союза и международными организациями.

Комитет по бюджетам отвечает за установление финансовых рамок многолетних доходов и расходов Союза; систему собственных ресурсов Союза; бюджет децентрализованных органов; финансовую деятельность Европейского инвестиционного банка, не входящую в европейское экономическое управление; бюджет Европейского фонда развития; отслеживание и оценку осуществления текущего бюджета, перечисление ассигнований, процедуры, связанные с планами создания, административные ассигнования и мнения относительно проектов, связанных с зданиями, со значительными финансовыми последствиями.

В юрисдикции комитета по общественному здравоохранению и продовольственной безопасности находятся: экологическая политика и меры по охране окружающей среды, в том числе международные и региональные меры и соглашения, направленные на защиту окружающей среды, восстановление экологического ущерба, гражданская защита; общественное здравоохранение, в частности:

- (a) программы и конкретные действия в области общественного здравоохранения,
- (b) фармацевтические и косметические продукты,
- (c) аспекты здоровья, связанные с биотерроризмом,

Вопросы безопасности пищевых продуктов, в том числе, в частности:

(b) ветеринарное законодательство, касающееся защиты от рисков для здоровья человека; проверки общественного здоровья на продовольственные и пищевые системы,

Комитет по культуре и образованию несёт ответственность за: культурные аспекты Европейского Союза, в частности:

- (a) совершенствование знаний и распространение культуры,
- (b) защита и поощрение культурного и языкового разнообразия,
- (c) сохранение и охранение культурного наследия, культурных обменов и художественного творчества;

политику образования Союза, включая европейскую область высшего образования, продвижение систем европейских школ и обучение на протяжении всей жизни; аудиовизуальную политику и культурные и образовательные аспекты информационного общества; молодежную политику; разработку политики в области спорта и отдыха; политику в области информации и средств массовой ин-

формации; сотрудничество с третьими странами в области культуры и образования и отношений с соответствующими международными организациями и учреждениями.

Комитет по правам женщин и гендерному равенству отвечает за: определение, поощрение и защиту прав женщин в Союзе и соответствующие меры Союза; поощрение прав женщин в третьих странах; политику в области равных возможностей, включая поощрение равенства мужчин и женщин в отношении возможностей рынка труда и лечения на рабочем месте; устранение всех форм насилия и дискриминации по признаку пола; осуществление и дальнейшее развитие учета гендерной проблематики во всех секторах политики; осуществление последующих мер и осуществление международных соглашений и конвенций, касающихся прав женщин; поощрение осознания прав женщин.

Комитет по петициям рассматривает ходатайства, организует общественные слушания по инициативам граждан, строит отношения с Европейским омбудсменом.

Таким образом, Европейский парламент непосредственно участвует в реализации социальной политики Европейского союза, в частности через непосредственную деятельность отдельных комитетов парламента [6].

Список литературы

1. Договор о Европейском союзе. Маастрихт, 1992. URL: <http://eulaw.ru/treaties/teu> (дата обращения: 14.11.2017).
2. Крайтерман В.С. Политология: учебное пособие для ВУЗов. URL: <http://all-politologija.ru/knigi/politologiya-uchebnoe-posobie-dlya-vuzov-krajterman/osnovnie-napravleniya-politiki> (дата обращения: 14.11.2017).
3. Руденкова Д.Э. Лоббизм в Европейском союзе: политические аспекты регулирования: автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2016. URL: https://www.imemo.ru/files/File/ru/dis/2016_001_Rudenkova_DIS.pdf (дата обращения: 14.11.2017).
4. Товма Н.А. Сущность и значение социальной политики. URL: http://www.rusnauka.com/11_NPRT_2007/Politologia/22266.doc.htm (дата обращения: 14.11.2017).
5. European Parliament: About Parliament // Официальный сайт Европейского парламента. URL: <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/20150201PVL00010/Organisation> (дата обращения: 16.11.2017).
6. European Parliament: Committees // Официальный сайт комитетов Европарламента. URL: <http://www.europarl.europa.eu/committees/en/parliamentary-committees.html> (дата обращения: 16.11.2017).
7. Якубова Л.А. Социальная политика Европейского Союза // Окружающая среда – человек – социальная политика (опыт стран Европейского Союза). Нижневартовск, 2017. С. 34–57.

УДК 94(430)

А.С. Никогосян

студент

Научный руководитель – ст. преп. Л.Н. Беспалова

Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет

ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА ГЕРМАНИИ НАКАНУНЕ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Аннотация. В данной статье представлена внешнеполитическая обстановка в Европе накануне Первой мировой войны. Автор рассматривает причины и предпосылки развязывания войны Германской империей. Особое внимание уделяется противоречиям между двумя военно-политическими группировками европейских держав – Тройственным союзом и Антантой.

Ключевые слова: Первая мировая война; Тройственный союз; Антанта; колонии; план Шлиффена; внешняя политика.

В середине XIX в. на карте Европы появилось новое государство – Германская империя. Отто фон Бисмарк под своим началом объединил некогда разрозненные немецкие княжества в единую империю [2, с. 109]. После успеха в войне с Францией в 1871 г. Германия резко стала набирать обороты в развитии экономики и, отдельно, военной промышленности. Так же, развитию экономики молодого

государства способствовала контрибуция в размере 5 миллиардов франков, уплаченная побежденной Францией. Благодаря победе над Францией Германия получила Лотарингию и Эльзас. Эти земли были богаты углем и железной рудой, что создало Германии экономическую базу для развития морского флота и армии. Еще не раз в истории Европы Эльзас и Лотарингия станут «яблоком раздора» между Германией и Францией, однако пока земли эксплуатировались Германской империей, и Франция не могла этому воспрепятствовать. Победа над одной из великих держав Европы еще больше укрепила веру в единство немецкого народа. В результате, уже к концу XIX в. немецкая экономика превосходила по многим показателям даже ведущие страны мира.

Германия соперничала с мировыми державами в колонизации Африки. Такие территории, как Камерун, Того, континентальная часть Танзании, Руанда и Бурунди, территория современной Намибии были захвачены германскими войсками. Колонизационная политика Германской империи вызывала явное недовольство со стороны Англии, России и Франции, которые видели в Германии опасного конкурента [5, с. 41–43].

В 1882 г. Германия заключает Тройственный союз, тем самым стремясь отрезать Францию от потенциальных союзников в случае войны. Этот факт в будущем вынудит Англию, Францию и Россию объединиться в Антанту – военный блок, противостоявший Тройственному союзу [5, с. 42].

Нельзя не отметить и те негативные тенденции во взаимоотношениях между Россией и Германией. В 1893 г. Россия заключает с Францией торговое соглашение, в этом же году был заключен военный союз между этими странами, что было негативно воспринято немецкой стороной.

Россия заявила, что в отношении государств, которые не предоставят ей статус страны наибольшего торгового благоприятствования, тарифы на ввоз импорта будут подняты от 20 до 30 процентов. В ответ на этого верхняя палата немецкого парламента подняла ввозную пошлину на русские товары, в том числе и на зерно, на 50%. В свою очередь Россия практически закрыла свои порты для немецких судов, значительно подняв портовые сборы. Но эти запретительные меры били по экономике обеих стран. Поэтому в 1894 г. между Германией и Россией были введены договоренности о предоставлении друг другу режима наибольшего благоприятствования.

Неблагоприятно складывались к концу XIX в. и отношения Германии с Англией. Усиление влияния Германской империи в Африке и Европе было воспринято Англией как потенциальная угроза ее безопасности. Нельзя не отметить и тот факт, что Османская империя после визита Вильгельма II к султану Абдулхамиду II в 1899 г. привлекла Германию к строительству Багдадской железной дороги, заключив с ней концессионное соглашение. Естественно, что этот факт еще больше усугубил и без того сложные отношения с Англией, так как с увеличением влияния Германии в Азии увеличивалась угроза морским и сухопутным коммуникациям Великобритании с Индией [6, с. 102–104].

В противовес Великобритании правительством Германии было принято решение о создании мощного военно-морского флота, который смог бы покончить с английским господством на море. В результате в 1898 г. Рейхстаг одобрил первый законопроект о строительстве военно-морского флота, а в 1900 г. был принят новый законопроект, предусматривавший значительное усиление германского флота [7].

Все это привело к тому, что Англия, некогда изолированная от Европы, вынуждена была в скором времени искать поддержки на случай войны.

К началу XX века ситуация в Европе только накалилась.

Новый виток противостояний произошел в период Русско-Японской войны 1904–1905 гг. Как известно, во время войны Англия была союзницей Японии, что делало ее фактически врагом России. 30 марта 1904 г. между Францией и Англией было подписан договор, получивший название «Антанта» или «Сердечное Соглашение», вызвавший недоумение в российских кругах, так как Франция была союзницей России. Кайзер Вильгельм II видя, что российский император Николай II колеблется, переслал в Санкт-Петербург проект соглашения, в котором речь шла об оказании помощи при нападении на Россию или Германию третьей стороны. Но на деле этот проект ставил Россию в стратегически невыгодное положение, так как в случае войны Германии и Франции ей пришлось бы встать перед выбором, чью сторону поддержать. Соответственно, этот проект был отклонен Россией.

Летом 1905 г. Вильгельм II повторил попытку склонить Николая II на сторону Германии. Будучи кузенами, монархи нашли общий язык. Николай даже подписал проект соглашения, но петербургские министры добились от него отзыва подписи. Причина была довольно проста: Париж оказывал России финансовую поддержку, а Берлин проводил недружественную России таможенную политику. Поэтому обещания, которые давал германский император, выглядели авантюрной риторикой.

В 1904–1907 гг. в противовес «Тройственному союзу» сложился военно-политический блок «Сердечное соглашение» («Антанта»), в который вошли Англия, Франция и Россия [7].

Таким образом, в начале XX в. на территории Европы образовались две мощные военные силы. Одна из них, во главе с Германией, стремилась к расширению своего жизненного пространства, а другая сила пыталась противодействовать этим планам, чтобы защитить свои экономические интересы.

Союзница Германии Австро-Венгрия представляла собой накануне Первой мировой войны так называемую «пороховую бочку Европы». Она была многонациональной и многоконфессиональной страной, что являлось причиной не прекращавшихся локальных конфликтов. Положение страны усугубилось, когда Австро-Венгрия присоединила Боснию и Герцеговину, вызвав, тем самым, недовольство России как защитницы интересов славян на Балканах. В равной степени захватническая политика Австро-Венгрии ущемляла и интересы Сербии, считавшей себя страной, которая должна была объединить Балканы. На Ближнем Востоке ситуация так же была сложной. Господствовавшая некогда Османская империя в начале XX в. стала ослабевать, потеряв огромное количество подконтрольных ей территорий. Еще Николай I во время обсуждения с британским послом «восточного вопроса» накануне Крымской войны 1853-1856 гг. назвал это государство «больным человеком Европы» [3].

Уже к концу первого десятилетия XX в. ни одна из мировых держав не сомневалась в неизбежности войны. Вопрос состоял только в том, кто первым разожжет ее фитиль.

Неотвратимость войны осознавала и Германия. Уже к 1905 г. Альфредом фон Шлиффеном был разработан план молниеносной войны. Этот план был ответом на неизбежную войну на два фронта, которую так боялся О. Бисмарк и которую с 1890 г. предвидели германские власти [4, с. 37–39]. Убийство австрийского эрцгерцога Франца Фердинанда сербским студентом 28 июня 1914 г. стало лишь поводом, толчком к развязыванию боевых действий, которым и воспользовалась Германия, объявив 1 августа войну России.

Таким образом, германское стремление к гегемонии в Европе привело к антагонизму великих держав и их военному конфликту [1, с. 66]. Хотя к войне готовились все ведущие державы, зачинщиком выступила именно Германия. Сама международная обстановка в тот момент благоприятствовала для захватнических планов молодой империи.

Стремление европейских держав (главным образом, Германии) к захвату и переделу колоний, господству на море обострило противоречия между двумя коалициями европейских государств – Антантой и Тройственным союзом, приведя отнюдь не к задуманному А. Шлиффеном блицкригу, а к долгой, изнуряющей и кровопролитной войне, ценой которой стали неисчислимы материальные жертвы, а главное, многие тысячи человеческих жизней.

Список литературы

1. Авербух Р.А. Италия в первой и второй мировых войнах. М.; Л., 1946. 151 с.
2. Беспалова Л.Н. Социально-политические аспекты объединения Германии в XIX в. // Югра, Сибирь, Россия: политические, экономические, социокультурные аспекты прошлого и настоящего: сборник научных статей всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященный 85-летию со дня образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (Нижневартовск, 10-12 декабря 2015 г.). Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2015. С. 109–110.
3. Зайончковский А.М. Первая мировая война. СПб.: Полигон, 2002 [электронный ресурс]. URL: <http://militera.lib.ru/h/zayonchkovsky1/01.html> (дата обращения: 26.11.2017).
4. История дипломатии. В 3-х тт. / под ред. В.П. Потемкина. Т. 2. Дипломатия в Новое время (1872-1919 гг.). М., 1945. 423 с.
5. Патрушев А.И. Германия в XX веке. М.: Дрофа, 2004. 432 с.
6. Рыбаков С.В. К вопросу о российско-германских отношениях в канун Первой мировой войны // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3. Общественные науки. 2015. № 1 (137). С. 97–112.
7. Тирпиц А. Воспоминания. М.: Воениздат, 1957 [электронный ресурс]. URL: militera.lib.ru/memo/german/tirpitz/index.html (дата обращения: 05.12.2017).

МИГРАНТЫ НА ЕВРОПЕЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА

Аннотация. В статье рассматривается проблема потоков мигрантов на европейском рынке труда, положение мигрантов. Автор исследует проводимую политику стран-участниц ЕС, направленную на их интеграцию и сокращение численности мигрантов на территории Евросоюза.

Ключевые слова: мигранты; европейский рынок; Евросоюз; интеграция; миграционные потоки.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

Мигранты – это особый слой населения, въезжающий в другую страну для временного или постоянного проживания с различной целью. Для принимающего государства мигранты представляют собой дополнительные трудовые ресурсы.

Европейская статистическая служба (Евростат) предоставляет данные, по которым можно сделать вывод, что наибольший рост населения Евросоюза происходит за счет мигрантов. Мигранты играют важную роль в борьбе с демографическими вызовами и дисбалансами спроса и предложения на рынке труда, которая сводится к мобильности трудящихся и трудовой миграции. В связи с этим вопрос о миграционной политике ЕС и положении мигрантов на европейском рынке труда поставлен в настоящее время достаточно остро.

Миграционные процессы в Европейском союзе позволяют подпитывать собственные трудовые ресурсы за счет внешней рабочей силы. Этот большой экономический потенциал, который может быть реализован максимально, при условии полной и быстрой интеграции мигрантов. В связи с этим Европейский совет принял в ноябре 2004 г. документ – «Принципы интеграции иммигрантов в Европейском союзе» [6, с. 51]. Программы внедряются на национальных и региональных уровнях. Социальная интеграция мигрантов представляет собой динамичный, двусторонний процесс. Мигранты обязуются уважать ценности ЕС, иметь базовое знание языка, государственных структур и истории государства. Европейская Хартия по правам человека гарантирует ответственное уважение к культуре мигрантов, свободу вероисповедания и другие демократические права, предоставление мигрантам услуг учреждений, как общественных, так и частных наряду с гражданами Евросоюза. Ключевым положением является занятость на рынке труда мигрантов, это основополагающий принцип интеграционного процесса, который принесет свою лепту в развитие и процветание государства.

Таким образом, политика Европейского Союза максимально структурирована и направлена на интеграцию мигрантов в принимающих странах с целью построения «мультикультурного» европейского общества.

В 2015 году в Евросоюзе произошел миграционный кризис, по подсчетам Евростата в ЕС прибыло в два раза больше беженцев, чем в 2014 году (1,25 млн. против 562,68 тыс.) [3]. Это акцентирует внимание на масштабной проблеме – слияние миграционных потоков: легальных и нелегальных мигрантов, а так же беженцев [4, с. 417]. В то же время миграционная политика активно содействует въезду в страну квалифицированных и полезных рабочих, но при этом уже отдавая предпочтение временной работе. Это происходит из-за дисбаланса миграционных потоков и возможностей принимающих государств, что ставит претендующих на постоянное место жительства мигрантов в трудное положение, несмотря на то, что они активно участвуют в интеграционных процессах.

Одной из целей социально-экономического развития Евросоюза до 2020 года являлось достижение 75% общего уровня занятости трудоспособного населения на фоне повышения трудовой активности молодежи, пожилых и низкоквалифицированных работников, а также легальных мигрантов

[1, с. 41]. Но стоит заметить, что в результате ряда экономических причин (экономический и финансовый кризис, миграционный кризис, желание выхода из ЕС некоторых стран) до этого показателя ЕС еще очень далеко. Таким образом, можно заключить, что мигранты – одна из самых незащищенных социальных групп трудового населения, они частично или полностью зависят от социальной поддержки, пособий для безработных и биржи труда, что не свойственно социально мобильным жителям Евросоюза.

Мониторинг социально-экономического положения мигрантов в Евросоюзе проводится по таким показателям, как занятость, социальная включенность, образование и гражданское участие. По такому же принципу прослеживается и положение других слоев населения – коренные жители стран ЕС, мобильные граждане ЕС. Если сопоставить их показатели, то можно заметить, что показатели мигрантов уже с 2009 года значительно ниже, чем у коренных жителей стран и мобильных граждан ЕС [1, с. 46]; разница в показателях заметна по разным критериями – пол, возраст и т.д.

После стремительной глобализации миграционных процессов, охвативших многие регионы и слои населения, Европейский Союз общими и согласованными усилиями рассматривает новые пути решения проблемы на рынке труда.

Единый рынок труда стран ЕС имеет свои отличительные особенности, которые формировались в течение длительного интеграционного процесса. В нем нет практически никаких преград при перемещении трудовых ресурсов внутри ЕС. Перемещение кадров между государствами не происходит в больших количествах, что является большим плюсом. Это получилось в результате достаточного количества квалифицированных трудовых ресурсов, а так же при содействии новых форм занятости людей (дистанционное, сезонная работа в другом регионе и т.д.). Однако этот процесс длительный и трудоемкий, начало которому было положено еще в 80-е годы XX века. При этом полной реализации единого рынка труда на территории стран ЕС не достигнуто.

На сегодняшний день существует проблема свободного перемещения мигрантов по странам членам ЕС, потому как договоренности между ними не имеется, наплыв иммигрантов увеличивается (в результате политических и военных конфликтов), внутренняя миграция уже приобретает статус нелегального труда.

Контроль за потоками мигрантов в ЕС лежит на правительствах стран участниц союза. Выработка совместной политики заключается в устранении негативных последствий для экономической стабильности ЕС и мировой экономики в целом. Существует ряд межправительственных соглашений между принимающими странами и странами эмиграции, которые включают в себя соглашения о найме трудовых кадров. В данных соглашениях оговорены условия и время пребывания мигрантов на территории принимающих стран, и другие моменты, защищающие права мигрантов и не противоречащие международным конвенциям о правах трудящихся. Но все это относится к легальным мигрантам.

Еще одним примером сдерживания миграции, является расширение капиталовложения в отрасли экономики развивающихся государств. Такие действия создают возможность для реализации новых рабочих мест, и стремление трудовых кадров уехать за рубеж теряется. На то же направлены долгосрочные займы.

Для преодоления стихийного потока мигрантов применяется дифференцированный подход к различным категориям работников – например, каждая страна сама устанавливает перечень профессий, в которых она заинтересована, зачастую это работники, имеющие высокую профессиональную квалификацию и студенты, отличившиеся при обучении. Принимающие страны могут интересоваться трудовые кадры определенного возраста, здоровья и не имеющие уголовного прошлого. Частичный или же сезонный интерес представляют контрактные рабочие, выполняющие тяжелую работу, которую не выполняет местное население.

Принимающие страны ЕС осуществляют квотирование числа иммигрантов в отдельных отраслях, учитывая при этом экономические показатели занятости трудовых ресурсов на отдельных сферах, и социально-экономическую ситуацию в стране в целом. Ограничения могут касаться мигрантов из-за определенных стран, в связи с политической ситуацией или же если приток трудовых кадров оттуда стоит уменьшить.

К числу экономических мер причисляется взимание государственных пошлин и уплата налогов за трудоустройство или прием на работу иммигрантов, поддержка развивающихся территорий принимающих стран, предпочтительных для мигрантов.

Проводимая политика противостоит росту миграции трудовых ресурсов в странах ЕС, но не мешает действующей интеграции миграционных потоков, так как не подразумевает под собой резкого оттока мигрантов, лишь их частичное уменьшение.

Положительной тенденции данного пути мешает рост числа беженцев политически не стабильных государств, устремившихся в страны ЕС. Поэтому дальнейшее развитие рынка труда и положение всех трудовых кадров, а в особенности легальных мигрантов зависит от нейтрализации конфликтов происходящих в XXI веке.

Совершенствование миграционного законодательства ЕС во всех его аспектах является первоочередной задачей правительства Евросоюза, так как согласованности между двумя уровнями (законодательство стран членов ЕС, нормативные документы ЕС) правового регулирования не наблюдается.

Выделяют четыре сферы, регулирующие миграционные процессы внутри ЕС:

– правила, регулирование свободного перемещения трудовых кадров в рамках Единого рынка труда ЕС.

– правила, регулирующие рабочую миграцию из стран, не находящихся в составе ЕС.

– правила, регулирующие гуманитарную миграцию.

– правила, регулирующие пограничные зоны, внешние границы [7, с. 25–26].

На данном этапе современной миграционной политике в рамках Евросоюза существуют два главных направления:

– уничтожение барьеров внутренней миграции внутри ЕС и миграции граждан из других развитых стран.

– существенное ограничение миграционных путей для граждан развивающихся и третьих стран.

Ряд проблем вытекает из нестабильности и массовости миграционного потока:

– недостаточно разработанная правовая база по обеспечению статуса иностранцев, находящихся на территории стран долговременно или же проживающих постоянно.

– достаточно ограниченные полномочия в сфере контроля за передвижением людей по территории ЕС.

– не достаточная реализация системы регулирования миграционных потоков, которые превращаются в постоянную проблему.

– низкая адаптированность правовой базы к современным проблемам нелегальным иммигрантов и беженцев [7, с. 36].

Таким образом, миграционные процессы по разному влияют на развитие государств ЕС, в зависимости от множества факторов, от политической ситуации в мире до кадровых возможностей государств. Миграция является объективным процессом, который очень сложно изменить или остановить. Трудовую миграцию частично можно сдерживать, но все-таки она является частью глобального движения трудовых кадров в поиске лучшей реализации своих потенциалов. Рост миграционных потоков породил некоторые проблемы, но так же способствовал укреплению взаимодействия стран внутри региона. Политика Евросоюза направлена на снижение процента мигрантов на рынке труда, но это не отменяет уже проделанной работы, процессов интеграции и стремлений предоставить правовую защиту этому слою населения.

Список литературы

1. Говорова Н.В. Мигранты на рынке труда Европейского союза // Современная Европа. 2015. №4. С. 41–46.
2. Комиссарова Л.И. Международная миграция рабочей силы и проблема занятости в странах ЕС // Вестник ФА. 1997. № 4. С. 87–94.
3. Кравченко Л.И. Миграционный кризис в Европе. URL: <http://rusrand.ru/analytics/migracionnyy-krizis-v-evgore> (дата обращения: 15.11.2017).
4. Куликова Ю.О. Проблемы миграции в странах Европы // Молодой ученый. 2017. №12. С. 417–420.
5. Мировая экономика: учебник / под ред. А.С. Булатова. М.: Юрист, 2009.
6. Татунц С.А. Интеграция иммигрантов в рынок труда Европейского союза // Государственная служба. 2014. № 2(88).
7. Трыканова С.А. Миграционное право и политика в Европе в контексте глобализации // Миграционное право. 2007. №4. С.17–39.

ИСТОЧНИКИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ ПОЗИЦИИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ ОТНОСИТЕЛЬНО ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА В 1980–90 гг.

Аннотация. В статье приведен обзор документов и материалов, отражающих позицию Великобритании относительно вопросов формирования общеевропейской социальной политики: программные документы партии, законодательных актов, отчетов заседаний парламента и др.

Ключевые слова: социальная политика; Великобритания; источники.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

Период 1980-1990-е гг. характеризуется началом интенсивного развития социальной политики Европейского Союза. По мнению руководителей государств-членов Европейского Союза, единая социальная политика должна перейти из национального в общеевропейское измерение и она окажется способной свести к минимуму экономический кризис и его последствия.

В результате были приняты основополагающие документы Европейского Союза – Единый европейский акт, Хартия основных социальных прав трудящихся, Маастрихтский договор, директивы Европейского Союза (регулирующие рабочее время, создании производственных советов на предприятии и т.д.). Однако, Великобритания отказывалась подписывать эти документы, за исключением Единого европейского акта. Вместе с тем, Соглашение о социальной политике и Протокол о социальной политике были подписаны остальными 11 государствами-членами Европейского Союза.

Однако, консервативные кабинеты Маргарет Тэтчер и Джона Мейджора выступали против единой социальной политики. Правительства 1980–1990 гг. предлагали свой вариант выхода Великобритании из социально-экономического кризиса, в основу которого было положено минимальное вмешательство государства в социально-экономическую сферу. Подобный вариант шел вразрез с формированием единой социальной политики Европейского Союза, в свете этого на протяжении длительного времени позиция Великобритании являлась препятствием на пути формирования единой социальной политики Европейского Союза.

Интерес представляет комплекс документов и материалов, позволяющих детально проанализировать позицию Великобритании относительно вопросов как европейской интеграции в целом, так и формирования единой общеевропейской социальной политики.

Источники первой группы представлены программными документами Консервативной партии Великобритании [3–5]. Источники данной группы подробным образом анализируют политические цели партии. Особенность программных документов в их декларативном характере, они провозглашают цели партии, которые не всегда находят практическую реализацию, но позволяют исследователю сформировать свое представление о характере социальной политики партии в изучаемый период.

Вторая группа источников – законодательные документы по социальной политике и социальному обеспечению Великобритании. Законодательные акты позволяют проанализировать эволюцию государства благосостояния в Великобритании. Документы этой группы опубликованы на ресурсе Отдела государственной статистики – <http://www.opsi.gov.uk> [6; 7; 9; 15; 19; 20].

В третью группу источников включены стенографические отчеты слушаний и заседаний Палаты общин парламента Великобритании. Стенограммы представляют большой интерес в связи с

тем, что освещают межпартийные прения, обсуждения законопроектов по социальным вопросам, характер обсуждения и голосования, позволяют определить позицию партийных лидеров.

Отдельного внимания заслуживают *источники четвертой группы* – официальные заявления, речи и выступления премьер-министра в Палате общин парламента Великобритании Маргарет Тэтчер, выступления после саммитов Европейского Совета, интервью различным средствам массовой информации [10–14; 16]. Обобщая выступления Маргарет Тэтчер, можно заключить, что она заявляла о негативном отношении к созданию политического союза и формированию единой социальной политики Европейского Союза. Большое внимание в выступлениях премьер-министра было уделено анализу тех причин, по которым Великобритания не собиралась подписывать Европейскую Хартию основных социальных прав трудящихся 1989 г. Видение будущей Европы наиболее полно было сформулировано Маргарет Тэтчер в речи, произнесённой в Бельгии, г. Брюгге, 20 сентября 1988 г. Основное содержание этого выступления было связано с убеждением не строить Европейский Союз по федеративному принципу, исключая централизацию политической власти в Брюсселе. Безусловно, Маргарет Тэтчер – классический пример евроскептика, при этом социальную политику она рассматривала в качестве одного из шагов на пути к реализации федеративного Союза.

Источники пятой группы – мемуары лидеров консервативных кабинетов периода 1979–1997 гг. – Маргарет Тэтчер и Джона Мейджора [2; 8; 18]. Вызывают интерес мемуары Маргарет Тэтчер «Годы на Даунинг-стрит»; они охватывают период её деятельности на посту премьер-министра Великобритании (1979–1990 гг.) Две главы (24 и 25) в этих мемуарах отведены вопросам социальной политики Европейского Союза и позиции Великобритании относительно социальной проблематики Европейского Союза. Однако, в большей степени это отражение личной позиции Маргарет Тэтчер, нежели позиции Консервативной партии в целом. Тэтчер М. утверждала, что опыт и достижения Великобритании в вопросах решения социальных проблем, построения «государства всеобщего благосостояния» достаточно значительны и известны всему миру, и в этой связи по вопросу присоединения к процессу формирования единой социальной политики Европейского Союза Великобритания придерживалась однозначно негативной позиции. По мнению М. Тэтчер, приоритетным направлением в европейской интеграции для Великобритании должно стать экономическое сотрудничество.

В источники данной группы необходимо также включить мемуары Маргарет Тэтчер «Искусство управления государством. Стратегия для меняющегося мира». Из 11 глав издания лишь одна глава посвящена вопросам единой социальной политики Европейского Союза. Маргарет Тэтчер последовательна в изложении своих взглядов и данных мемуарах также высказывает свою достаточно критическую оценку процессу формирования экономической и социальной модели, еще раз делая упор на важность и необходимости экономической интеграции.

Автор при анализе предмета исследования обращался также и к воспоминаниям Джона Мейджора. В автобиографии Дж. Мейджора две главы посвящены вопросам позиции Великобритании по вопросу формирования единой социальной политики Европейского Союза. Особое внимание Дж. Мейджор уделяет Маастрихтским переговорам, подробно анализирует их, так же как и дебаты внутри Консервативной партии относительно Маастрихтского договора. Сравнительный анализ мемуаров Дж. Мейджора и М. Тэтчер позволил сделать вывод о более лояльном отношении Дж. Мейджора к процессам европейской интеграции в целом. Однако, общим для обоих премьер-министров оставалось крайне негативное отношение к формированию единой социальной политики Европейского Союза. По мнению консервативных лидеров, социальная политика должна оставаться под юрисдикцией национальных государств.

Список литературы

1. Документы Европейского Союза Т. II / под ред. Ю.А. Борко. М.: Международная издательская группа «Право», 1994.
2. Тэтчер М. Искусство управления государством. Стратегия для меняющегося мира. М., 2003. 504 с.
3. Conservative Party Manifesto 1979.
4. Conservative Party Manifesto 1983 [электронный ресурс]. URL: <http://conservative-party.net/manifestos/1987/1987-conservative-manifesto.htm>.
5. Conservative Manifesto 1992 [электронный ресурс]. URL: <http://www.psr.keele.ac.uk/area/uk/man/con92.htm>.
6. Education Reform Act 1988 [электронный ресурс]. URL: <http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1988/Ukpga19880040enI.htm>
7. Employment Act 1989 [электронный ресурс]. URL: <http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1989/ukpga19890038en>
8. Major J. The Autobiography. L., 1999. 774 p.

9. National Insurance Act 1911 [электронный ресурс]. URL: <http://www.sochealth.co.uk/history/NIA1911.htm>
10. Strasbourg European Council. 1989 Dec. 12 [электронный ресурс]. URL: <http://www.margareththatcher.org/speeches>
11. Press Conference after Rhodes European Council. 1988 Dec. 3 [электронный ресурс]. URL: <http://www.margareththatcher.org/speeches>
12. Press Conference for American Correspondents in London. 1989 Oct. 4 [электронный ресурс]. URL: <http://www.margareththatcher.org/speeches>
13. Press Conference after Strasbourg European Council. 1989 Dec. 9 [электронный ресурс]. URL: <http://www.margareththatcher.org/speeches>
14. Press Conference after Madrid European Council. 1989 Jun. 29 [электронный ресурс]. URL: <http://www.margareththatcher.org>
15. Public Order Act 1986 [электронный ресурс]. URL: <http://nwhsa.redblackandgreen.net/publicorderact1986.htm>
16. Radio Interview for 1RN (Madrid European Council). 1989 Jun. 27 [электронный ресурс]. URL: <http://margareththatcher.org/speeches>
17. Thatcher M. Speech to the College of Europe («The Bruges Speech»). 1988 Sept. 20 [электронный ресурс]. URL: <http://www.margareththatcher.org/speeches>
18. Thatcher M. The Downing Street Years. New York, 1993. 914 p.
19. The Sex Discrimination Act 1975 [электронный ресурс]. URL: <http://www.eoc-law.org.uk/PDF/sda.pdf>
20. The Sex Discrimination Act 1986 [электронный ресурс]. URL: <http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1986/pdf/ukpga19860059en.pdf>

УДК 94 (410)

И.Н. Палавинская

магистрант

Л.А. Якубова

канд. ист. наук, доцент

Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

ИСПАНСКИЙ ВАРИАНТ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА

Аннотация. В статье анализируются процессы формирования в Испании социального государства в 1980-х – начале 2000-х гг., институционализация средиземноморской модели социальной политики как одной из социальных моделей Европейского Союза. Рассмотрены основные социально-экономические показатели Испании в 1980-2000-е гг.

Ключевые слова: социальное государство; Испания; социальная политика Европейского Союза; Европейский Союз; ЕС; Европа.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

Под социальным государством традиционно понимается «особый тип современного высоко-развитого государства, в котором обеспечивается высокий уровень социальной защищенности всех граждан посредством активной деятельности государства по регулированию социальной, экономической и других и других сфер жизнедеятельности общества, установлению в нем социальной справедливости и солидарности». Этот тип государства появляется на индустриальном этапе развития общества [1].

Формирование в западноевропейских странах социальных государств приходится на конец 1940-х – середину 1950-х гг. К середине 1970-х гг. этот процесс окончательно складывается.

В Западной Европе фактически каждая страна столкнулась с необходимостью выработать собственные инструменты социальной защиты. В результате единая Европейская модель социальной политики разделилась на несколько подвидов, к которым можно отнести англосаксонскую, континентальную, средиземноморскую и скандинавскую.

Региональные модели обладают общими принципами и соответствуют в целом общей Европейской социальной модели. К ним можно отнести: обязательную социальную помощь нуждающимся категориям граждан, провозглашение равенства граждан, поддержка работающего населения и т.д. Для поддержания этих принципов и достижения поставленных целей применяются разнообразные инструменты – от целевой социальной политики, проводимой государством, до социальных льгот, оплачиваемых из государственного бюджета.

В Испании после смерти диктатора Франсиско Франко в качестве модели было взято социальное государство, сложившееся на тот период времени в ведущих странах ЕС. Это нашло отражение в основных нормативных документах государства. Статья 1 Конституции Испании гласит: «Испания конституируется как правовое демократическое социальное государство, которое провозглашает высшими ценностями своего правопорядка справедливость, равенство и политический плюрализм» [4].

В статье 3 Конституции Испании зафиксированы определяющие принципы социально-экономической политики, к основным целям и задачам которой относятся: защита семьи, обеспечение полной занятости, создание благоприятных условий для социального и экономического развития, а также для справедливого распределения региональных и личных доходов, поддержка государственной системы социального страхования, развитие системы здравоохранения, сохранение и обогащение исторического, культурного и художественного наследия народа Испании [4].

В постфранкистский период, когда к власти пришли первые социалистические правительства, ассигнования на социальные услуги и социальное обеспечение населения постоянно возрастали. Если в 1980 г. они составляли 66% от расходов Великобритании, Италии, Франции и Германии, то в 1994 г. – 87%. Большая часть этих средств вкладывалась в системы образования, здравоохранения и пенсионного обеспечения.

Реформирование системы образования было связано со значительными инвестициями в этой области. Расходы на образование возросли в 1982–1995 гг. на 120%, составив 4,3%, и приблизились к среднеевропейскому уровню. В 1980 г. Испания занимала 10-е место в мире по количеству охваченного обучением населения в возрасте от 4 до 23 лет, то уже в 1988 г. она поднялась уже на 4 место; опережали ее только Канада, США и Франция. Расходы на здравоохранение возросли в 1982–1992 гг. в 4 раза. Новая система национального здравоохранения распространилась на все население, на ее финансирование приходилось 5,4% валового внутреннего продукта. Этот уровень был ниже, чем в Италии (7,6%), Германии (8,2%), Франции (8,7%) [7].

Особенно значительные результаты были достигнуты в реформировании пенсионной системы. Расходы на пенсионное обеспечение возросли в 1982–1995 гг. в пять раз – с 1,3 млрд. песет, составив четвертую часть всех расходов на социальные нужды. Это позволило охватить пенсионным обеспечением 7,6 млн. человек, в том числе 2 млн. не охваченных ранее. Средняя пенсия возросла с 19 до 52 тыс. песет в месяц; самые низкие пенсионные выплаты сравнялись с минимумом заработной платы [6].

Вместе с тем необходимо подчеркнуть и слабые стороны социальной политики Испании в данный период. При всех достигнутых успехах доход на душу населения составлял в Испании в 1991 г. 79,2% от среднего по ЕС – не удалось снизить уровень безработицы 23% (на тот период) – один из самых высоких в Западной Европе. Чувство протеста у населения порождали также рост налогов (в 1982–1992 гг. они увеличились с 26 до 36%) и низкое качество работы ряда социальных служб. В 1991 г. 56% респондентов обращали внимание на то, что платят налоги, не получая адекватной отдачи от системы социального обслуживания населения [7].

В 1999 г. доход на душу населения в Испании составлял 82% от среднего в странах ЕС. Это было связано не столько с уровнем производительности труда, составлявшим 95% от среднеевропейского, сколько с высоким уровнем безработицы и прежде всего с крайне низкой экономической активностью населения. В конце 90-х годов из 26 млн. человек трудоспособного возраста работали лишь 13,2 млн. Таким образом, трудилась только половина (51%) из тех, кто мог это делать, – самый низкий показатель среди стран ЕС [5].

Реализация политики подобного рода позволила Испании войти в число стран со значительным уровнем дохода. В 2007 году среднедушевой ВВП составлял 33 530 долларов США, средняя продолжительность жизни – 80 лет; показатель младенческой смертности – 4 на 1000 новорожденных [5].

Для Испании конца 1990-х – начала 2000-х гг. характерна ярко выраженная социальная политика, на нее было направлено более половины расходной части бюджета страны. Сложившаяся социальная структура показывала, что Испания в ЕС – вполне типичный член и ее общественно-политическое положение было тесно связано с политикой ЕС [2].

В Евросоюз Испания вступила в 1986 году, что позволило улучшить ее политическое положение заметным образом. Социальное положение Испании такое же, как и в большинстве экономически развитых странах. Ее социальная модель как составная часть европейской общественной системы базировалась на следующих принципах:

- взаимосвязь экономического развития и социального прогресса;
- определяющая роль государства, выступающего арбитром в отношениях между социальными партнерами;
- универсальный характер и высокий уровень пенсионного обеспечения;
- трудовое законодательство, защищающее интересы наемного работника;
- достойная оплата труда;
- поддержание высокой занятости, борьба с безработицей;
- социальная справедливость и солидарность в обществе.

В Испании сложилась и зафиксировалась так называемая средиземноморская модель социального государства (одна из разновидностей европейской социальной модели). Она позволила сформировать вполне современное общество с действующими демократическими и гражданскими институтами, дала возможность Испании принять участие в построении единого социального пространства Европейского Союза. При этом одной из характерных черт этой модели стал отрыв социальной политики от собственных финансовых возможностей в расчете на приток внешних ресурсов.

В рамках средиземноморской модели произошло значительное перераспределение структуры государственных расходов в пользу социальных статей. Одним из заметных социальных завоеваний стало серьезное улучшение системы доступного населению медицинского обслуживания. Это выразилось в перманентном наращивании расходов на здравоохранение, значительном увеличении дипломированного медицинского персонала. Общим результатом улучшения социальных условий является высокая ожидаемая продолжительность жизни испанцев, которая в 2010 г. составила 81 год [8].

В процессе исторического развития Испании был сформирован многочисленный средний класс, к нему в конце 2000-х годов можно было уже отнести не менее двух третей населения. Эти изменения развивались на фоне глубоких трансформаций на рынке труда:

1. Увеличился удельный вес занятых по найму.
2. Сложилась новая структура труда, при которой доминирующее место получили работники сферы услуг.
3. Значительно возросла вовлеченность женщин почти во всех отраслях народного хозяйства.
4. Ведущие позиции заняли профсоюзные объединения трудящихся (одна из особенностей иберийских стран).
5. Ощутимо увеличилась реальная оплата труда, выросла средняя заработная плата.

Экономический кризис, пришедший в Испанию в 2008 г., охватил в разной степени все основные сектора ее экономики и приобрел системный характер. В условиях, когда ряд стран-партнеров по Европейскому Союзу также переживал глубокую рецессию, Испания стала все чаще фигурировать в числе «проблемных стран», наряду с такими странами, как Португалия, Ирландия, Италия, Греция и Испания.

При всей сложности экономических проблем, порожденных кризисом, в Испании самые большие риски возникли именно в социальной сфере. Утрата материального благополучия граждан означала «интенсивную атаку» на принципы универсальности и социальной справедливости, положенные в основу общественно-политического устройства Испании в период после ухода Франко. Сравнительно эффективные и надежные механизмы социальной защиты основной массы населения в условиях затянувшейся рецессии утратили свою динамику, а социальные риски – возрастать.

Лидером по поляризации социального неравенства в Западной Европе в период кризиса являлась именно Испания. Около 10% самых богатых испанцев получало в 7,6 раз больше, чем самые малообеспеченные граждане [5]. Административно-управленческие работники получали одни из самых высоких зарплат в Евросоюзе, они оставались таковыми даже в период глобального кризиса, в то время как средняя зарплата испанцев снижалась и не поспевала за инфляцией даже в более благоприятные годы. Кроме того, средняя заработная плата в Испании является одной из самых низких в ЕС. Она составляет половину от зарплаты в Германии, Великобритании и Голландии. По статистике 2010 года, более 20% испанцев проживали за чертой бедности [5].

Наиболее тяжелое положение у молодых людей – более 40% из них в возрасте от 16 до 25 лет не имеют постоянной работы; порядка 15% и вовсе никогда не имели её и даже не учились [5]. Такое положение вынуждает молодых людей браться за работу, которая ниже их квалификации. Уровень

этого несоответствия также один из самых высоких в Испании по сравнению с другими странами. Более половины людей в возрасте до 34 лет проживают совместно со своими родителями, так как не могут позволить себе отдельное жилье. Проблема проявляется и в том, что существенная часть молодых людей после получения высшего образования стремится выехать за границу в поисках достойной работы.

По результатам многочисленных опросов, проведенных в 2009–2010 гг. можно сделать вывод, что большая часть испанского населения убеждена в высокой коррупционной составляющей, которая фактически стала частью экономической и политической системы. Еще одним характерным показателем ситуации в современной Испании является крайне низкий уровень межличностного доверия, особенно по отношению к политикам. Большая часть опрошенных граждан не доверяет политикам, считает, что они занимаются чем-либо только в том случае, если можно извлечь выгоду для себя. В итоге многие относятся к властям с некой долей цинизма, который порождается несоответствием реалий традиционно сильному испанскому чувству социальной справедливости.

Существуют и другие острые социальные проблемы. В условиях кризиса в сложном положении оказались многие семьи, с помощью ипотеки приобретавшие объекты недвижимости (в 2000–2008 гг. их насчитывалось около 9 млн.). В одних случаях члены семей оказались без работы, что драматически сократило возможности погашения кредитов, в других – банки навязали более жесткие условия платежей, что также усугубило финансовое положение граждан. В целом же, согласно опросам Центра социологических исследований, проведенных в сентябре 2010 г. около 70,3% испанцев оценивали перспективы экономического роста как плохие и очень плохие.

Таким образом, с середины 1980-х гг. в Испании началась интенсивная приватизация промышленности и ее структурная трансформация. Благодаря этому значительно сократилась роль обрабатывающей промышленности и возросла роль сектора услуг. Особенно интенсивно развивались туризм и строительство. Кризис показал, что в сложившихся условиях прежняя, экономическая модель уже не работает.

Европейская интеграция потребовала не только изменений в экономической сфере, но и в социальной. По образцам основных европейских государств закладываются основы социального государства, что закрепляется в Конституции. В Испании утверждается так называемая иберийская модель. Государство тратит более половины расходной части бюджета на социальные цели. Активно растет средний класс, но в то же время увеличивается социальная поляризация в обществе. Кризис обостряет многие социальные проблемы, особенно среди молодежи. В сложившихся обстоятельствах государство уже не может выполнять все взятые на себя социальные обязательства.

Вступление Испании в ЕС радикальным образом изменило региональную социальную политику. С этого времени многие социально значимые проекты финансировались не только правительством страны, но и различными фондами ЕС. В связи с началом кризиса произошло значительное сокращение финансирования этих программ, что ведет к росту регионального сепаратизма.

Список литературы

1. Антропов В.В. Социальная защита в странах Европейского Союза. М., 2006.
2. Денин П.Л. Системы социального обеспечения государств – членов Европейского Союза. Казань, 2004.
3. Карагалова М.В., Егорова Е.Н. Социальное измерение европейской интеграции. М., 2010.
4. Constitución Española, 1978. URL: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/constitucion.html (дата обращения: 01.10.2017).
5. Europe in figures. Eurostat yearbook 2011. P. 578.
6. Pajares M. Inmigración y mercado de trabajo. Inform 2009. Madrid, 2009.
7. Península Ibérica en cifras, 2011. Madrid, INE, 2011.
8. Two decades of reform in higher education in Europe. Spain, European Unit, Brussels, 2000.

ГОСУДАРСТВО БЛАГОСОСТОЯНИЯ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ

Аннотация. Статья посвящена теоретическому исследованию государства благосостояния. Автор научного исследования анализирует содержание понятия «государство благосостояния», рассматривает классификации государства благосостояния, точки зрения различных исследователей по этому поводу. В работе выделяются и описываются особенности государства благосостояния.

Ключевые слова: государство благосостояния; социальное государство; государство всеобщего благосостояния; Европа; Европейский Союз.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

Социальные блага гражданина, его права и свободы, основы благосостояния государства различными странами мира закреплены конституционно. Однако современная социально-экономическая и политическая ситуация приводит к изменениям исторически сложившихся канонов государства благосостояния, в частности неизбежно изменяются возможности государства обеспечивать функционирование прежней модели государства благосостояния. В связи с этим проблема понимания сущности «государство благосостояния», его современных реалий в настоящее время актуальна.

Государство благосостояния или государство всеобщего благосостояния по своему происхождению является английским термином, который впервые был использован англиканским архиепископом Уильямом Темплом. Понятие «государство благосостояния» может иметь несколько синонимов; например, социальное государство и трактуется как концепция политического строя, основанная на равенстве возможностей граждан, справедливом распределении богатств и ответственности общества за ту категорию населения, которая сама себе не может обеспечить даже минимальные условия для достойной жизни. В рамках данной концепции ключевым звеном в обеспечении защиты и развития экономического, социального благополучия граждан является государство.

В.А. Буткалюк в своем исследовании приводит следующую трактовку понятия «государство благосостояния»: политическая система, характеризующаяся ответственностью государства по защите и обеспечению социальной безопасности граждан своей страны в течение всей жизни [1, с. 137].

В научной литературе существует множество различных классификаций государства благосостояния. Так, например, в своем труде А.В. Тарасенко выделяет пять моделей государства благосостояния:

- социально-демократическая модель, которая функционирует в Норвегии и Швеции;
- модель партнерства или корпоративистская, действующая в таких странах, как Германия и Франция;
- запоздалая демократизация, характерная для Польши, Российской Федерации, стран Латинской Америки;
- модель либеральная, функционирующая в Великобритании и США;
- традиционная модель, применимая в Кении и Пакистане [4, с. 39].

А.С. Залюбовская в своем исследовании приводит классификацию государства благосостояния, предложенную Н.С. Нижник и Р.А. Ромашовым. Согласно их мнению все государства благосостояния можно разделить на три вида:

- либеральное государство благосостояние;
- корпоративное государство благосостояние;
- солидарное государство благосостояние [2, с. 28].

В данном случае в качестве классификационного признака выделяется степень участия государства, личности и корпораций в социальной политике государства.

Внутреннюю политику США, Великобритании и Ирландии можно определить как либеральную модель государства благосостояния, поскольку ответственность за личное благосостояние и благосостояние собственной семьи лежит на самой личности. Ярким примером корпоративной модели государства благосостояния является Япония, в которой одним из ведущих принципов является корпоративный, предполагающий в свою очередь возложение ответственности за судьбу личности на корпорацию (организацию, предприятие). Солидарное государство благосостояния характеризует общественную ответственность за благосостояние и благополучие всех граждан государства.

Иная классификация государства благосостояния была предложена шведским экономистом и социологом Г. Эспинг-Андерсеном. Исследователь выделил три типа данной концепции:

- неолиберальное государство благосостояния;
- социально-демократическое государство благосостояния;
- консервативно-корпоративистское государство благосостояния [3, с. 317].

Стоит отметить, что в рамках данной классификации ключевыми признаками служат:

- декоммодификация, то есть широта социальных прав;
- стратификация общества, то есть дифференциация по доходам;
- интервенция, то есть процесс вмешательства государства.

Неолиберальный тип государства благосостояния характерен для Америки. Его отличительными чертами являются низкий уровень декоммодификации, высокая стратификация общества, а так же государственное регулирование рынков. Социально-демократический тип государства благосостояния является противоположностью предыдущего. Он присущ скандинавским странам и его отличительными чертами являются высокий уровень декоммодификации, низкая стратификация общества, а вмешательство государства – прямое финансовое обеспечение. Третий, консервативно-корпоративистский тип государства благосостояния является синтезом двух предыдущих. Ему характерны высокий уровень декоммодификации, высокая стратификация общества, а вмешательство государства происходит как в форме регулирования рынка, так и прямого финансового обеспечения.

Несмотря на широкий спектр классификаций государства благосостояния, на практике в чистом виде не встречается ни один вид. Отнесения государства благосостояния к какому-либо определенному виду осуществляется условно, на основе преобладающих признаков.

Концепция «государства благосостояния» возникла и достигла особой популярности в Европе в период после Второй мировой войны. Согласно К. Оффе, «исторически государство всеобщего благосостояния явилось комбинацией последствий действия различных факторов, изменяющихся по структуре от страны к стране: социально-демократического реформизма, христианского социализма, просвещенной консервативной политической и экономической элиты и крупных отраслевых профсоюзов. Они сражались за признание и реализацию всеобъемлющих схем обязательного страхования, законов о защите труда, минимальной ставки заработной платы, развитие систем здравоохранения и образования, государственную помощь в получении жилья, а также признание профсоюзов законными экономическими и политическими представителями рабочих» [3, с. 356].

На протяжении длительного времени европейская модель государства благосостояния постоянно приводилась в пример как образцовая, как эталон социальной политики развитого государства. Но в конце 1970-х годов возникли серьезные экономические трудности и государства благосостояния столкнулись с серьезными проблемами.

В исследовательской литературе выделяют три кризиса политической концепции «государство благосостояния» в Европе:

- экономический;
- кризис идеологии;
- философский.

Экономический кризис связан с увеличением уровня безработицы в 1980-х годах. Кризис идеологии является следствием вопроса об эффективности методов вмешательства государства в социально-экономическую политику. Пик идеологического кризиса пришелся на рост бюрократизации государственного аппарата. Философский кризис государства благосостояния возник в связи с переосмыслением принципов солидарности общества, то есть были переосмыслены его ценностные мотивы [5].

Таким образом, начиная с конца 1970-х годов и по настоящее время, государства благосостояния претерпевают значительные трудности. Причинами такого затяжного трудного периода для европейских стран являются:

- политические беспокойства;
- рост безработицы;
- увеличение миграционных потоков;
- глобализация;
- изменения территориальных границ государств;
- ограничение финансовых ресурсов.

На наш взгляд, в настоящее время затруднительно существование государства благосостояние в том виде каким оно задумывалось изначально. В странах Европейского Союза все приведенные выше причины приводят к тому, что меры социальной поддержки для граждан, равно как и государственное финансирование, значительно трансформируются и сокращаются.

Список литературы

1. Буткалюк В.А. Крах теории и практики «Государства благосостояния» // Социологический альманах. 2014. № 5. С. 136–146.
2. Залюбовская А.С. Государство всеобщего благосостояния: историко-теоретический анализ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. 2016. № 2 (19). С. 25–30.
3. Сидорина Т.Ю. История и теория социальной политики: учеб. пособие. М.: Рос. гос. гуманит. ун-т, 2012. 549 с.
4. Тарасенко А.В. Некоммерческий сектор в странах Европейского Союза и России в контексте трансформации государства благосостояния. СПб.: НОРМА, 2015. 224 с.
5. Якубова Л.А. Социальная политика Европейского Союза // Окружающая среда – человек – социальная политика (опыт стран Европейского Союза). Нижневартовск, 2017. С. 34–57.

УДК 94

М.Н. Парапанова

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент А.В. Савельева
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ЛЛОЙД ДЖОРДЖ КАК ИНИЦИАТОР НОРМАЛИЗАЦИИ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ВЕЛИКОБРИТАНИЕЙ И СССР В 1920-х гг.

Аннотация. В статье рассматривается роль Дэвида Ллойд Джорджа в установлении англо-советских отношений, анализируются причины и предпосылки контактов между странами. Статья содержит краткие выдержки из биографии британского премьер-министра, а также сведения об его положении и влиянии в Либеральной партии. Особое внимание уделяется сущности «русского вопроса» и проблемам внешней политики указанных стран в послевоенный период.

Ключевые слова: Великобритания; СССР; внешняя политика; дипломатия; Дэвид Ллойд Джордж.

Будучи человеком незаурядным и красноречивым Дэвид Ллойд Джордж смог занять место в парламенте. Заручившись большинством голосов, молодой оратор занял прочную позицию в Палате общин и вскоре стал лидером валлийских депутатов от Либеральной партии.

В 1905 г. в Англии к власти пришла Либеральная партия. Помимо этого в правительство пригласили Ллойд Джорджа, политическая карьера которого достигла своего пика в 1919–1920-х гг. К 1906 г. он получил должность министра торговли, а через два года стал канцлером казначейства в кабинете Герберта Генри Асквита. Этот пост считался вторым по своему значению в британском кабинете министров.

С декабря 1916 г. Ллойд Джордж занял пост премьер-министра Соединенного Королевства и возглавлял коалиционное правительство вплоть до октября 1922 г.

Период руководства Ллойд Джорджа изобилует конфликтами и противоречиями в англо-советских отношениях. Так как европейские страны, и Англия в особенности, с самого появления на горизонте советской власти видели в ней исключительно врага и стремились избавиться от нее, пока та не укрепилась, основной политической линией были интервенция и поддержка антибольшевистских сил.

В 1918–1920 гг. Антанта проводила политику блокады России, разорвав все экономические связи. Подобные меры оказывали только негативный эффект. Тяжелый экономический кризис, накрывший всю Европу после войны, привел к тому, что в Англии с начала 1921 г. стали останавливаться заводы и фабрики, безработица достигла огромных масштабов и по стране прокатилась волна стачечного движения. В результате войны Англия не только утратила существенные позиции на рынках сбыта своих товаров в странах Америки, на Востоке и в британских доминионах, но и имела внешний долг Соединенным Штатам в размере более 4 млрд. дол. В связи с кризисным положением, экспорт английских товаров в европейские страны был резко сокращен. Единственной надеждой оставалось превращение Страны Советов в английскую колонию, по средствам насильственного включения страны или ее части в «систему капиталистического хозяйства». Однако ситуация складывалась так, что основные силы военной интервенции оказались разгромлены, а значит о захвате советского рынка и сырья не может быть и речи.

Инициатором решения о возобновлении торговли с Советской Россией стал английский государственный деятель Ллойд-Джордж, который предполагал такой исход событий и считал необходимым поиск других, более действенных методов. Базовыми в решении о возобновлении торговых отношений с Россией, несомненно, были экономические мотивы, а именно: тяжелое положение народного хозяйства. В целом, категоричность в британских верхах начала затихать после того, как проявили себя последствия экономического послевоенного кризиса.

В британском истеблишменте присутствовало расхождение во взглядах на политику в отношении Советской России. Консерваторы, во главе которых стояли Черчилль и Кёрзон, не желали вести переговоры с Советским правительством, настаивая на организации широкой военной интервенции, военного похода, целью которого стало бы свержение Советской власти. Возглавляемые Ллойд Джорджем и Бальфуром либералы и умеренные консерваторы, видели тактику консерваторов слишком рискованной. «Не может быть и речи о том, чтобы вести активную войну с большевиками, так как мы не имеем войск, денег и кредита, а общественное мнение полностью против такого курса» – так Ллойд Джордж высказался по «русскому вопросу» в декабре 1919 г. [3, с. 317].

Из-за регулярно предпринимаемых Ллойд Джорджем попыток «мирно» урегулировать отношения с Советской Россией и как-то наладить с ней отношения, его неоднократно обвиняли в «про-русских» позициях, что впоследствии сыграла не в пользу премьер-министра. Стоит упомянуть даже тот факт, что именно Ллойд Джордж решительно требовал, чтобы на Парижскую конференцию был приглашен Ленин. Он считал, что присутствие России как непосредственного участника войны обязательно и открытый диалог между европейскими странами и Советским Союзом позволит разрядить международную обстановку и выработать оптимальные условия мира. Однако, как известно, Россия в итоге в Париже не присутствовала, чему поспособствовал категорический отказ Клемансо. Так совалось предполагаемое тесное сотрудничество Ленина и Ллойд Джорджа. Тем не менее, премьер-министр от своей политики отказываться не собирался.

В марте 1921 г. было подписано «полуполитическое, полуторговое соглашение между Англией и Советской Россией». Поездка делегатов от либеральной партии стала первым шагом к оформлению дипломатических отношений между Англией и Советской Россией. Возобладала в итоге точка зрения сторонником нормализации отношений премьер – министра Ллойд Джорджа. Англичанами была признана необходимость улучшения отношений между странами и перехода от вооруженного противостояния к торгово-экономическому сотрудничеству. На одном из заседаний палаты общин премьер высказал предположение, что именно при помощи торговли и «предоставления русскому народу товаров для обмена» удастся подорвать Советскую власть, а доходы поспособствуют отказу от антикапиталистической политики. Данная позиция получила поддержку лейбористов. Англо-советские переговоры в Копенгагене по вопросу обмена военнопленными стали продолжением новой линии Ллойд Джорджа в отношении советского правительства.

Начало переговорам было положено еще в начале 1919 г., когда советское правительство предложило английскому правительству совершить обмен бакинских комиссаров на задержанную во Владикавказе английскую миссию. В итоге, соглашение об обмене военнопленными между Советской Россией и Великобританией и покупке, и поставке ряда товаров в Россию было подписано 12 февраля 1920 г. Это соглашение было первым советско-английским политическим и экономическим

соглашением стран после отмены блокады. Ллойд Джордж и его союзники пытались перетянуть Керзона, Черчилля и всех остальных членов Кабинета на свою сторону, под любыми предложениями настаивая на необходимости заключения торгового договора. Также Ллойд Джордж решил привлечь к установлению дипломатических отношений с Советской Россией одного из ближайших советников, лейбориста Э.Ф. Вайза, считая его одним из способнейших сотрудников аппарата. Вайз был приверженцем крайне левых взглядов, поэтому симпатизировал Советской России и 6 января 1920 г. направил Ллойд Джорджу меморандум, в котором настаивал на прекращении блокады России, так как это, по его мнению, препятствует торговле, которую уже давно ведут с большевиками прочие страны [1, с. 12].

По предложению британского премьера 16 января 1920 г. Высший Совет Союзников объявил о решении допустить обмен товарами между гражданами России, союзными и нейтральными странами. Решительно против выступал Ж. Клемансо, для достижения консенсуса с которым пришлось включить в резолюцию о снятии блокады положение, указывающее на то, «что данное постановление не означает перемены политики союзных правительств в отношении Советского государства». Снятие блокады означало открытие пути для торговых переговоров с советскими кооперативами. К несчастью, Англия приняла участие в походе Антанты против Советской России из-за начавшейся советско-польской войны, что привело к срыву англо-советских переговоров об установлении торговых отношений. Однако, Англия не стала брать на себя инициативу в военном походе, так как внешнеполитический курс страны был направлен на установление торговых отношений с Советской Россией. Начавшиеся боевые действия между Антантой и Красной Армией не помешали заключению англо-русского соглашения об обмене пленными. Также, советский дипломат Литвинов получил от председателя Верховного экономического совета Вайза предложение Ллойд Джорджа встретиться с советскими представителями.

Для ведения торговых переговоров в мае 1920 г. советское правительство отправило в Лондон делегацию во главе с Леонидом Красиным. 31 мая делегатов принял британский премьер и члены кабинета. Исключение составлял только Черчилль, до конца отказывающийся вести какие-либо переговоры с большевиками. В результате этой встречи 11 июня 1920 г. был подписан документ об учреждении в Лондоне Всероссийского кооперативного акционерного общества («Аркос»). Данное общество создавалось по английским законам, а цель его заключалась в ведение торговли между РСФСР и Англией во главе с Красиным. «Аркос» выступал как представитель советских внешнеторговых организаций, также осуществляя экспортные и импортные операции. Именно деятельность общества «Аркос» способствовала снятию «золотой блокады» и возобновлению торгово-политических соглашений между Россией и Англией в целом.

Намечающиеся в 1922 г. выборы могли сыграть не в пользу либеральной партии, так как коалиционное правительство Ллойд Джорджа не добились никаких существенных результатов как в области внутренней, так и внешней политики. Было необходимо в срочном порядке разрешить «русский вопрос». На заседании Верховного Совета 6 января 1922 г. было принято постановление о созыве, предложенной Ллойд Джорджем, международной экономической конференции в Генуе. 20–28 марта 1922 г. на совещании в Лондоне экспертами был составлен ряд требований по отношению к Советской России, известный как «Лондонский меморандум» [4, с. 261].

На Генуэзской конференции Англии не удалось добиться каких-либо существенных результатов от Советской России, по всей видимости, из-за Рапалльского экономического соглашения между Германией и Россией от 16 апреля 1922 г. В попытке избежать роспуска провальной конференции Ллойд Джордж предложил перенести ее продолжение в Гаагу. Однако, Гаагская конференция не оправдала себя, завершившись для английской дипломатии полным провалом. Череда неудач при попытке разрешить «русский вопрос» в совокупности с плохим состоянием экономики и большими бюджетными тратами стали причинами падения коалиционного правительства Ллойд Джорджа. Подвергаемый нападкам прессы и консерваторов он подал в отставку в октябре 1922 г. [2, с. 385].

С середины 1920-х гг. Ллойд Джордж входил в состав оппозиции. Тем не менее его предложения уже не имели прежней популярности. Так как позиции представляемой им Либеральной партии были сильно подорваны. Вплоть до начала 30-х годов Ллойд Джордж оставался наиболее уважаемым политическим деятелем Запада, питая надежду на возвращение в правительство. Несмотря на это, когда в 1931 году либеральная партия вновь вернулась к власти, он приглашен не был. А спустя несколько месяцев, после раскола партии, Ллойд Джордж сам отказался ее возглавлять.

Англия никогда не питала симпатии к коммунизму, и если бы не проявившийся в начале 1920-х гг. послевоенный экономический кризис и поддержка британских коммунистов, британское руководство не пошло бы на контакт со Страной Советов. Все соглашения и диалоги между странами

устанавливались крайне неохотно. И только Ллойд Джордж, в силу своего авторитета, мог противопоставить умеренные идеи крайне радикальным настроениям консервативной партии и отстоять новую стратегию. Были предприняты первые шаги в урегулировании отношений и 16 марта 1921 г. Великобритания и Советский Союз заключили торговое соглашение. Этот договор не был окончательным, за ним должен был последовать новый, регулирующий экономические и политические отношения между государствами. С подписанием этого договора Британия признала Советское правительство «де факто».

Список литературы

1. Индукаева Н.С. История международных отношений 1918-1945 гг. Томск: Издательство Томского университета, 2003. 113 с.
2. Штейн Б.Е. «Русский вопрос» в 1920-1921 гг. М.: Госполитиздат, 1958. 335 с.
3. Виноградов К.Б. Дэвид Ллойд Джордж. М.: «Мысль», 1970. 412 с.
4. Лемин И.М. Внешняя политика Великобритании от Версаля до Локарно 1919–1925. М.: Издательство политической литературы, 1947. С. 261.

УДК 94(4)"1945/..."

В.В. Сидорова

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент Л.А. Якубова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СОЦИАЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Аннотация. В данной статье рассмотрены этапы развития социальной политики Европейского союза и их правовое закрепление. Подробно изучено социальное законодательство Европейского Союза, его структура и содержание.

Ключевые слова: социальное законодательство; социальная политика; социальное право; Лиссабонский договор; Европейский Союз.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

Европейский Союз по праву считается одним из наиболее благоприятных регионов для жизни и работы в мире. Главной причиной этого является высокий уровень социальной защиты граждан. Европейцы создали достаточно эффективный аппарат социального благосостояния населения.

Социальная политика – это программа, осуществляемая для обеспечения социальной защиты населения, реализации его социальных прав, сохранения и улучшения его уровня жизни [5].

Социальная политика Европейского Союза направлена на содействие занятости, улучшение жизни и труда работников в странах-членах. Она ориентирована на обеспечение социальной защиты, установление партнерских отношений между предпринимателями и работниками, борьбу с необоснованными увольнениями сотрудников. Среди всех целей социальной политики ЕС одной из ведущих является улучшение условий труда, защита здоровья и безопасности сотрудников. Задача состоит в обеспечении равенства мужчин и женщин в отношении возможностей на рынке труда и их отношения к ним на работе. Охрана работников предусмотрена по окончании срока контракта [10].

С первых лет существования ЕС соглашения, которые устанавливали ЕОУС, ЕЭС и Евроатом, предусматривали осуществление ряда мер по нейтрализации негативных социальных последствий экономической интеграции. Для ЕОУС наиболее острой проблемой было резкое сокращение занятости в угольной отрасли. ЕОУС осуществлял частичное финансирование льгот уволенным шахтерам и металлургам, их профессиональную переподготовку и занятость. Договор Евроатома включал поло-

жения о стандартах охраны труда для работников этой опасной отрасли и отменил ограничения по национальному признаку для доступа к работе в области ядерной энергетики.

Расширения ЕС, развитие международных отношений приводят к расширению спектра действий в области социальной политики, интенсивному развитию его внешнего измерения и правовой разработке его достижений.

Эти принципы по мере эволюции ЕС отражены в пересмотре документов: Маастрихтский договор (7 февраля 1992), Амстердамский (2 октября 1997), Ниццкий (26 февраля 2001), Конституция (29 октября 2004). Хартия основных прав и Конституция ЕС определили направления развития социальной политики на XXI в. Таким образом, на сегодняшний день в странах ЕС существует наиболее развитая система социального обеспечения.

Лиссабонский договор – последний международный договор, который был подписан 13 декабря 2007 в Лиссабоне. Договор призван заменить собой неудавшийся проект Конституции ЕС (2004 г). Лиссабонский договор впервые вводит новые категории – «ценности Союза», к ним относятся человеческое достоинство, свобода, демократия, равенство; правовое государство, права человека.

Кроме того, система ценностей дополняется «характеристиками», которым должны следовать все государства – члены:

- плюрализм;
- отсутствие дискриминации;
- толерантность;
- правосудие;
- единство;
- равенство полов.

Лиссабонским договор признает права и свободы, закрепленные в Хартии об основных правах от 7 декабря 2000 г., а сама Хартия имеет такую же юридическую силу, как и Договоры.

Хартия Европейского Союза об основных правах состоит из преамбулы, 7 глав и 54 статей. Классификация прав и свобод в Хартии ЕС об основных правах: свобода, равенство, солидарность, правосудие, гражданство, человеческое достоинство [8]. Предназначение Хартии – систематизировать и классифицировать воедино и сделать более понятными для человека его основные права, а также принципы правового статуса личности. Хартия обращена как к современному обществу, так и к будущему поколению, что делает ее «программным документом» [8].

После прекращения идеологической войны между социализмом и капитализмом идеи прав человека превращаются в мировую идеологию. Права и свободы в Хартии излагаются по совершенно новой схеме.

Если раньше в традиционной западной доктрине права и свободы делились на первостепенные к которым относились гражданские и политические права, и второстепенные, к которым относились социальные и экономические права, то Хартия в целом рассматривают правовой статус человека и гражданина Европейского Союза в единстве и равенстве составляющих его прав и свобод. Хартия ЕС объединяет личные, политические и социальные и экономические права воедино, признает их в качестве основных.

В Хартии ставится задача полной имплементации прав и свобод, которые вытекают из Европейской Конвенции о защите прав человека и основных свобод, социальных хартий, принятых Обществом и Советом Европы, а также из судебной практики Суда Европейских сообществ и Европейского суда по правам человека.

Хартия отражает стремление обеспечивать стабильность и безопасность внутри союза, и ликвидировать классовые, национальные и другие противостояния, избегая, по возможности грубого, государственного принуждения, мирно разрешая возникающие конфликты, балансируя интересы индивидумов, мест, регионов и стран, обеспечивая поддержку слабым и перспективы сильным, находя эффективные стимулы и инструменты для прогресса и пользования большинством населения Европейского Союза его плодами.

Хартия отражает гуманную идею, для того чтобы улучшить жизнь граждан. Она состоит в стремлении признать практически равный уровень прав и свобод человека, который законодательно закреплен на практике по сравнению с официально установленным, фактически достигнутым уровнем.

Хартия укрепила возможности судебной защиты и прав граждан и др. лиц, которые находятся на территории ЕС.

Директива «Об образовании детей работников-мигрантов»

В данной директиве речь идет о том, что дети работников по найму могут получать образование на территории других государств-членов. К тому же дети имеют право наравне со всеми участвовать во всех образовательных мероприятиях, право получить образование вне зависимости от изменения положения родителей и право на финансовую помощь. Государства-члены должны прилагать необходимые усилия для получения на своей территории бесплатного образования этих детей.

Директива «О поступательной имплементации принципа равенства мужчин и женщин в сфере социальной защиты»

Применяется к системам социального обеспечения и по основаниям болезни, инвалидности, старости, трудовой травмы или профессионального заболевания и безработицы. Акт предписывает ликвидировать дискриминацию в системе социального обеспечения и условий доступа к ним, обязанностей по уплате взносов и определения их размера, а также определения размера социальных выплат, сроков и условий их сохранения. Положения данной директивы применяются также на лиц свободных профессий и пенсионеров и инвалидов труда.

Следует обратить внимание, что директива не применяется к положениям, которые касаются социальных выплат супругу и семье, за исключением случаев, когда социальные выплаты семье предоставляются сверх этих платежей.

Директива «О сближении законодательства государств-членов, относящегося к защите работников в случае банкротства работодателя»

Данная директива предназначена для того чтобы предоставить гарантии работникам и обеспечить защиту в случае банкротства их работодателя, в частности в целях гарантировать выплату работникам. К тому же на момент принятия существовали различия между государствами – членами в вопросе о защите трудящихся, поэтому усилия должны быть ориентированы на сокращение данных различий, которые могут иметь прямое воздействие на функционирование общего рынка.

Директива «Об имплементации принципа равенства мужчин и женщин в вопросах трудоустройства, профессионального обучения, продвижения по службе и условиях труда»

В этой Директиве упоминается о возможной разнице в правовом режиме в тех профессиях, включая обучение, когда определяющим фактором является пол, а также для защиты женщин, которые находятся во время беременности и материнства, обязанности по выплате взносов и определения их размера, а также определения размера социальных выплат, сроков и условий их сохранения. Следует отметить, что положения этого документа распространяют свое действие не только на работников по найму, но и на лиц, занимающихся либеральными профессиями, а также пенсионеров и инвалидов.

Список литературы

1. Директива Совета 77/486/ЕЭС от 25 июля 1977 г. Об образовании детей работников-мигрантов.
2. Директива Совета Европейского Союза 79/7/ЕЭС от 19 декабря 1978 г. «О поступательной имплементации принципа равенства мужчин и женщин в сфере социальной защиты».
3. Директива Совета Европейского Союза 80/987/ЕЭС от 20 октября 1980 г. о сближении законодательства государств-членов относящегося к защите работников в случае банкротства работодателя.
4. Директива Совета 76/207/ЕЭС об имплементации принципа равенства мужчин и женщин в вопросах трудоустройства, профессионального обучения, продвижения по службе и условиях труда.
5. Европейский Союз: основополагающие акты в редакции Лиссабонского договора с комментариями / под ред. С.Ю. Кашкина. М.: Инфра-М, 2010.
6. Лиссабонский договор, изменяющий Договор о Европейском Союзе и Договор об учреждении Европейского Сообщества (Лиссабон, 13 декабря 2007 г.).
7. Рыбалкин В.Е., Щербанин Ю.А., Щетинин В.Д. Международные экономические отношения. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
8. Трудовое и социальное право Европейского Союза: документы и материалы. М.: «Права человека», 2005. 98 с.
9. Хартия Европейского Союза об основных правах: комментарий / под ред. С.Ю. Кашкина. М.: Юриспруденция, 2000.
10. Якубова Л.А. Социальная политика Европейского Союза // Окружающая среда – человек – социальная политика (опыт стран Европейского Союза). Нижневартовск, 2017. С. 34–57.

К ВОПРОСУ О ВСТУПЛЕНИИ США В ПЕРВУЮ МИРОВУЮ ВОЙНУ

Аннотация. Статья посвящена анализу проблемы вступления США в Первую мировую войну. Отдельное внимание уделяется подводной войне, которая стала одним из самых эффективных средств борьбы не только с субмаринами, но и с надводными кораблями.

Ключевые слова: Антанта; Первая мировая война; подводная война; Соединенные Штаты Америки; Тройственный союз.

Первая мировая война была, есть и будет одной из самых трагичных страниц в книге мировой истории. Эту войну можно назвать таковой, потому что до 1914-1918 гг. в мире не было конфликтов, унесших жизни около 10 млн. человек. Помимо этого на этой войне использовалось оружие, способное унести множество жизней (химическое оружие, танки, авиабомбардировки и подводные лодки), о котором ранее не было известно.

В этом глобальном мировом конфликте участники хотели решить свои давно не решенные географические, политические и экономические вопросы и амбиции. Так, например, Австро-Венгрия хотела решить вопрос с Сербией и политически подчинить себе Балканский полуостров, а также отодвинуть влияние России от этой территории.

Германия помимо захвата колоний лидирующих метрополий в мире хотела так же произвести полный разгром Франции и Великобритании. Помимо этого Германская империя намеревалась колонизировать огромные территории европейской части России.

Великобритания рассчитывала уничтожить нарастающего соперника в Европе – Германской империю.

Франция намеревалась вернуть территории, утраченные после франко-прусской войны 1870–1871 г.

У России, несмотря на внутривнутриполитические проблемы, был интерес в установлении контроля над черноморскими проливами Босфор и Дарданеллы.

Однако, Первая мировая война не могла остаться без внимания крупного и набирающего могущества государства – США [5, с. 120]. Соединенные Штаты преследовали собственные цели по укреплению своей государственной позиции на мировой политической арене. Они надеялись, что война сокрушит старые империи и ослабит все европейские державы. Тогда это позволяло бы США стать лидером в политическом, военном и экономическом плане. В североамериканском государстве понимали всю ситуацию в мире, и поэтому ими была выбрана позиция нейтралитета [3].

Если говорить о выборе стороны, которую поддерживала США в Первой мировой войне, то здесь можно процитировать слова американского полковника Э. Хауза: «США не могут пойти на то, чтобы союзники (Антанта) потерпели поражение. Нельзя допустить, чтобы Германия установила над всем миром свое военное господство. Мы, конечно, будем следующим объектом нападения, и доктрина Монро будет значить меньше, чем клочок бумаги». Эти слова были сказаны в 1915 г., а США объявили войну Германской империи лишь 6 апреля 1916 г. [1].

В связи с тем, что сильного перевеса Тройственного союза в Первой мировой войне долго не наблюдалось, вмешиваться в войну североамериканскому государству не было смысла. В 1915 г. Англия и Франция сделали крупный заем у США на сумму 500 млн. долларов. Уже этот факт говорил о том, что правительство Соединенных Штатов всячески будет оттягивать вступление в войну. Даже «спорное» потопление круизного трансатлантического лайнера «Лузитании», произошедшее 7 мая 1915 года, не смогло настроить США на вступление в Антанту. Хотя в этой трагедии, вызванной атакой германской подводной лодкой «U-20», погибло 1197 человек, из которых 128 граждане Соединенных Штатов Америки [2].

Долгое время США наблюдали за тем, как в последующем ее союзники по коалиции вели войну, как на суше, так и на воде, а также и подводную войну. В итоге подводная война стала единст-

венно верным способом, при котором Великобритания могла бы капитулировать перед Германской империей. Немецкое правительство намеревалось вести против Англии континентальную блокаду, схожую с той блокадой, которую вел Наполеон I против Великобритании в период 1806–1814 гг. Однако эта блокада должна была быть приведена в жизнь благодаря деятельности немецких подводных ассов, которые потопили бы все торговые суда у территории Британских островов. Тем самым создавалась бы экономически нестабильная ситуация, что впоследствии могло бы привести, по мнению Рейхсмарине, к ослаблению военной мощи и дальнейшей капитуляции Великобритании.

Но всего лишь за один месяц неограниченной войны, а именно за март 1917 г., погибло 681 человек, 630 из которых стали жертвами подводных лодок. Многие из них были гражданами Соединенных Штатов [2, с. 51].

Такое положение дел вынудило США принять меры. 3 апреля президент В. Вильсон в своем обещанном выступлении перед американским Конгрессом заявил о том, что США должны вступить в войну, защищая свободу малых наций, добываясь счастья и мира. 5 апреля Соединенными Штатами была объявлена война Германской империи, а вступили они в военный конфликт 6 апреля.

10 мая 1918 г. профессор Мак-Лафин в своей речи в Оксфорде, разъяснявшей причины вступления американского государства в войну, сказал, что даже после потопления круизного лайнера «Лузитания» американский президент ограничился лишь дипломатическими мерами. Но когда пришло время для решения всех этих мировых вопросов США, как оказалось, не будет иметь своего голоса. Именно этого США не могли допустить [3, с. 682].

Исходя из этих слов, можно сделать вывод о том, что США вступили в войну с целью лоббирования своих интересов при заключении мира, а не для победы над Германской империей. По этой причине В. Вильсон ввел свою страну в войну как независимое сражающееся государство, а не как союзника Антанты.

Список литературы

1. Ловелль Т. Корсары глубин. М.-Л., 1940. URL: http://www.libma.ru/voennaja_istorija/korsary_glubin (дата обращения: 07.10.2017).
2. Михельсен А. Подводная война 1914–1918 гг. Ленинград, 1940.
3. Зайончковский А.М. Первая мировая война. СПб., 2000.
4. Залесский К.А. Кто был кто в Первой мировой войне. М., 2003.

УДК 902

Н.А. Харин

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент А.В. Савельева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФИННО-УГОРСКИХ УКРАШЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ШУМЯЩЕЙ ПОДВЕСКИ ИЗ ФОНДОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО АВТОНОМНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ «РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР» г. МЕГИОНА (МАУ «ЭКОЦЕНТР»)

Аннотация. В научно-фондовой коллекции «Региональный историко-культурный центр» г. Мегиона (МАУ «Экоцентр») хранится большое количество экземпляров, являющихся результатом археологических раскопок. Однако многие из них до сих пор не описаны и не имеют научного обоснования. В данной статье приводится научное описание одного из таких экспонатов, а именно шумящей подвески, найденной на территории ХМАО–Югры. Подвеска является частью одежды и принадлежит финно-угорской народности.

Автор, используя научный анализ, соотносит традиционные для финно-угров особенности стилистического оформления украшений и предметов одежды на примере данного экспоната.

Ключевые слова: шумящая подвеска; финно-угры; музей; шаман; археологические раскопки.

В фондовой коллекции МАУ «Экоцентра» хранится экспонат, являющийся шумящей подвеской, найденной в хантыйском захоронении на берегу реки Обь, в 5 км от города Мегион Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

Подвеска, отлитая из цветного металла, состоит из полого конуса с ровными стенками, к которому подвешены три колокольчика. На окончании конус плавно сужается в цилиндрическую форму. В самом цилиндре имеется круглое сквозное отверстие. С наружной стороны вокруг основания идет небольшой утолщенный бордюр с частыми косыми насечками. К бордюру с трех сторон на одинаковом расстоянии прикреплены круглые ушки со сквозными отверстиями. В ушки вставлены металлические петли в виде «восьмерки», кольца которой расположены под прямым углом друг к другу. К нижнему кольцу каждой «восьмерки» прикреплен маленький конусовидный колокольчик без язычка с диаметром основания 1 см. На стенках каждого колокольчика с одной стороны имеется маленькая круглая выпуклость. С внешней стороны вокруг основания колокольчика идет тонкий бортик. Такой же бортик имеется на вершине. Там же, по центру, сделано большое круглое ушко, с помощью которого колокольчик прикреплен к подвеске.

Датировать и отнести к какому-либо стилю подвеску довольно проблематично. Предположительно, можно отнести предмет к раннему средневековью [2]. Подвеска по своему виду напоминает предметы, относимые к различным звериным стилям, однако в данном случае отсутствует характерное для любого из звериных стилей зооморфное изображение. Структура и стилизация подвески довольно проста и примитивна. Отсутствуют какое-либо узорчатое оформление.

Сама по себе подвеска является украшением, вероятно женским. Наличие колокольчиков свидетельствует о магических функциях данного предмета, потому как известно, что во многих народах и культурах колокольчики использовались как, обереги от злых сил. Это связано с верой в особую природу звука и его влияния на окружающую действительность. Можно было предположить, что данная подвеска является атрибутикой шаманского одеяния, потому как колокольчики были важным элементом шаманской деятельности. Однако форма и размер подвески отрицают подобное предположение.

Подобный дизайн шумящей подвески характерен для представителей финно-угорской народности. Возможно, подвеска сохранилась не в полном своем виде. Для шумящих подвесок финно-угров характерны зооморфные изображения. Зачастую на подвесках имеются элементы, напоминающие утиные лапки или же лошадиные головы. Такое решение связано с возведением данных животных в предмет культа [1].

Место обнаружения подвески, на берегу Оби, позволяет отнести подвеску к обской ветви финно-угров [2].

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что для установления истинной принадлежности данного экспоната имеется немного сведений. Однако основываясь на нем можно выявить основные стилистические особенности, характерные для украшений, изготавливаемых на установленной территории. Это четкие, закругленные формы, с отсутствием какого-либо изображения. Как правило, для отлития украшений использовался цветной металл.

Сами же подвески использовались зачастую для украшения одежды или же как предмет интерьера. Однако для каких функций использовался данный экспонат необходимо еще изучить.

Таким образом, в научно-фондовой коллекции «Региональный историко-культурный центр» г. Мегиона (МАУ «Экоцентр») хранится большое количество археологических находок, многие из которых до сих пор не описаны и не имеют научного обоснования. В связи с этим появляется необходимость их анализа.

Список литературы

1. Варенов А. Утка, конь-олень – шелестящие обереги // Наука и жизнь. 1999. № 11.
2. Сваткова Н.Г. Технологические особенности изготовления современного ювелирного изделия (реплики) на примере исторического аналога. Мегион, 2017.

СОЦИАЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ В СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с системой социального страхования стран, входящих в Европейский Союз. Исследованы подходы к ее организации, рассмотрено функционирование систем социальной защиты населения, финансируемых за счет государственной поддержки и страховых взносов.

Ключевые слова: Европейский Союз; социальная политика; социальная защита; социальное страхование; страховые взносы.

Статья подготовлена в рамках реализации проекта 574865-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE, тема проекта «Социальная политика Европейского Союза» (Erasmus+ Programme, Jean Monnet Activities) по грантовому соглашению № 2016-2593/001-001.

В социальной политике любого государства наиболее важными являются вопросы, связанные с социальным страхованием и социальным обеспечением. В каждой стране социальное страхование прошло свой путь развития и становления, однако, при всей схожести поставленных задач методы и подходы по их развитию и решению кардинально отличаются. В странах Европейского Союза (ЕС) уровень социального страхования превосходит остальные страны. Главным источником финансирования системы страхования служат средства из внебюджетных специальных фондов, которые создаются при помощи государства. Целевые взносы от работодателей и работников составляют финансовую основу данных фондов

В странах Европейского Союза система финансируется в основном страховым механизмом за счет страховых взносов, уплачиваемых работодателями и самими работниками [6]. Во Франции наибольшая нагрузка по уплате страховых взносов приходится на работодателей, а в Германии работники и работодатели уплачивают их относительно в одинаковом соотношении.

Страны ЕС уделяют большое внимание социальной составляющей проблемы безработицы. Во многих странах ЕС действует система социальной поддержки, главным элементом которой служит помощь человеку при потере работы.

В Европе в системе социальной поддержки населения можно выделить два основных типа:

- 1) Социальная помощь безработным, осуществляемая на средства государственного бюджета (в основном реализуется как дополнение к основной системе страхования безработных);
- 2) Базовое пособие по безработице в рамках обязательного страхования, которое компенсируется взносами работодателей и работников.

Величина пособия по безработице в европейских странах довольно значительна, однако и условия, по которым предоставляется пособие достаточно строгие, для этого необходимо соблюдения значительного перечня требований, которые дадут права на получение социальной поддержки. Данная система обеспечивает невысокий уровень безработицы и в то же время финансовое благополучие лиц, которые получают пособия.

Вызывает интерес система социального обеспечения в Германии. Фундаментом в ней выступает обязательное социальное страхование. Германия – это страна, в которой развивается классическое социальное страхование. Это страна является родоначальником общегосударственных программ (медицинское страхование, пенсионное обеспечение, пособие по болезни, страхование несчастного случая на производстве).

Согласно трудовому законодательству Германии, работодатель обязан застраховать своего сотрудника в связи с риском возникновения социальных ущербов. При этом под термином «социальное страхование» принято понимать несколько видов страховых договоров, разработанных социально-трудовыми ведомствами на базе Кодекса социального права: государственное обязательное страхование в связи с возможностью возникновения необходимости в уходе по болезни или старости, кото-

рое предоставляется государственными медицинскими кассами; государственное медицинское страхование, предоставляется государственными медицинскими кассами; страхование на случай потери работы, которое предоставляется федеральным ведомством по труду; государственное обязательное страхование от последствий несчастного случая на производстве, предоставляемое союзом предпринимателей одной или аналогичной отрасли промышленности; пенсионное страхование, предоставляемое земельными или федеральными страховыми обществами для наемных работников.

Малый бизнес Германии, который работает только на себя и не нанимает рабочую силу, заключает социальные страховые договоры самостоятельно. Вследствие этого они освобождаются от двух обязательных социальных страховок на законодательной основе:

- 1) Страхование на случай потери работы;
- 2) Пенсионного страхования.

Финансовой базой системы социальной помощи в Германии являются фонды социального страхования, несущие совместную ответственность друг за друга. Они с помощью своих взносов финансируют страховые услуги и тем самым приобретают право получения услуг вследствие наступления страхового случая. Величина обязательных взносов зависит от их доходов; пособие и пенсия по безработице зависят от величины их взносов. Если рассматривать, как складывается общий размер ставки социального страхования, то можно отметить, что она, в первую очередь, зависит от вида выбранной сотрудником «больничной кассы» и формируется в границе от 43 до 46% от размера начисляемой ему оплаты труда [5, с. 37].

Социальное страхование осуществляется в обязательной форме на основе национального законодательства. Безусловно, в Германии фонды социального страхования испытывают нехватку финансовых ресурсов в условиях доходов социальных выплат, вследствие этого государство каждый год оказывает им существенную финансовую помощь посредством предоставления субсидий.

Для системы социальной защиты Германии с точки зрения организационной структуры свойственна разобщенность учреждений, которые оказывают услуги в области социального страхования. Относительно независимо функционируют организации по пенсионному обеспечению, медицинские страховые организации и прочие. Вместе с социальным страхованием в системе соцзащиты, предусмотрены механизмы социальной помощи, которые предоставляются в случае, если все виды страховых социальных пособий исчерпаны. Финансирование системы социальной защиты реализуется за счет государственного бюджета, из взносов застрахованных лиц наемного труда и работодателей и за счет симбиоза различных источников финансового обеспечения. Государство выступает гарантом выполнения социальных обязательств, которое распределяет часть средств на покрытие расходов в виде государственных дотаций. Причиной этому является признание государством особой роли, которую выполняют органы соцзащиты в условиях социальной рыночной экономики, которая решает задачи по поддержанию стабильности и социальной справедливости, необходимых для успешного функционирования и развития социально-экономической сферы страны.

В Великобритании создана самая либеральная система страхования. Там функционирует саморегулируемая модель страхования, вследствие этого в стране не работают органы надзора и не осуществляют контроль над участниками рынка страховых услуг. Однако страховой надзор осуществляет промышленный департамент. Эволюция становление и развитие страхового рынка Британии предопределила его структуру, которая представлена Лондонским рынком и пост национальными компаниями. Участники Лондонского рынка страхуют иностранных клиентов [3, с. 64].

Уникальный опыт правового регулирования системы социального обеспечения накоплен в Великобритании. Он нашел применение в законодательстве многих стран мира, и сегодня продолжает влиять на тенденции его развития.

В Великобритании социальное обеспечение представляет собой унифицированную систему, которая охватывает почти все население страны. Страховые взносы работников и государственный бюджет служат основным источником системы финансирования социального обеспечения. В ней выделяют две крупнейшие подсистемы:

1) Национальное социальное страхование, которое включает программы пенсионного страхования, обеспечения по инвалидности, поддержки материнства, социальной помощи и страхования по временной нетрудоспособности, страхование от несчастных случаев на производстве.

2) Национальное здравоохранение, которые представляют медицинские услуги всем жителям страны (кроме пособий по временной нетрудоспособности), а также длительно проживающим на территории Великобритании иностранцам.

Для социальной защиты населения Великобритании характерны две специфические особенности. В рамках системы социального страхования отсутствуют специальные, организационно оформ-

ленные институты, которые занимаются страхованием определенных видов социальных рисков – страхования по болезни, старости, от несчастных случаев на производстве, от безработицы и др. Все программы социальной защиты связаны единой системой социальной защиты, с одной стороны. С другой же стороны, для системы социальной защиты характерна большая роль государственных учреждений в обеспечении выплатами и социальными услугами, а также их тесная связь с частыми страховыми программами (в силу эволюционного развития). В Великобритании особенности финансирования системы социальной защиты выражается разделением системы на две части – национальное здравоохранение и национальное социальное страхование, первая из которых финансируется преимущественно из государственного бюджета, а вторая – за счет страховых взносов самих работников и предпринимателей. Помимо здравоохранения, которое почти на 90% субсидируется за счет бюджета, финансирование за счет налоговых источников характерно для обеспечения от несчастных случаев на производстве, а также семейных пособий [1, с. 25].

Наряду со всеми странами Европы во Франции также значительна роль социального страхования. Особенность ее системы соцзащиты – сложная организационная структура, а вместе с тем высокая доля расходов на социальные программы, превосходящая средний уровень по Европейскому союзу. Для данной системы характерны следующие особенности:

- во-первых, в ней существует разветвленная система профессионально-отраслевых схем социального страхования;
- во-вторых, развитая система семейных пособий, ставшая результатом длительной эволюции, в ходе которой вводились и улучшались различные инструменты государственной семейной политики и формы семейных пособий;
- в-третьих, большая роль дополнительных систем социальной защиты (особенно в области пенсионного и медицинского страхования).

Особенность французской системы социальной защиты заключается и в том, что в основе ее финансирования используется не только государственные схемы соцстрахования, но и обязательные дополнительные профессиональные системы страхования, использующие распределительный принцип финансирования.

Тот или иной вид социальной поддержки во Франции финансирует конкретный уровень социальной защиты – национальный или региональный, который представлен таким институтом, как страховые кассы. Региональные и местные кассы социального страхования Франции являются самоуправляемыми организациями, каждая из которых имеет собственное правление, которое состоит из представителей застрахованных работодателей. Во Франции основным источником финансового обеспечения системы соцзащиты являются страховые взносы работников и работодателей. Исключение составляет страхование по безработице и семейные пособия, доля государственных дотаций в которых существенно выше, нежели в других отраслях социального обеспечения, а также страхование от несчастных случаев, финансируемое исключительно за счет взносов работодателя [2, с. 563].

Во Франции осуществляется и ряд мер по стимулированию страхования жизни. Основным методом по стимулированию развития страхования жизни является введение серьезных налоговых льгот по страхованию жизни, в частности:

1) Проценты, которые начисляются по договору страхования на сумму выплаченных страховых премий, не облагаются налогом. В следствие это приводит к тому, что договор страхования жизни выгоднее для человека, нежели банковский депозит. Данная льгота имеет действие во Франции, если срок действия договора страхования жизни составляет более 8 лет;

2) Капитал, получаемый по договору страхования жизни, в случае смерти страхователя не подлежит обложению налогом на наследство, размер которого может варьироваться от 5 до 60% [4, с. 515].

Таким образом, современная система государственной социальной защиты населения в странах Европейского Союза включает две организационные формы социального страхования и обеспечения, которые финансируются за счет средств из государственного бюджета и страховых взносов работодателей и работников. В странах ЕС доминируют формы обязательной социальной поддержки, основу которой составляет социальное страхование. Вместе с тем, в Великобритании, Нидерландах и Франции традиционные модели социальной защиты не функционируют. В современных условиях механизм социального страхования в странах Европейского союза предполагает использование значительного разнообразия форм, методов и инструментария, приспособившаяся к социальным и экономическим условиям жизни населения в условиях риска и неопределенности.

Список литературы

1. Долина О.Н., Ишина И.В. Государственное финансовое регулирование социальной сферы и социальных рисков // Аудит и финансовый анализ. 2012. №2. С. 444–449.
2. Куриленко О.П. Социальное обеспечение (история, теория). М.: НИОНС, 2011. 563 с.
3. Углова К.М. Роль государства в развитии отраслей социального комплекса // Современные аспекты экономики. 2010. №1. С. 64–67.
4. Ямашкин П.М. Особенности современного развития социальных услуг: препринт. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013. 515 с.
5. Янучарова Т.В. Зарубежный опыт бюджетного финансирования социальной защиты // Государственная власть и местное самоуправление. 2009. №2. С. 35–42.
6. Якубова Л.А. Социальная политика Европейского Союза // Окружающая среда – человек – социальная политика (опыт стран Европейского Союза). Нижневартовск, 2017. С. 34–57.

УДК 930.1

Т.И. Шуляк

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент С.В. Горбунова
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ВЛИЯНИЕ РИМСКОГО ИСТОРИОПИСАНИЯ НА ВОСПРИЯТИЕ ФИНИКИЙСКОЙ ИСТОРИИ Т. МОММЗЕНОМ В РАБОТЕ «RÖMISCHE GESCHICHTE»

Аннотация. В данной статье анализируются взгляды выдающегося немецкого историка Т. Моммзена на историю финикийцев. Автор полагает, что в работе Т. Моммзена преобладала негативная оценка финикийской роли в развитии мировых цивилизаций, сложившаяся под влиянием «антифиникийской» риторики римского историописания.

Ключевые слова: Т. Моммзен; финикийцы; история Карфагена.

Т. Моммзен без преувеличений являлся одним из выдающихся историков-антиковедов XIX столетия. В его фундаментальном труде «Римская история» (кстати, именно за эту работу он был удостоен Нобелевской премии по литературе) подробно описана политическая, военная и социально-экономическая жизнь Римского государства с момента его основания и до падения республиканской формы правления. Т. Моммзену принадлежит более тысячи научных статей, посвященных римскому праву, нумизматике, латинскому языку и т.д., а также он опубликовал поистине бесценный «Corpus Inscriptionum Latinarum», представляющий собой сборник древних латинских надписей Римской эпохи в 17 томах.

Вклад Т. Моммзена в историческую науку, безусловно, велик, и с этим бессмысленно спорить. Однако далеко не со всеми его взглядами на культуру, историю неримских и неэллинистических народов, в особенности финикийцев, можно согласиться.

В данной статье будет рассмотрена глава из «Римской истории», посвященная Карфагенской истории. В ней Т. Моммзен кратко излагает этногенез финикийцев и становление их государства. Но даже при всей глубине познания древней истории немецкий историк все же нередко прибегает к личностно-субъективным оценкам древних событий и выдвигает ряд гипотез, зачастую ничем не подкрепленных. Связано это, в первую очередь, с его нескрываемым пристрастием к античной и арамейской культурам. Описывая карфагенское общество, Т. Моммзен параллельно с этим ставил перед собой задачу выявить основные причины поражения Карфагенской державы в период Пунических войн, и в изложенных им тезисах можно отчетливо увидеть влияние проримской позиции Тита Ливия. Т. Моммзен зачастую просто занижает роль финикийцев в научных, духовных достижениях по сравнению с другими восточными и римско-эллинистическими цивилизациями. Рассмотрим одно из его утверждений (пер. Н.А. Машкина): «Все, что было создано у арамейского племени великого и

долговечного в области духовной культуры, не было делом финикийцев: если вера и знание в некотором смысле и были первоначально достоянием арамейских наций и перешли к индо-германцам с Востока, то все же ни финикийская религия, ни финикийские наука и искусство, сколько нам известно, никогда не занимали самостоятельного положения среди арамейцев» [5].

В данном отрывке Т. Моммзен делает поспешные выводы, основываясь на ветхозаветных преданиях и общепринятых на тот момент догмах в немецкой исторической науке. Естественно, круг источников у историка был ограничен, и мы анализируем его взгляды с учетом источниковой базы того времени. И если в вопросе религиозно-духовной культуры можно отчасти согласиться с Т. Моммзеном, поскольку финикийский политеизм имеет корни в мифологии древнего Угарита, то его оценку уровня развития научных знаний финикийцев отнюдь нельзя принять. Ещё греческие ученые высоко оценивали финикийских философов, таких, как, например, Мох Сидонский (XIV в. до н.э.), который положил основу атомизму [10, XVI, 2, 24]. Диоген Лаэртский и вовсе приписывал Мохак первым философам [4, I, 1]. Работы финикийского историка Санхуниатоне (X в. до н.э.) были пересказаны Филоном Библским. Страбон писал, что именно сидонцы занимались исследованиями в области астрономии и арифметики, и эти науки пришли к грекам «от финикиян» [10, XVI, 2, 24].

Основываясь лишь на греческих свидетельствах, говорить о несамостоятельности финикийской науки среди армейских народов было бы сильным преувеличением, однако Т. Моммзен категорично отрицает вклад финикийцев в развитие научных знаний.

Т. Моммзен сходил с Плутархом и раннехристианскими моралистами в оценке финикийских верований. Основываясь на античных и христианских предубеждениях и оценивая религиозные представления с точки зрения христианской морали, он приходит к заключению, что «религиозные представления финикийцев бесформенны и лишены красоты, а их культ скорее возбуждал, чем обуздывал, сладострастие и жестокость» [5].

Т. Моммзен выдвигает ещё одну гипотезу – о невозможности зарождения алфавита у финикийцев, которую он подкрепляет, на первый взгляд, вескими аргументами, одним из которых является отсутствие материальных памятников финикийской культуры. Он пишет: «Никаких следов влияния финикийской религии на другие народы не сохранилось, по меньшей мере, в эпоху, доступную для исторического исследования. Нет указаний и на существование такой финикийской архитектуры или пластики, которую можно было бы сравнить если не с тем, что мы находим на родине искусств, то хотя бы с тем, что мы находим в Италии».

Т. Моммзен утверждает, что колыбелью человеческой цивилизации являлись страны, лежащие вдоль Евфрата [5, с. 386], и именно там люди смогли изобрести письменность и алфавит, а уже в дальнейшем финикийцы переняли научные достижения вавилонян и в ходе своей торговой деятельности стали распространять «зачатки цивилизаций». «Нет никаких указаний, – писал историк, – на то, чтобы именно от них [финикийцев] исходил алфавит или какое-нибудь из вышеупомянутых гениальных творений человеческого ума». Финикийцы, по словам Моммзена, распространяли знания, искусства подобно «птицам, случайно разбрасывающим семена», а истоки всех знаний исходили из древней Месопотамии, где человечество и стало познавать искусство, философию, астрономию. Конечно, в данной ситуации Моммзен, как было уже ранее сказано из-за недостаточной источниковой базы, не мог быть в полной мере объективен, но даже с учетом этого факторы его выводы слишком спорны и даже ошибочны. Ведь сразу встает встречный вопрос: почему же именно Вавилон стал центром цивилизации? Почему же не Египет? Ведь памятников египетской архитектуры, изобразительного искусства сохранилось куда больше, чем шумерских, акадских или древнеавилонских. Не стоит забывать, что в период жизни Моммзена наиболее популярной гипотезой о зарождения алфавита у финикийцев являлась египетская, но и она никак не отрицала того факта, что именно финикийцы были причастны к созданию алфавита. Тем не менее, Т. Моммзен полностью отрицает эту версию, что лишь говорит о его незнании или намеренном игнорировании греческих источников, утверждавших обратное. Достаточно стоит вспомнить небезызвестную легенду об основании города Фивы тирским царем Кадмом, принесшим грекам письменность и другие зачатки цивилизации. Упоминания об этой легенде дошли до нас в трудах многих греческих историков и географов [3, V, 58; 6, IX 12, 3], что свидетельствует о достаточной ее популярности в эллинистическом мире. По сути своей, это все же подтверждение того, что финикийцы могли повлиять на культуру и религиозные верования древних греков, ведь за письменностью следуют и философские идеи, мифы и легенды. Так, например, это происходило в раннем средневековье, когда Византия отправляла своих миссионеров в «варварские» государства, и миссионеры на основе греческого алфавита создавали кириллицы, глаголицы, а в дальнейшем переводили на эти языки Библию. Так вот, возвращаясь к той легендарной истории, мы можем допустить, что финикийцы, привнеся алфавит грекам, вполне могли аналогичным образом за-

ниматься переводом собственных эпосов, легенд, мифов (например, сказание о Мелькарте, который у эллинов трансформируется в Геракла). Тут следует понимать, что этнос, обладающий уникальной письменностью (алфавитное письмо) и распространяющий ее, соответственно имеет определенный багаж культурных и мифологических особенностей. Исходя из этой логики, финикийцы могли повлиять на религии других народов, что уже опровергает утверждение Моммзена.

Что касается финикийской архитектуры, то действительно жаль, что Т. Моммзен не застал времени расцвета археологических открытий на Ближнем Востоке и, в особенности в Леванте, где было найдено огромное число уникальных и поистине прекрасных произведений тирских, сидонских мастеров.

Т. Моммзен пишет: «Финикийцы были совершенно лишены той способности цивилизовать и ассимилировать приходившие с ними в соприкосновение и доступные для культуры народы, которую мы находим у эллинов и даже у италиков. В области римских завоеваний романский язык совершенно вытеснил иберийские и кельтские наречия; африканские берберы до сих пор еще говорят на том же языке, что и во времена Ганнона и Баркидов». Оценить «уровень способности к ассимиляции» покоренных народов финикийцев довольно проблематично, ввиду отсутствия исчерпывающих источников – сохранились лишь малочисленные письменные упоминания греческих авторов о политике карфагенцев по отношению к местному североафриканскому населению. Лишь короткие сведения Юстина [13, XVIII, 7, 2] позволяют увидеть, что карфагенцы вели против ливийцев победоносные войны. Тем не менее, культы и обряды, ровно как язык, во всех прибрежных городах, были установлены пунические, а финикийцы смогли также ассимилировать местные народы Маотии и южной Испании. Утверждению Т. Моммзена о том, что финикийцы были «лишены той способности цивилизовать и ассимилировать» в отличие от италиков, противоречат его же слова в начале главы: «Еще в века христианства африканский крестьянин называл себя хананитом». Об этом говорил и Блаженный Августин в своем письме к Максимилиану Грамматикю в 390 г., где он упоминает язычников, именующих себя пунийцами – то есть пунический язык не был вытеснен латинским и существовал ещё пять столетий после уничтожения Карфагена, а пунийцы, проживавшие в африканских провинциях, не были полностью ассимилированы и продолжали себя идентифицировать хананейцами. Потому сама постановка тезиса Моммзена выглядит малоубедительно, поскольку многие древнейшие цивилизации не могли полностью ассимилировать народы, населявшие периферии империи. И это было свойственно как греческой, римской культуре, так и финикийской цивилизации. Поэтому здесь у Т. Моммзена мы наблюдаем довольно грубое обобщение отдельных фактов, что в конечном счете приводит к ошибочным умозаключениям.

Сравнивая политические карфагенскую и римскую политические системы, Т. Моммзен полагал, что «Рим не лишал совершенно самостоятельности даже покоренные им общины и не облагал их постоянными налогами» [5, с. 399], и «...в римско-италийском государственном союзе не было ни одной общины, которая не рисковала бы потерять более, чем выиграть, в случае восстания против такого правительства, которое тщательно оберегало ее материальные интересы и никогда не вызывало крутыми мерами политическую оппозицию на открытую борьбу». Если политика Рима была и вправду настолько справедливой и учитывала интересы всех общин, то вряд ли тогда между Римом и общинами Латинского союза развязался бы конфликт, вылившийся впоследствии в Латинские войны (начало V вв. до н.э. и во второй половине IV вв. до н.э.), не говоря уже о Самнитских войнах. Устойчивость римской симмахии, сохранившейся во время войн с наемниками, очень преувеличена, поскольку в разгар Второй Пунической войны, когда армия Ганнибала Барка наносила тяжелые военные поражения римской армии, многие города, в том числе Капуя, перешли на сторону карфагенцев. Не подвергая полноценной научной критике римские источники, Т. Моммзен на их основе делает выводы о слабой государственности Карфагена. «Но при самом живом сознании племенной особенности, при самой неизменной преданности родному городу самой своеобразной чертой в характере финикийцев было отсутствие государственных способностей. Свобода не была для них приманкой, и они не стремились к господству», «они жили, – говорится в «Книге судей», – по обыкновению сидонцев: спокойно, тихо и беспечно, и обладали богатствами», – пишет он.

Здесь прослеживается все та же проблема, присущая работе Т. Моммзена, а именно – выводы делаются на основе небольшой группы письменных источников, в данном случае, на «Книге судей», несмотря на то, что по истории Финикии дошло гораздо больше античных трудов. И даже если мы согласимся с данной позицией, то возникнет закономерный вопрос, почему же тогда «спокойные, тихие» финикийцы активно занимались колонизацией Средиземного моря в XII–X вв. до н.э.?

«Финикийцы не только у себя дома терпеливо выносили иго своих повелителей, но и вне своего отечества вовсе не стремились к замене мирной торговой политики политикой завоевательной».

Но об активной финикийской экспансии можно судить по трудам Диодора Сицилийского, Геродота [3, VII, 167], Салюстия, Юстина [13, XVIII, 7, 1–2]. Об экспансионизме карфагенских финикийцев на Пиренейском п-ове можно говорить, опираясь на работы Полибия и Тита Ливия. Со многими трудами вышеупомянутых авторов Т. Моммзен был, безусловно, знаком, но игнорировал их сведения о финикийской экспансии.

Т. Моммзен пишет: «Но более всего недоставало финикийцам, как и всем арамейским нациям в противоположность индо-германским, стремления к прочной государственной организации, гениальной идеи автономной свободы. В самые цветущие времена Сидона и Тира Финикия постоянно была яблоком раздора между господствовавшими на берегах Евфрата и Нила» [5]. Действительно, Финикия в эпоху Египетского владычества (XIV-XIII вв. до н.э.) на Ближнем Востоке не являлась самостоятельным государственным образованием. Причиной тому была постоянная борьба за Ливан между сильными государствами (Египетское и Хеттское царства). Однако в течение XIII столетия до н.э., в период нашествия так называемых «народов моря», разоривших крупнейшие города и государства, наступил упадок Египетской державы, а Хеттское царство и вовсе распалось, как и другие крупнейшие торговые и культурные центры Угарит и Сидон. И в периоде между X и VI столетиями финикийский Тир стал выступать в роли ведущей талосократской державы, сумевшей колонизировать побережья Западного Средиземного моря. Позднее, к VIII в. до н.э., Финикия утрачивает свое лидерство, но ведь не стоит забывать о западных финикийцах, сформировавших могущественную морскую Карфагенскую державу, проводившую свою независимую политику.

Таким образом, Т. Моммзен, один из первых европейских ученых, изучавший предпосылки и причины поражения финикийской цивилизации с позиции научных знаний XIX в., оказался, тем не менее, под очень сильным влиянием источников, главными из которых были работы римских авторов. Отсюда следует и его суждения о том, что финикийцы были обречены на поражение из-за своих недостатков и неполноценности как цивилизации. И эти недостатки, выраженные в культурно-религиозной неразвитости и недостатке национальной самобытности, привели к краху финикийцев перед римской цивилизацией.

Список литературы

1. Augustine of Hippo. Epistola 17 / Monteverde, Sant'Agostino. Nuova Biblioteca Agostiniana.
2. Бернхардт К.-Х. Древний Ливан. М.: Наука, 1982. 225 с.
3. Геродот. История / пер. и примечания Г.А. Стратановского [электронный ресурс]. URL: <http://ancientrome.ru/antlittr/t.htm?a=1288776453> (дата обращения: 08.06.2017).
4. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов / пер. М.Л. Гаспарова; ред. тома и авт. вступ. ст. А.Ф. Лосев; АН СССР, Ин-т философии. 2-е изд., испр. М.: Мысль, 1986.
5. Моммзен Т.М. История Рима / пер. Н.А. Машкина. СПб: Наука, 1997. Т. 1. 683 с.
6. Павсаний. Описание Эллады. СПб., 1996.
7. Плутарх. Моралии: сочинения. М.: ЭКСМО-Пресс, Фолио, 1999. 1120 с.
8. Плутарх. Сравнительные жизнеописания / пер. С.П. Маркиша, М.Е. Грабарь-Пассек, С.И. Соболевского. М.: Наука, 1994. Т. 1. 521 с.
9. Помпоний Мела. Хорография / под общей ред. А.В. Подосинова. М.: Изд. Университета Дмитрия Пожарского, 2017. 512 с.
10. Страбон. География в 17 книгах / перевод Г.А. Стратановского; под общ. ред. С.Л. Утченко. М.: Ладомир, 1994. 837 с.
11. Тит Ливий. История Рима от основания города. Т. 1. М.: Наука, 1989. 504 с.
12. Тураев Б.А. Остатки финикийской литературы. Тирские летописи (Отрывки финикийской космогонии и мифологии Филона Библского. Финикийские отрывки у Дамаския). М., 1999. 143 с.
13. Юстин. Эпитома сочинения Помпея Трога «Historiae Philippicae» / комм. К.В. Вержбицкого, М.М. Холода. СПб.: Издательство СПбГУ, 2005. 496 с.

ДОКУМЕНТАЛИСТИКА, ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ, АРХИВОВЕДЕНИЕ

УДК 651.5

А.С. Асеева
студент

Научный руководитель – ст. преп. Л.Н. Беспалова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛ С РАСПОРЯДИТЕЛЬНЫМИ ДОКУМЕНТАМИ

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные правила формирования дел с распорядительными документами. Правильное распределение документов в дела имеет большое значение, так как обеспечивает быстрый поиск необходимых документов и их сохранность.

Ключевые слова: формирование дел; распорядительные документы; дела постоянного хранения; приказы по личному составу; приказы по основной деятельности.

В начале каждого года в организации начинается формирование документов в дела.

Если документы последовательно день за днем не приводить в определенную систему, не формировать в дела по определенным признакам, то разыскать нужные в случае необходимости будет трудно. Принцип «удобства в практической работе», как правило, влечет за собой неразбериху в формировании дел и затрудняет поиск и учет документов не только в процессе делопроизводства, но и при архивном хранении документации. Чтобы избежать подобных проблем, необходимо знать признаки заведения дел и требования к их формированию, а также принципы расположения документов в деле.

В соответствии с ГОСТ Р 7.0.8-2013 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения» [1], формирование дела – это группировка исполненных документов в дело в соответствии с номенклатурой дел и их систематизация внутри дела.

Согласно пункту 3.5.2 Основных правил работы архивов организаций [2], дела формируются в организациях централизованно в службе ДОУ (канцелярия, отдел делопроизводства и т.п.) или децентрализованно – в структурных подразделениях [6, с. 57].

Существует ряд общих правил, которые должны быть учтены работниками, при формировании дел: помещать в дело только исполненные документы, относящиеся к разрешению одного вопроса; учитывать соответствие наименования дел номенклатуре; помещать приложения вместе с основными документами; группировать документы постоянного и временного хранения в дела отдельно; группировать в дело документы одного календарного года, за исключением переходящих дел; не помещать в дело документы, подлежащие возврату, лишние экземпляры, черновики; не помещать в дело более 250 листов.

Расположение документов внутри дела происходит в хронологическом порядке, так входящая документация – располагается по дате поступления, а исходящая документация – по дате отправления. Также расположение документов может происходить по алфавиту фамилий авторов или корреспондентов.

Но есть отдельные требования к правильному формированию дел с распорядительными документами, в которых фиксируются решения административных и организационных вопросов деятельности организации. Эти документы регулируют и координируют деятельность, позволяют органу управления обеспечивать реализацию поставленных перед ними задач [4, с. 138].

Для правильного формирования дел с распорядительными документами, удобства дальнейшего использования приказов, а так же с целью соблюдения правил архивного хранения документов необходимо правильно систематизировать распорядительные документы.

Так, различные группы приказов отличаются по срокам хранения.

Первая группа – приказы по основной деятельности, утверждающие локальные нормативные акты, планы, графики и другие документы. Данными приказами оформляются решения руководства, связанные с организацией работы, порядком деятельности компании или ее структурных подразделений. К основной деятельности относятся также вопросы создания, реорганизации или ликвидации структурных подразделений, финансирования, планирования, отчетности и др.

Согласно ст. 19 «а» Перечня типовых управленческих архивных документов, образующихся в процессе деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и организаций, с указанием сроков хранения [3], приказы по основной деятельности имеют постоянный срок хранения.

Следует заметить, что согласно пояснениям, приведенным в Перечне, срок хранения документов «постоянно» в организациях, не являющихся источниками комплектования государственных, муниципальных архивов, не может быть менее 10 лет. При этом необходимость дальнейшего хранения определяется руководством организации. При ликвидации организаций, не являющихся источниками комплектования государственных и муниципальных архивов, документы принимаются на постоянное хранение по принципу выборки организаций и документов. Таким образом, в данных организациях документы следует хранить до их ликвидации, а дальнейшую судьбу документов будут определять архивные учреждения, куда документы будут передаваться организациями на хранение.

Вторая группа – приказы по личному составу. Приказами по личному составу оформляются трудовые отношения между работодателем и работником и регламентируемые Трудовым кодексом РФ.

В соответствии со статьей 19 «б» Перечня, большая часть приказов второй группы подлежит хранению в течении 75 лет, и лишь пять видов приказов из них должны храниться 5 лет (о дисциплинарных взысканиях, ежегодных оплачиваемых отпусках, отпусках, в связи с обучением, дежурствах, краткосрочных внутрироссийских и зарубежных командировках).

Третья группа – приказы по административно-хозяйственным вопросам. С помощью данной группы приказов решаются вопросы текущей работы предприятия, эксплуатации технического оснащения зданий и помещений, снабжения, транспортного обслуживания и т.д.

Срок составления этих приказов составляет 5 лет.

Согласно подпункту 3.5.5 Основных правил работы архивов организаций, распорядительные документы группируются в дела по видам и хронологии с относящимися к ним приложениями. При этом, следует учитывать:

- приказы по основной деятельности группируются отдельно от приказов по личному составу;
- приказы по личному составу группируются в дела в соответствии с установленными сроками их хранения.

Более того, Росархив считает целесообразным при больших объемах документов группировать в отдельные дела приказы по личному составу, касающиеся различных сторон деятельности организации (прием на работу, увольнение, переводы и перемещения, командировки и др.) [5, с. 37–39].

Если в организации кроме приказов издаются распоряжения и указания, то они должны группироваться в отдельные дела, и, соответственно, регистрироваться в отдельных журналах.

Решение о способах индексации приказов организация принимает самостоятельно.

Чаще всего к номерам приказов по личному составу со сроком хранения 75 лет добавляют индекс «л/с», с 5-летним сроком – индекс «к». Тем не менее, всем приказам по личному составу можно присваивать также единый индекс, например: «к», либо индексировать отдельные разновидности приказов, например: о приеме на работу – «пр», об увольнении – «ув»; о привлечении к работе в выходные и нерабочие праздничные дни – «вд» и т.д.

Если организация сочтет нужным, можно индексировать и приказы по основной деятельности, напр.: об утверждении штатного расписания и внесении в него изменения – «шр»; об оказании материальной помощи работникам – «мп» и т.д.

Как правило, дела с документами по личному составу формируются в кадровой службе, а бухгалтерские документы – в бухгалтерии. И, поскольку документы по личному составу создаются в кадровой службе, логично регистрировать их именно в кадровой службе, а в канцелярии – приказы по основной деятельности, и, возможно, приказы по административно-хозяйственным вопросам, если

их регистрация не поручена другому подразделению. В организациях, где есть и кадровая и делопроизводственная службы, осуществляется, в основном, именно такая практика.

Таким образом, формирование дел с распорядительными документами требует соблюдения особых правил, связанных с их учетом, систематизацией и хранением. Для четкого выполнения работ, связанных с подготовкой и оформлением распорядительных документов, следует прописать в инструкции по делопроизводству конкретной организации или другом локальном нормативном акте процедуру прохождения проектов приказов по основной деятельности и по личному составу, место и порядок их регистрации, место хранения подлинников приказов, порядок рассылки копий приказов и другие вопросы.

Список литературы

1. ГОСТ Р 7.0.8-2013 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 17.10.2013 N 1185-ст) [электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163800/ (дата обращения: 22.11.2017).
2. Основные Правила работы архивов организаций (одобрены решением Коллегии Росархива от 06.02.2002) [электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40984/ (дата обращения: 22.11.2017).
3. Приказ Минкультуры России от 25.08.2010 N 558 (ред. от 16.02.2016) «Об утверждении «Перечня типовых управленческих архивных документов, образующихся в процессе деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и организаций, с указанием сроков хранения» (зарегистрировано в Минюсте России 08.09.2010 N 18380) [электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_104953/ (дата обращения: 15.11.2017).
4. Басаков М.И., Замыцкова О.И. Делопроизводство (документационное обеспечение управления). М.: Феникс, 2017. 344 с.
5. Журавлева М.В. Систематизация распорядительных документов // Секретарь-референт. 2015. № 1. С. 37–40.
6. Кошелева Е.А. Формирование дел в организации и их текущее хранение // Секретарь-референт. 2011. № 8. С. 57–60.

УДК 35

Л.Р. Ахтямова

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент А.В. Савельева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ОФОРМЛЕНИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТА НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ГОТОВОГО ЖИЛЬЯ В ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ»

Аннотация. В статье представлен перечень документов, предоставляемых в банк для оформления кредита на приобретение жилья. Даются некоторые рекомендации по оформлению документов и процедуре подачи заявки.

Ключевые слова: ипотечный кредит; документы; банк.

Для подачи заявки на жилищный кредит в ПАО «Сбербанк» молодой семье необходимо представить следующие документы в отделение ПАО «Сбербанк»: анкета; паспорта главного заемщика и всех предполагаемых созаемщиков [1]; один дополнительный документ, подтверждающий личность (только в том случае, если заемщик получает зарплату на счет в Сбербанке, иначе – не требуется); свидетельства о браке и о рождении ребенка (на каждого из детей); справки и выписки, подтверждающие доход и платежеспособность заемщика, а именно: справка 2-НДФЛ (за 6 месяцев) и копия трудовой книжки (всех страниц) [2]; документы на жилую недвижимость (можно предоставить позже); выписка с банковского счета, жилищный сертификат или сертификат на материнский капитал.

Рассмотрим более подробно каждый документ.

Итак, одним из основных документов является заявление-анкета на приобретение жилищного кредита. Ее заполняет титульный заемщик. Семья заранее должна решить, кто из супругов будет основным заемщиком, а кто созаемщиком.

В самом первом пункте заемщик предоставляет персональные данные, а именно указывает фамилию, имя, отчество. Затем дату своего рождения, пол и номер ИНН (при наличии).

Следующий пункт «Паспортные данные». Здесь внимательно заполняются серия и номер паспорта, дата выдачи документа, код подразделения и каким органом (отделом) паспорт был выдан. Если есть действующий загранпаспорт необходимо поставить отметку в специальной строке.

Также существует пункт об изменении фамилии, имени или отчества (если они когда-либо изменялись). В случае изменения необходимо указать дату изменения и предыдущую (ее) фамилию, имя, отчество. Обязательно отмечается причина смены сведений (вступление в брак или иное).

В пункте контактная информация определяются: мобильный телефон, домашний телефон (при наличии) по адресу проживания, домашний телефон по адресу регистрации (при наличии), рабочий телефон (при наличии), e-mail (при желании заявителя).

В строке «Образование» необходимо поставить соответствующую отметку.

В анкете обязательно указывается адрес постоянной/временной регистрации (адрес временной регистрации указывается при отсутствии постоянной), также адрес фактического проживания (если он отличается от адреса, заполненного ранее).

В следующем пункте заполняются данные о родственниках. В первую очередь необходимо указать супруга/супругу, затем детей (если есть), родителей и родных братьев/сестер. В этом пункте пишут фамилию, имя, отчество родственника, ставят отметку о степени родства, прописывают дату рождения. Если кто-то находится на иждивении (у заявителя), то в строке, где определены родственники, необходимо поставить отметку [1].

Далее следует подробно заполнить сведения об основном месте работы. В данном пункте должны быть прописаны: наименование организации, ИНН организации, должность заемщика, категория занимаемой должности, приблизительное количество работников в организации, срок работы (в этой организации), общий трудовой стаж за последние 5 лет, вид деятельности организации.

В ежемесячных доходах/расходах должны быть отражены: подтвержденные доходы; дополнительные доходы (доходы, не отраженные в предоставленных документах); расходы, носящие периодический характер (алименты, плата за образование, арендные платежи, выплаты по исполнительным документам, страховые выплаты и т.п.); доход семьи (средний доход семьи с учетом доходов супруга/супруга, проживающей вместе с заемщиком) [2].

В разделе «Сведения об имуществе» при наличии собственного имущества указывается вид недвижимости, год приобретения, площадь, регион местонахождения, рыночная стоимость на настоящий момент времени (по мнению главного заявителя). При наличии транспортных средств необходимо заполнить необходимый пункт и внести данные о виде транспортного средства, регистрационный номер, марку, рыночную стоимость (по собственному мнению), год приобретения.

Далее следуют сведения о запрашиваемом кредитном продукте. Указывается запрашиваемая сумма и желаемый срок (количество месяцев), затем необходимо выбрать один вариант жилищного кредита, цель кредитования, предполагаемые параметры объекта недвижимости, название акции (при кредитовании в рамках акционных предложений), отметить специальные условия (отсутствуют, молодая семья и т.д.).

Также необходимо оформить согласие на передачу в ПАО «Сбербанк» всех персональных данных, указанных в заявлении-анкете, параметров одобрения кредита, статусов рассмотрения кредитной заявки, данных о принятии положительного/отрицательного решения по кредитной заявке с целью создания личного кабинета Клиента ООО «Центр недвижимости от Сбербанка» и дальнейшего сопровождения кредита.

В конце заявления-анкеты проставляется дата и время передачи заполненной анкеты специалисту по ипотечному кредитованию в ПАО «Сбербанк», подпись заявителя, ФИО работника банка, принявшего анкету.

С паспортов снимаются копии всех листов, и на каждом из них сотрудник банка ставит печать с подписью о заверении. Также копии снимаются со свидетельств о рождении детей и заверяются.

Следующий документ, который необходимо предоставить – трудовая книжка заемщика. Снимается копия всех заполненных листов и заверяется кадровой службой по месту работы.

Заемщик также предоставляет страховое свидетельство государственного пенсионного страхования, при необходимости банк может запросить страховые свидетельства государственного пенсионного страхования всех членов семьи. С них также снимается копия сотрудником, заверяются печатью.

Таким образом, перечень документов, необходимый для оформления ипотечного кредита достаточно обширен. Следует обратить внимание, чтобы во всех документах, которые оформляются, были правильно записаны фамилия, имя, отчество, паспортные данные. Ошибка даже в одной букве создает множество проблем с дальнейшим оформлением и увеличивает сроки оформления ипотечного кредитования.

Заявку на получение ипотечного кредита в ПАО Сбербанк рассматривают от трёх до четырнадцати рабочих дней. Следует отметить, что решение принимает головной офис Сбербанка России в Москве, а не офис банка по месту жительства. После того, как заявление будет зарегистрировано и представители ПАО Сбербанк проверят все сведения и данные, представленные в документах, гражданину отправляют SMS. Если же по каким-либо причинам сообщение не было отправлено, с заемщиком связывается сотрудник банка, который принимал пакет документов, и сообщает, что заявка на получение ипотечного кредита была одобрена, либо отклонена.

Также существует «заявка на ипотеку онлайн». Эту услугу «Сбербанк России» ввел в 2009 году, предоставив своим клиентам возможность избежать потери времени и, конечно же, нервов. Сначала она была доступна только на сайте этого кредитного учреждения, но теперь возможность воспользоваться Сбербанк онлайн ипотекой вам может предоставить, например, IQ-кредит.ру. Для этого нужно заполнить предлагаемую форму заявки на ипотеку онлайн Сбербанк. Информация послужит основой для оценки платёжеспособности. После получения онлайн-заявки на получение жилищного кредита, решение о его выдаче специалистами банка будет принято в течение нескольких дней. Если имеется достаточный уровень доходов и у вас не испорченная кредитная история, оно, как правило, бывает положительным. После встречи с кредитным менеджером и предоставления ему необходимых документов, их проверки и подписания кредитного договора, можно воспользоваться кредитом для приобретения жилья.

Прежде чем подавать заявку на выдачу ипотечного кредита, необходимо внимательно изучить условия предоставления кредита, примерно посчитать сумму переплаты и ежемесячных платежей. На официальном сайте «Сбербанк России» представлен ипотечный калькулятор, который позволяет рассчитать примерную сумму платежей по кредитному договору. При этом увидеть график погашения своего ипотечного займа можно при указании трех видов расчета: это расчет по доходу, ежемесячному платежу и сумме кредита [1].

Независимо от того, какой вид ипотеки будет выбран, в калькулятор с целью построения графика гашения кредита будет вводиться валюта займа, продолжительность срока кредитования, а также сумма первоначального взноса. Ипотечный калькулятор онлайн Сбербанк – это хорошо продуманная и качественная программа, предназначенная для расчета жилищного кредита. Всего за несколько минут можно получить максимально полные сведения об оформляемом займе: узнать конечную сумму своего кредита, платеж за месяц, размеры переплаты и т.д. Результаты сделанного анализа будут представлены в графической форме и понятной электронной таблице платежей.

Список литературы

1. Официальный сайт ПАО Сбербанк России. URL: <http://www.sberbank.ru/ru/person/credits/home> (дата обращения: 20.12.2016).
2. Федеральный закон от 16.07.1998 № 102-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «Об ипотеке (залоге недвижимости)». URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=200063#0> (дата обращения: 20.12.2016).

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОКУМЕНТАЦИОННОМ СОПРОВОЖДЕНИИ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ В ХМАО-ЮГРЕ

Аннотация. В статье исследуется вопрос массовой кадастровой оценки городских земель, выделяются методические рекомендации по созданию и освоению системы информационного обеспечения градостроительной деятельности, направленной на принципы государственного строительства и предпринимательства. Предлагается анализ автоматизированной системы обеспечения градостроительной деятельности (АИСОГД).

Ключевые слова: автоматизация; информационные системы; градостроительная документация; электронный документ; архитектура; программные средства; генеральный план.

Градостроительной документацией определяются не только условия благоприятного проживания населения, но и решаются вопросы, связанные с нарушением частных интересов, определением границ земельных участков, возможным изменением функциональных зон, организацией улично-дорожной сети и размещением отдельных сооружений на территориях общего пользования, и другие подобные вопросы.

Градостроительная документация требует полной систематизации, учета и хранения. Создание и ведение информационных систем обеспечения градостроительной деятельности (далее – ИСОГД) предусмотрено такими статьями как №56, 57 Градостроительного кодекса Российской Федерации, их целью является обеспечение органов государственной власти, органов местного самоуправления, физических и юридических лиц достоверными сведениями, необходимыми для осуществления градостроительной, инвестиционной и иной хозяйственной деятельности, проведения землеустройства [4].

Учитывая требования Президента Российской Федерации о максимальном приложении усилий в направлении внедрения электронного правительства, город необходимо обеспечить единым информационным пространством путем создания геоинформационного веб-портала, позволяющего агрегировать, консолидировать и представлять пространственные данные (сведения о текущем и планируемом состоянии территории, градостроительной документации и другую информацию) на территорию города структурными подразделениями администрации города и иным заинтересованным государственным и муниципальным службам.

На данный момент существует несколько основных подходов к трактовке термина ИСОГД:

- Юридический подход. Информационная система обеспечения градостроительной деятельности (ИСОГД) понимается как система, определенная «новым» Градостроительным кодексом, т.е. система, которую ведут только городские округа и муниципальные районы. В объеме учитываемых в системе сведений не более чем предписано Кодексом, с исполнением минимального набора функций по ведению системы.

- Смысловой подход. Под ИСОГД может подразумеваться любая информационная система, в которой участвует кто-либо из участников градостроительной деятельности и которая предоставляет участникам градостроительной деятельности необходимую информацию.

В узком понимании, ИСОГД – система, содержащая сведения о градостроительных документах, то есть «картотека», в которой хранятся такие сведения. Такие картотеки-системы, предназначенные исключительно для обеспечения учёта и регистрации градостроительной документации, называют «ИСОГД-363». Подобные системы могут быть реализованы в виде автоматизированных информационных систем или информационных систем, ведущихся с использованием бумажных книг учёта и регистрации сведений.

В широком понимании ИСОГД – система систем (метасистема), которая обеспечивает информационную поддержку множества разнообразных документационных процессов жизнеобеспечения и развития города [5].

Таким образом, общедоступная автоматизированная ИСОГД должна стать:

Во-первых, единым источником комплексной информации о территории – о возможностях и рисках ее освоения и развития, текущем состоянии и утвержденных в отношении нее планов.

Во-вторых, в электронный вид должны быть полностью переведены процессы предоставления государственных и муниципальных услуг в сфере градостроительства и земельно-имущественных отношений. Однако слово «полностью» означает не прием заявлений с обозначенным числом и временем личного визита для подачи документации и информированием о статусе согласования и готовности услуги на едином портале госуслуг. Однако лучше всего на данный момент реализовать другой подход:

- превосходство электронного документа над бумажным носителем данных, отказ от бумажных заявок, согласований и документов;
- отказ от формальных бумажных межведомственных запросов, в рамках единого бизнес-процесса предоставления услуги будет происходить в электронном виде;
- в разрезах: специалиста, отдела, услуги, административной процедуры, будет происходить создание инструментов, позволяющих анализировать статистическую информацию о ходе предоставления услуг.

Две эти задачи решаются на уровне регионов и отдельных муниципалитетов, в проектах по внедрению информационных систем. Доступ к комплексной и актуальной информации позволяет предвидеть риски и находить лучшие варианты, а также значительно сократить число ошибочных решений [2].

Необходимо осуществить мероприятия по регистрации ИСОГД в федеральном реестре информационных систем, подключению к региональной системе межведомственного взаимодействия (далее – РСМЭВ), усовершенствованию ИСОГД для соответствия требованиям законодательства по информационной безопасности муниципальных систем и применению электронной цифровой подписи, создать и зарегистрировать в РСМЭВ сервисы по предоставлению муниципальных услуг в электронном виде, реализовать возможность получения сведений через портал услуг Росреестра.

Комплекс запланированных мероприятий по созданию и ведению автоматизированной информационной системы обеспечения градостроительной деятельности (далее – АИСОГД) позволит функционирующей системе соответствовать требованиям законодательства по информационной безопасности и по защите данных, даст возможность управлению архитектуры и градостроительства администрации города усовершенствовать предоставление муниципальных услуг, оказываемых организациям и гражданам, а также органам государственной власти и органам местного самоуправления [3].

Исходя из всего перечисленного, автоматизированная ИСОГД предназначена для:

- автоматизации ведения ИСОГД как архива градостроительной документации в виде, определенном действующим законодательством;
- комплексной автоматизации технологических процессов муниципального органа архитектуры и градостроительства в области градостроительной деятельности [1].

АИСОГД в целом обеспечивает решение следующих основных задач.

1. Хранение информации ИСОГД в базе данных SQL-сервера и в папках с общим доступом. Управление правами пользователей на доступ к информации.
2. Ведение справочников и классификаторов.
3. Ведение реестров объектов и субъектов ГД. Установление отношений между объектами и субъектами ГД.
4. Ведение реестра документов. Управление структурой папок и списком категорий для хранения и представления документов. Хранение и отображение электронных образов документов.
5. Управление связями между объектами, субъектами ГД и документами.
6. Поиск и отображение учетных данных.
7. Редактирование картографической информации ИСОГД (базовых и тематических слоев, пространственных данных об объектах ГД). Подготовка карт для просмотра и печати.
8. Переход от просмотра учетных данных объекта ГД к просмотру и редактированию пространственных данных и обратно.
9. Обеспечение единой многопользовательской среды для работы с документами.

10. Управление работами по подготовке и выдаче информации о градостроительной деятельности.

11. Формирование выходных форм документов (в т.ч. тех, что содержат картографическую информацию). Подготовка статистических отчетов и списков.

Для решения этих и других задач АИСОГД располагает такими программными средствами как система электронного документооборота (СЭДО) DocsVision и геоинформационная система (ГИС) MapInfo Professional [1].

Автоматизированная ИСОГД построена по технологии «клиент-сервер» на основе современного программного обеспечения, допускающего его адаптацию и модернизацию с целью расширения функциональных возможностей и повышения надежности системы, а также для учёта специфики деятельности муниципального органа архитектуры и градостроительства. Основными частями программного обеспечения АИСОГД являются:

1. система электронного документооборота DocsVision 4.1;
2. геоинформационная система MapInfo Professional 9.0.

Функционально Автоматизированная ИСОГД реализована как набор следующих подсистем:

1. Интегрированное хранилище данных.
2. Подсистема «Справочники и классификаторы».
3. Подсистема «Учет объектов ГД».
4. Подсистема «Учет субъектов ГД».
5. Подсистема «Управление документами».
6. Геоинформационная подсистема.
7. Подсистема «Управление работами».

Подсистема «Анализ и статистика».

Автоматизированная ИСОГД построена по технологии «клиент-сервер». Прикладное программное обеспечение ИСОГД состоит из двух частей: серверной и клиентской.

Состав серверного программного обеспечения:

1. сервер системы электронного документооборота DocsVision 4.1;
2. серверные компоненты геоинформационной системы MapInfo MapXtreme;
3. серверные компоненты АИСОГД.

Состав программного обеспечения на стороне клиента:

1. клиент системы электронного документооборота DocsVision «Навигатор»;
2. геоинформационная система MapInfo Professional 9.0;
3. клиентские компоненты АИСОГД.

Подсистемы АИСОГД реализуют функции, совместное использование которых даёт возможность решить задачи, стоящие перед системой в целом. Все подсистемы АИСОГД тесно связаны между собой, поскольку реализуют различные функции по обработке информации о градостроительной деятельности, хранящейся в одном и том же интегрированном хранилище данных [6].

По характеру реализуемых функций среди основных подсистем можно выделить отдельно подсистемы, составляющие систему электронного документооборота. К таким подсистемам относятся: «Справочники и классификаторы», «Управление документами», «Учет объектов ГД», «Учет субъектов ГД». С работой СЭДО также тесно связаны функции подсистемы «Управление работами».

Решение перечисленных задач позволит придать планомерный характер процессу развития территории в рамках реализации генерального плана города Нижневартовска, повысить градостроительную дисциплину и ответственность инвестора-застройщика в обеспечении комплексной застройки новых кварталов и застроенных территорий с преобладанием ветхой и аварийной застройки, прозрачность процедур землепользования и застройки, создать благоприятные условия для инвестиций в строительство, увеличения объемов строительства, в том числе строительства жилья, социальных объектов и объектов инженерной инфраструктуры [3].

Список литературы

1. НВЦ Интеграционные Технологии. URL: <http://isogd.pro/products/product/show/42.htm> (дата обращения: 21.11.17).
2. УРАЛ Регион. URL: <http://www.ural-region.net/444322> (дата обращения: 21.11.17).
3. Информационный портал Ханты-Мансийского автономного округа. URL: <http://khanty.regnews.org/doc/bq/bw.htm> (дата обращения: 23.11.17).
4. Содружество земельных юристов. URL: <http://zem-advokat.ru/> (дата обращения: 23.11.17).

5. Новикова Р.П. электронное правительство и проблемы построения автоматизированной информационной системы обеспечения градостроительной деятельности (ИСОГД) // Архитектон: известия вузов. 2010. № 30. URL: http://archvuz.ru/2010_22/69 (дата обращения: 21.11.17).

6. Автоматизированные информационные системы обеспечения градостроительной деятельности (АИСОГД) / ООО «Интернет-Фрегат». URL: <http://www.ifrigate.ru/press-reliz.html?id=47> (дата обращения: 22.11.17).

УДК 35.077.1

В.С. Белоусова

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент М.В. Угрюмова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются этапы становления и развития бухгалтерского делопроизводства, основных типов и видов бухгалтерских документов в России и за рубежом. В отдельности представлены особенности этапов появления и развития бухгалтерского делопроизводства в России и США, особое внимание уделено рассмотрению причин развития бухгалтерской документации.

Ключевые слова: документирование; бухгалтерский документ; бухгалтерская деятельность; делопроизводство.

К бухгалтерским документам относятся документы, фиксирующие право и факт свершения какой-либо финансовой, хозяйственной деятельности. Как правило, большинство таких документов составляется на основе установленных форм, которые устанавливаются контролирующими и учётными органами, правилами деятельности конкретного банка.

Исследование «эволюции» бухгалтерских документов, выявление факторов, определяющих изменения в видовом составе документов, в их формах, генезиса складывания документных систем на основе развития и дифференциации бухгалтерских функций позволяет понять закономерности и направления развития всего бухгалтерского делопроизводства, учитывать исторический опыт при совершенствовании современных систем документации в бухгалтерском деле.

Само слово «бухгалтерия» возникло в конце средневековья от немецкого слова «Buchhalter», где «Buch» – книга, «Halter» – держатель», в современном понимании – это специалист по бухгалтерскому учёту. Безусловно, что история учётного счетоводства была и ранее, развиваясь в определённых территориях и государствах со своими особенностями.

Обращаясь к отечественному бухгалтерскому делу, возможно выделить основные этапы возникновения и развития документов, связанных со счетоводством и учётом:

- 1) Период феодальной раздробленности (XI–XV вв.);
- 2) Приказное делопроизводство (XVI–XVII вв.);
- 3) Коллежское делопроизводство XVIII в.;
- 4) Министерское делопроизводство (XIX – начала XX вв.);
- 5) Советское делопроизводство (1920–1990-е гг.);
- 6) Современное делопроизводство.

Каждый из этапов включает в себя множество различных особенностей, обуславливаемых историческими рамками. Так, например, в период феодальной раздробленности бухгалтерское делопроизводство фиксировалось на бересте, а позднее на пергаменте. Документировались процедуры, связанные с купчими грамотами на землю и иное имущество; кабалы заемные, закладные, служилые на заем денег, движимого и недвижимого имущества; полные грамоты на продажу в рабство; грамоты при отпуске на свободу и др. Договора 911, 945 гг. свидетельствуют об определенных правилах, существовавших уже в то время.

Материальными носителями учётной бухгалтерской информации были берестяные грамоты (аналог бухгалтерских ведомостей), бирки («жерёбья»), деревянные доски и церы (аналог бухгалтерских карточек), пломбы-цилиндры. Пергаментные документы были связаны с государственными, церковными, завещательными операциями, позже с налоговыми переписями. Берестяные грамоты были универсальным материалом для учетных документов; написаны в технике процарапывания, стилем «граффити». Они стали исчезать с XIV в. в связи с использованием бумаги, гусяного пера и беглого курсивного письма. Но как реликт береста применялась до XIX в. Стилеты для письма изготавливались из дерева и металла, сюжеты их длительное время были языческими. Бирки содержали имена, зарубки на ребрах и дублирующий зарубки текст.

Во времена приказного делопроизводства (XVI–XVII вв.) все документы пишутся сплошным текстом, набор реквизитов не регламентируется законом, но есть устная традиция. Ведением бухгалтерского делопроизводства занимались больше системы государственных и церковных органов, сформировавшиеся к тому периоду.

Архивные исследования подтверждают, что учетные записи велись в монастырях, в отдельных феодальных хозяйствах, в государственных органах управления – приказах. Основными учетными регистрами, использовавшимися в то время, были приходные и расходные книги, в которых отражалось движение денег и материальных ценностей (сырья для производства, продуктов питания, дров и угля для отопления, строительных материалов, готовой продукции и др.) [1, с. 42–49]. Такие книги в исторической литературе получили наименование «хозяйственных». Записи в них, как правило, выполняли лица, ответственные за ведение хозяйственной деятельности: монахи келари, управляющие имениями и предприятиями, купцы, подьячие.

В рамках периода, связанного с коллежским делопроизводством XVIII в., выросла роль внутренней бухгалтерской документации. В XVIII в. в России началась профессионализация учетной деятельности, появились первые документы, регулирующие бухгалтерский учет, было положено начало применению специальной бухгалтерской терминологии (дебет, кредит, бухгалтер, баланс, счет и др.) [2, с. 14]. Основной причиной этого развития послужили административные и экономические реформы Петра I, продиктованные желанием сократить отставание в социально-экономическом развитии России от ведущих европейских держав.

Особое значение для развития документов, связанных с бухгалтерским учётом в России имеет «Регламент о управлении Адмиралтейства и Верфи», утверждённый указом от 05 апреля 1722 г. В нем впервые был введен термин «счетные книги», установлены их формы и закреплена обязанность ведения книг должностными лицами Адмиралтейства [2, с. 16].

В первой половине XIX века труды четырёх выдающихся русских бухгалтеров (К.И. Арнольд, И. Ахматов, Э.А. Мудров и И.С. Вавилов) становятся основой русской школы бухгалтерского учёта и распространения форм бухгалтерских документов.

Министерское делопроизводство (XIX – начало XX вв.) также имело своё особенно важное значение для развития системы отечественных бухгалтерских документов. Подготовка проекта документа начиналась в одном из столов, затем он последовательно передавался в отделение, департамент, министру, подвергаясь на каждом этапе корректировке. С развитием земского самоуправления в России особое место заняла земская бухгалтерия, способствовавшая выделению бухгалтерских документов в особые видовые группы [3, с. 46, 149, 151; 4, с. 76–77].

Во времена советского делопроизводства (1920–1990 гг.) становление советского государственного аппарата сопровождалось поисками новых, соответствующих времени форм делопроизводства, в том числе, и в бухгалтерском деле. В довоенный период в СССР были распространены различные варианты карточных форм бухгалтерских документов, дававшие возможность совмещать записи в карточках с выпиской первичных документов или регистрацией в журналах. Такое применение бухгалтерских документов – карточек, связанное с употреблением специальных аппаратов, облегчающих копирование, получило название копиручёта. Также были распространены бухгалтерские документы мемориально-ордерной формы, при которой широко применялись накопительные ведомости. В послевоенные годы на формирование бухгалтерских документов повлияли счётно-перфорационные машины (таблично-перфокарточные, журнально-ордерные и таблично-матричные). Журнально-ордерная форма бухгалтерских документов повлияла на систему бухгалтерского учёта во многих социалистических странах (Чехословакия, Польша, Румыния и др.).

С начала 90-х годов XX в. бухгалтерский учёт стал особенно популярным видом деятельности. Бухгалтерские документы становятся основными и объёмными в тысячах фирм и организаций новой России. Вне зависимости от численности предприятия и его документооборота выделяются самые различные группы бухгалтерских документов: ревизионные, кассовые, учётные, балансовые и прочие.

В настоящее время регламентация документирования, организации и технологии документационного обеспечения бухгалтерского дела ведётся в нескольких направлениях: законодательное регулирование, стандартизация, разработка нормативных и нормативно-методических документов общегосударственного назначения [2].

В последние годы бухгалтерское программное обеспечение полностью видоизменило документирование бухгалтерского дела, привело бухгалтерские документы в электронный мир с функциями, немислимыми для бухгалтеров всего лишь поколение назад.

Список литературы

1. Малькова Т.Н. Русская берестяная бухгалтерия // Клио. 2011. № 4. С. 42–49.
2. Родина Л.Н., Пархоменко Л.В. Этапы развития бухгалтерского учета: учебное пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.
3. Угрюмова М.В. Документальное наследие российских земств: монография. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2014. 207 с. URL: http://nvsu.ru/ru/Intellekt/1357/1640_Ugryumova%20M.V.%20Dokumentalnoe%20nasledie%20rossiyskih%20zemstv%20-%20monografiya%20-%202014.pdf
4. Угрюмова М.В. Система отчётной документации в деятельности земских органов самоуправления второй половины XIX – начала XX веков // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы II Всероссийской научно-практической конференции (Нижневартовск, 7–8 февраля 2013). Часть 3. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. гуманитар. ун-та, 2013. С. 76–77. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22405578>

УДК 930.2

Е.Н. Бугаева

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент М.В. Угрюмова
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ПОЯВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПАСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ В ПЕРИОД XVII–XIX ВЕКОВ

Аннотация. В статье раскрывается понятие «личного документа». Появление и развитие паспортной системы в России в период XVII–XIX веков. Поднимаются проблемы, которые возникли в ходе становления паспортной системы в данный период времени.

Ключевые слова: документ; личный документ; персональная информация; персонифицированный документ; паспорт.

Личные документы отличаются от других видов документов, в первую очередь, тем, что они носят индивидуальный характер. Такие документы содержат персональную информацию, посредством которой можно идентифицировать владельца того или иного документа. Официального документа, регламентирующего понятие «личного документа» не существует, поэтому принято считать, что личные документы – это официальные документы, удостоверяющие личность их владельца, его права, обязанности и общественное положение, содержащие биографические и другие сведения о нем [4].

В современных условиях проблема формирования и становления документообразования в жизнедеятельности человека весьма актуальна. Одним из основных личных документов идентифицирующим личность человека является паспорт. Поэтапность появления и развития паспортной системы в период XVII–XIX вв. как документированной процедуры подтверждения личности, несмотря на глубокий интерес к личности человека, на сегодняшний день, мало изучена.

До XV века никаких достоверных фактов о выдаче документов, подтверждающих личность для передвижения внутри страны не зафиксировано.

В главе VI «Соборного положения», принятого в 1649 году, регламентирующей проездные грамоты в иные государства «О проездных грамотах в и(ы)ные государства», где впервые в отечественных исторических источниках упоминается о документе, удостоверяющем личность. Есть основания

полагать, что «Проезжая грамота», являлась заграничным паспортом, и ассоциировалась с документами, касающимися иностранных граждан или граждан, выезжающих за пределы страны. Данная глава регламентировала порядок использования документа для въезда и выезда за пределы страны. Грамоты были введены, прежде всего, по политическим соображениям. Пересечение границы без данного документа приравнивалось к государственной измене. Проводилось расследование в случае подтверждения того факта, что гражданин отправлялся в другую страну для торгового промысла, наказание было в виде порки кнутом. До того, как государь примет решение, провинившегося сажали в тюрьму. Такая система просуществовала примерно 73 года [1].

В годы правления Петра Великого молодых ученых отправляли обучаться за границу для расширения кругозора и получения опыта. Для выезда был необходим документ, удостоверяющий личность. Таким образом, в 1722 году был принят Регламент «Об управлении Адмиралтейства и верфи», который регламентировал порядок выдачи заграничных паспортов. Позже стали делать отметки о перемещениях в паспортах на границе страны. Также велась регистрация лиц, пересекающих государственную границу.

Законодательно паспортная система начинает формироваться в XVIII веке. В 1724 году крестьяне, чтобы устроиться на работу в своем уезде, должны были сначала получить «письменный отпуск», если едет в другую местность – «пропускное письмо» у своего помещика.

Паспорт становится инструментом ограничения и средством контроля за передвижением внутри страны и за границу. Создается регулярная полиция, и вместе с ней совершенствуется государственный контроль за миграционными процессами.

К XIX веку в России паспортная система становится более устойчивой. Главным принципом являлся принцип деления. Законодательство, регламентирующее учет населения и паспортный режим, стало юридической основой системы миграционного контроля Российской империи, состоящей из трех основных элементов, сложившихся в институты:

- определилось понятие «место жительства», в рамках которого с помощью различных систем учета населения устанавливалось место проживания российских и иностранных подданных;
- институт паспортов, которым устанавливался порядок отлучки с места жительства различных категорий населения страны;
- институты беглых и дезертиров, которые определяли механизмы деятельности полицейских органов по преследованию данной категории населения и санкции к нарушителям паспортного режима.

В 1803 году Александром I был издан Указ, по которому рукописные паспорта были заменены печатными с целью борьбы с использованием фальсифицированных паспортов и участвовавшими случаями бегства крестьян. Нормативно-правовым актом, регламентирующим порядок выдачи и использования паспортов, с начала и до конца века являлся Устав о паспортах и беглых.

К концу XIX века государственная система провела унификацию паспорта. Теперь бланк паспорта стали печатать, а не писать от руки, что привело к упрощению паспортной системы страны в целом.

При выявлении лиц без установленного места жительства, полиции в течение 6 месяцев необходимо было определить человека на свое место жительства. Лицам, имеющим судимость и находившимся под полицейским надзором, выдавались паспорта с отметкой о наличии судимости. Данные действия были правильными, также в отношении безопасности страны.

Подводя итог, необходимо отметить, что развитие паспортной системы в России в дореволюционный период прошло долгий и трудный путь, для того чтобы стать более усовершенствованной и унифицированной. Беря во внимание и тот факт, что территория России огромна, наличие паспорта и прописки служили необходимым средством в процессе отслеживания передвижений населения.

Список литературы

1. Лучинин А.В. Паспортная система дореволюционной России (Исторический обзор) // Вестник Уральского института экономики, управления и права. 2009. №3. С. 78–81.
2. Маньков А.Г. Уложение 1649 года. Кодекс феодального права России. Л., 1980. С. 108.
3. Научная электронная библиотека ГПНТБ России. Регламент о управлении Адмиралтейства и верфи и о должностях коллегии адмиралтейской и прочих всех чинов при Адмиралтействе обретающихся. СПб., 1722. URL: <http://gpntb.dlibrary.org> (дата обращения: 12.09.2017).
4. Непогода А.В. Делопроизводство компании. URL: <http://www.telenir.net/> (дата обращения: 12.09.2017).
5. Полное собрание законов Российской Империи (ПСЗ). Собр. 1. Т. 2–4.

6. Хоботов А.Н. Организационные и правовые основы развития паспортной системы в СССР (1917–1980 гг.): автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 1992.

УДК 651.54

Н.А. Веснина

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент Л.А. Якубова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ТАЙНЫ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблематике документирования сведений, составляющих государственную тайну в Российской Федерации. Рассматриваются виды грифов секретности и ограничения доступа к документам.

Ключевые слова: государственная тайна; документирование; государственные учреждения; грифы секретности.

Организация работы с документами, отнесёнными к государственной тайне, прописана в Законе Российской Федерации «О государственной тайне» [5]. Статья 12 Закона содержит описание реквизитов носителей сведений, составляющих государственную тайну. Под грифом секретности понимаются совокупность реквизитов, которые свидетельствуют о степени секретности сведений. Данные реквизиты проставляются на самом носителе и/или в сопроводительной документации.

Реквизиты включают следующие данные:

- о регистрационном номере;
- об органе государственной власти, об организации, об учреждении, предприятии, осуществивших засекречивание носителя;
- о дате события, после наступления которого, сведения будут рассекречены или об условиях рассекречивания данных сведений;
- о степени секретности содержащихся в носителе сведений.

В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации или по распоряжению органов государственного управления документам, содержащим сведения государственной тайны, а также подлежащим охране в зависимости от степени их секретности устанавливаются грифы секретности [1, с. 34–37].

В данном Законе установлены степени секретности документов:

- особой важности;
- совершенно секретно;
- секретно.

Перечисленные грифы секретности накладываются на носитель информации о государственной тайне.

Гриф «Особой важности» означает наивысшую степень секретности и присваивается строго ограниченной группе документов. Раскрытие содержания информации с таким грифом секретности таит в себе чрезвычайную опасность для страны и может нанести значительный ущерб интересам государства. По этой причине документы, имеющие гриф «Особой важности», подлежат особой защите от разглашения.

Гриф «Совершенно секретно» распространяется на группу тех документов, которые в первую очередь содержат сведения государственной тайны. Важность сохранения в строгой тайне совершенно секретной информации вполне очевидна. Порядок обращения с данной информацией должен быть строго регламентирован.

Гриф «секретно» к данной категории секретности, относятся все иные сведения из числа сведений, составляющих государственную тайну.

Порядок отнесения документов к различным степеням секретности в первую очередь регламентируется Постановлением Правительства Российской Федерации от 4 сентября 1995 г. № 870 «Об утверждении правил отнесения сведений, составляющих государственную тайну, к различным степеням секретности» а также указом Президента Российской Федерации от 30 ноября 1995 г. № 1203 «Об утверждении перечня сведений, отнесенных к государственной тайне» [12].

В данном указе установлен Перечень сведений, отнесённый к государственной тайне. Засекречивание сведений, составляющих государственную тайну, означает установление ограничений на их распространение с момента получения (разработки) или заблаговременно. Порядок засекречивания и обращения с грифами определяется перечнями сведений подлежащих засекречиванию и нормативными актами в области секретного делопроизводства, а также обоснованностью и своевременностью.

Утверждение и внесение сведений в перечень в соответствии с законодательством возложено на соответствующих должностных лиц. При составлении данного перечня необходимо учитывать все области производства на основании Закона РФ «О государственной тайне». Степень секретности документов определяется на основании Перечня сведений подлежащих засекречиванию [2, с. 223]. В них содержатся сведения, классифицированные по направлениям деятельности. Доступ к данному комплексу документов осуществляется в строгом соответствии с законодательством Российской Федерации и нормативными актами в этой области. Срок засекречивания сведений, составляющих государственную тайну, не должен превышать 30 лет [5].

Исключение составляют документы, которые по решению Межведомственной комиссии по защите государственной тайны продлевают время засекречивания этих сведений. Документы рассекречиваются не позднее сроков, установленных при их засекречивании. До истечения этих сроков документы подлежат рассекречиванию, если изменены положения действующего в данной организации перечня, на основании которых они были засекречены.

Работа по снижению грифа секретности или рассекречиванию осуществляется специальными комиссиями из компетентных лиц назначенными руководителями. Комиссии составляют акты, в которых подробно излагают мотивы рассекречивания или снижения грифа секретности. Руководители имеют право изменять гриф секретности, засекречивать или рассекречивать документы, составленные или разработанные в данной организации. Уничтожение секретных документов производится в строгом соответствии с нормативно правовыми актами секретного делопроизводства, а также перечня документов со сроками их хранения. Степень секретности документов, в первую очередь соответствует степени тяжести ущерба вследствие распространения информации, содержащейся в данных документах [4, с. 34–36].

В ст. 5 закона РФ «О государственной тайне» описываются сведения, составляющие государственную тайну. К ним в первую очередь относятся сведения:

- военной области;
- внешней политики и экономики;
- науки и техники;
- контрразведывательной, разведывательной и оперативно-розыскной деятельности;
- в области обеспечения безопасности лиц, в отношении которых принято решение о применении мер государственной защиты.

Следует отметить, что когда решается вопрос отнесения сведений, должностные лица, которые наделены правом допуска, должны в первую очередь учитывать то, что определенные сведения не могут являться государственной тайной [8, с. 55–63]. В данном законе в ст. 7. содержатся те сведения, которые не относятся к государственной тайне. Данные сведения в первую очередь включают в себя:

- стихийные бедствия и их официальные прогнозы о последствиях;
- состояние экологии, здравоохранения, санитарии, демографии, образования, культуры, сельского хозяйства, а также о состоянии преступности;
- привилегии, компенсации и льготы, которые предоставляет государство;
- факты нарушения прав и свобод человека;
- размер золотого запаса и государственных валютных резервах;
- состояние здоровья высших должностных лиц Российской Федерации;
- факты нарушения законности государственных органов и их должностных лиц.

С целью сохранения государственной тайны необходимо непрерывное совершенствование порядка определения грифа секретности документов. Установление грифа секретности документов

имеет большое государственное значение, так как от этого в решающей степени зависит эффективность защиты секретов. Определение степени секретности зависит от соблюдения нескольких принципов.

Принцип системного подхода к решению проблемы по строго обоснованному установлению грифа секретности документов. Основной чертой системного подхода является подход к проблеме засекречивания в целом. Завышение грифа секретности документов уменьшает возможности обмена ценной информацией между ведомствами. Кроме того, завышение грифа секретности ведёт к постоянному росту объёма секретной документации, что усложняет сохранение важных сведений. Занижение грифа секретности, несёт в себе серьёзную опасность, так как создаёт явные предпосылки для потери секретных сведений.

Принцип объективности определения степени секретности документов основывается на безусловном руководстве с требованиями Перечня сведений отнесённых к государственной тайне.

Таким образом, гриф секретности документов устанавливается в зависимости от объёма и важности содержащихся в них сведений. Также он должен соответствовать фактической степени их секретности.

Использование грифов секретности для засекречивания сведений, не отнесенных к государственной тайне, запрещено [9, с. 56]. Помимо грифа секретности на документе на носителе (либо в сопроводительном документе) должны присутствовать следующие реквизиты:

- ссылка на соответствующий пункт действующего на данном предприятии перечня сведений, подлежащих засекречиванию;
- регистрационный номер;
- ссылка на орган государственной власти или предприятия, осуществивших засекречивание носителя;
- дата или условие рассекречивания сведений (событие, после наступления которого сведения будут рассекречены).

Возможны случаи, когда на документе (или носителе государственной тайны) могут содержаться составные части с разными степенями секретности. Тогда в таком случае, данному документу присваивается гриф секретности, соответствующий тому, который присвоен части, имеющей высшую для данного носителя степень секретности сведений.

В настоящее время, представители не только государств, но и организаций, активно занимаются организацией защиты государственной тайны. Практически любая организация или государственное учреждение, вынуждено принимать участие в процессах связанных с обеспечением сохранности информации причисленной к разряду государственной тайны или информации конфиденциального характера. В этой работе им оказывают помощь органы, ведущие защиту государственной тайны. При проведении совместных работ необходимо заключить договор.

В соответствии со ст. 420. Гражданского Кодекса Российской Федерации, договором признается соглашение двух или более лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей [3]. Содержанием договора являются права и обязанности сторон, выраженные в условиях (пунктах) договора [10, с. 30–35]. При проведении совместных работ заключается договор (государственный контракт). Данный договор заключается при использовании сведений, составляющих государственную тайну согласно закону Российской Федерации «О государственной тайне» [5].

Наличие договора (государственного контракта) на проведение совместных работ, связанных с использованием сведений, составляющих государственную тайну, является обязательным условием для принятия решения Министерством, о возможности передачи сведений, составляющих государственную тайну, а также подтверждения степени секретности сведений, с которыми организация-соискатель предполагает осуществлять свою деятельность, по запросу организации-заказчика совместных работ. Запрашиваемые информацию организации, в первую очередь должны создать условия обеспечивающие защиту данной информации [4, с. 61]. Нормативными правовыми актами Российской Федерации в области защиты государственной тайны является договор (государственный контракт). Данный договор должен содержать:

- требование у организации-исполнителя лицензии на проведение работ с использованием сведений, составляющих государственную тайну соответствующей степени секретности;
- норму, устанавливающую возможность передачи сведений, только после предъявления лицензии на проведение работ с использованием таких сведений;
- взаимные обязательства сторон по обеспечению сохранности сведений, как в процессе проведения совместных работ, так и после их завершения, в том числе при досрочном расторжении договора (государственного контракта);

- порядок финансирования работ (услуг) по защите сведений, составляющих государственную тайну;
- конкретные пункты перечня сведений Министерства (органа государственной власти или организации, наделенных полномочиями по распоряжению сведениями, отнесенными к государственной тайне), под действие которых подпадают сведения, передаваемые в ходе выполнения совместных работ;
- порядок передачи и использования результатов работ;
- порядок передачи носителей сведений, составляющих государственную тайну, в случае расторжения договора (государственного контракта) и его окончания;
- порядок контроля за эффективностью защиты государственной тайны при проведении совместных работ со стороны организации-заказчика и со стороны Министерства.

Техническое задание является неотъемлемой частью договора (государственного контракта), в котором указывается:

- объем и степень секретности передаваемых сведений, необходимых для выполнения совместных работ, носители, на которых эти сведения будут передаваться;
- степень секретности исходных данных, а также сведений, используемых на каждом этапе работ;
- степень секретности сведений, ожидаемых в результате проведения работ и их носители;
- основные требования по защите сведений, составляющих государственную тайну.

Необходимо отметить, что организации, которые в свою очередь используют сведения, составляющие государственную тайну, должны проводить организационные и технические мероприятия. В целях защиты сведений, основными организационными и техническими мероприятиями является [6, с. 291]:

- лицензирование деятельности организации в области защиты информации;
- сертификация средств защиты информации безопасности и контроля эффективности их использования, а также защиты информации от несанкционированного доступа;
- создание и применение информационных и автоматических систем управления в защищенном исполнении;
- аттестация объектов информатизации в соответствии с требованиями обеспечения защиты при проведении работ, связанных с использованием сведений, составляющих государственную тайну.

На заказчика в первую очередь возлагается организация контроля за эффективностью защиты сведений, содержащихся в договоре. Заказчик вправе в случае нарушения со стороны исполнителя приостановить выполнение данного заказа, до устранения выявленных нарушений. Таким образом

В случае совершения повторных нарушений допускать:

- аннулировать данный заказ;
- привлечь виновных лиц к ответственности.

В этом случае в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации материальный ущерб взыскивается с виновного лица. Только с разрешения органа государственной власти, в распоряжении которого находятся сведения, составляющие государственную тайну, происходит их передача [7, с. 216].

Таким образом, на основании вышеизложенного можно констатировать, что вне зависимости от формы собственности любая организация имеет право на проведение работ с использованием сведений, составляющих государственную тайну. В статье 17 закона Российской Федерации «О государственной тайне» устанавливаются общие принципы передачи сведений, составляющих государственную тайну, в связи с выполнением совместных и других работ.

Список литературы

1. Альбрехт Б.В. Правила работы с документами ограниченного доступа // Кадры предприятия. 2004. № 2. С. 34–37.
2. Галахов В.В., Корнеева И.К. Делопроизводство: Образцы, документы. Организация и технология работы. М.: Проспект, 2005. С. 223.
3. Гражданский Кодекс Российской Федерации (ГК РФ) от 30.11.1994 № 51-ФЗ. Часть 1 (с изменениями на 14 ноября 2013 года). Ст. 420 п. 1. URL: <http://www.constitution.ru> (дата обращения: 26.11.2017).
4. Демушкин А.С. Документы и тайны // Отечественные архивы. 2004. № 3. С. 34–36.
5. Закон Российской Федерации от 21.07.1993 № 5485-1 «О государственной тайне» (с изменениями на 21 декабря 2013 года) // Официальная интернет-версия правовой системы Гарант. URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения: 26.11.2017).

6. Ковалева Н.Н. Информационно право России. М.: «Дашков и К», 2010. С. 291.
7. Копылов В.А. Информационное право. М.: Юрист, 2002. С. 216.
8. Кошелева Е.А. Организация хранения архивных документов // Справочник кадровика. 2005. № 2. С. 55–63.
9. Кузнецов И.И. Делопроизводство. М.: «Дашков и К», 2006. С. 56.
10. Митрофанова В.В. Изменения в Трудовом кодексе Российской Федерации: корректируем оформление приёма на работу // Справочник кадровика. 2006. № 12. С. 30–35.
11. Станскова У.М. Служебная и профессиональная тайна: определяем, сохраняем, защищаем // Справочник кадровика. 2010. № 7. С. 12–19.
12. Указ Президент Российской Федерации от 30 ноября 1995 г. № 1203 « Об утверждении перечня сведений, отнесенных к государственной тайне» (с изменениями и дополнениями на 26 сентября 2013 года). URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 26.11.2017).

УДК 651.012.7

Н.В. Воробьева

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент Л.А. Якубова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА В ДОКУМЕНТИРОВАНИИ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ФГБОУ ВО «НИЖНЕВАРТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Аннотация. В статье рассматриваются процессный подход и основные моменты документирования процессно-ориентированной системы менеджмента качества в вузе, её роль и значение в управлении вузом, задачи и цель управления этой документированной информацией.

Ключевые слова: система менеджмента качества; международная организация стандартизации; процесс; процессно-ориентированная система; процессный подход; документированная информация; документированная процедура.

Для поддержания постоянной удовлетворенности потребителя организациям, в частности, образовательным, приходится постоянно совершенствовать свою продукцию (услугу) и свои процессы.

Помимо государственной аккредитации учреждений высшего образования и образовательных программ в вузе разрабатываются и внедряются собственные программы развития, система менеджмента качества, основная задача которой заключается в профилактике некачественных образовательных услуг.

Система менеджмента качества представляет собой совокупность организационной структуры, методик, ресурсов, которые необходимы для общего руководства качеством организации [4, с. 1]. Система менеджмента качества охватывает такие вопросы, как оценивание того, как и зачем осуществляется то или иное действие, описание методов решения задач и фиксирования достигнутых результатов. Поставленные цели достигаются более эффективно, когда надлежащими ресурсами и видами деятельности руководят как процессами.

Система менеджмента качества выстраивается в виде процессно-ориентированной системы управления, которая максимально вовлекает всех работающих данной организации в бизнес-процессы. Процессный подход позволяет организации планировать свои процессы и их взаимодействие. Преимущество процессного подхода состоит в непрерывном управлении как на стыке отдельных процессов в рамках системы, так и при их комбинации и взаимодействии [1, с. 4].

Классификация документированной информации системы менеджмента качества построена на основе структуры процессов вуза, структуры внедряемого стандарта качества или их комбинации.

Разработка уровней иерархической структуры документов зависит от особенностей организации, в нашем случае особенностей высшего учебного заведения, его структуры и сферы деятельности.

В настоящем исследовании рассматривается процессная модель системы управления ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный университет». Планируя систему менеджмента качества, университет, прежде всего, определил процессы, необходимые для результативного внедрения системы менеджмента качества, их взаимодействие между собой. Так как основным процессом в вузе является учебный, то и одним из основных процессов (ОП) жизненного цикла является ОП01 «Учебный процесс», который в свою очередь состоит из подпроцессов жизненного цикла услуги:

- ОП01.01 Анализ требований потребителя;
- ОП01.02 Проектирование и разработка образовательных программ;
- ОП01.03 Профориентационная работа;
- ОП01.04 Прием;
- ОП01.05 Планирование и обеспечение учебного процесса;
- ОП01.06 Реализация образовательных программ и государственная итоговая аттестация

(ГИА);

- ОП01.07 Содействие трудоустройству выпускников;
- ОП01.08 Анализ удовлетворенности потребителя.

Качественный продукт или услуга может быть получена только в результате качественных процессов; они являются продуктами качественного менеджмента. В связи с этим, основные процессы жизненного цикла поддерживаются вертикальными процессами управления (процессами менеджмента) ПМ:

- ПМ01.01 Стратегическое планирование;
- ПМ01.02 Управление имиджем;
- ПМ01.03 Управление системой менеджмента качества;
- ПМ01.04 Управление рисками.

Процесс «Управление рисками» был введен на основании последнего «ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Система менеджмента качества. Требования» 2015 года. Рискоориентированное мышление всегда подразумевалось и в предыдущих стандартах ИСО, но настоящий стандарт уделяет ему больше внимания и включает его в требования, относящиеся к разработке, внедрению, обеспечению функционирования и постоянному улучшению системы менеджмента качества. Помимо соответствующей документированной процедуры «Управление рисками» был разработан документ «Анализ рисков», в котором по каждому процессу прописываются причины возникновения рисков, их вероятность, последствия. дополнительным документом стал План-отчёт мероприятий по снижению рисков, который заполняют структурные подразделения.

Для внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества, повышения удовлетворенности потребителей деятельностью университета выделяются следующие ресурсы:

– человеческие ресурсы (административно-управленческий персонал, профессорско-преподавательский персонал, учебно-вспомогательный персонал, младший обслуживающий персонал);

– инфраструктура (содержание зданий, помещений, оборудование рабочих мест; лаборатории; компьютерная техника, средства связи и др.);

– информационные ресурсы (библиотечный фонд; фонд нормативной документации, информационное обеспечение и т.д.);

– финансовые ресурсы.

К поддерживающим процессам (ресурсным процессам) относятся:

- ПП01.01 Управление инфраструктурой и производственной средой;
- ПП01.02 Управление финансами;
- ПП01.03 Управление персоналом;
- ПП01.04 Управление библиотечно-информационными ресурсами;
- ПП01.05 Управление информатизацией;
- ПП01.06 Управление редакционно-издательской деятельностью;
- ПП01.07 Управление документированной информацией.

Каждый процесс прописан в соответствующей документированной процедуре, которые помимо Политики и целей в области качества университета, являются основной документированной информацией системы менеджмента качества вуза, необходимой при её реализации. Данные процессы и документированные процедуры распространяются на структурные подразделения вуза, принимаю-

щие участие в их реализации. Каждый процесс имеет цель, регламентирует порядок той деятельности, которая относится к данному процессу и прописаны в соответствующих документированных процедурах.

Для осуществления взаимосвязи процессов системы менеджмента качества распределена ответственность за процессы среди руководителей университета и внутри каждого его подразделения. Необходимо идентифицировать ответственность и полномочия персонала, а также взаимосвязь персонала с процессом. В документированных процедурах вуза ответственность и полномочия за те или иные этапы процесса или документы представлены в виде блок-схемы. В связи с этим документированные процедуры системы менеджмента качества разрабатываются персоналом, который вовлечен в конкретный процесс и выполняемую деятельность. Это также необходимо для обеспечения вовлеченности и заинтересованности персонала, его лучшего понимания установленных требований.

Таким образом, наличие системы менеджмента качества в университете еще не означает, что качество предоставляемых услуг находится на высшем уровне. Данная система должна быть правильно спроектирована, планироваться, внедряться, контролироваться, оцениваться, управляться и постоянно улучшаться [5, с. 30]. С этой целью и разрабатывается документация системы менеджмента качества, в которой всё это отражено, соответствие с которой постоянно проверяется и анализируется.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Система менеджмента качества. Требования. М.: ФГУП «Стандартинформ», 2015.
2. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Система менеджмента качества. Основные положения и словарь. М.: ФГУП «Стандартинформ», 2015.
3. Вдовин С.М., Салимова Т.А., Бирюкова Л.И. Система менеджмента качества организации: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2012. 299 с.
4. Дешкин М.В. Система менеджмента качества – путь к успеху?! [электронный ресурс]. URL: <http://quality.eur.ru/MATERIALY12/smk-success.htm>.
5. Курчевская Н.В. Управление вузом на основе моделей качества: учеб. пособие. Ярославль: «Академия Пастухова», 2013. 70 с.
6. Листопадова Е.В. Система менеджмента в управлении университетом (социологический анализ): автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. Хабаровск, 2016. 23 с.
7. Меркушова Н.И., Гаффорова Е.Б. Принцип TQM «Вовлечение персонала» в управлении качеством и современных системах менеджмента // Экономика, управление, финансы: материалы II междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). Пермь: Меркурий, 2012. С. 135–137.

УДК 651.45

В.И. Габдрахманова

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент Л.А. Якубова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ДОКУМЕНТЫ В УПРАВЛЕНИИ МВД РОССИИ ПО г. НИЖНЕВАРТОВСКУ

Аннотация. В статье анализируются организационные документы Управления МВД России по г. Нижевартовску. Отдельное внимание автор статьи уделяет организационной структуре Отдела делопроизводства и режима.

Ключевые слова: управление МВД; Нижевартовск; устав; организационные документы; делопроизводство; документооборот; документационное обеспечение.

Федеральное государственное казенное учреждение «Управление Министерства внутренних дел Российской Федерации по городу Нижевартовску» в целях реализации прав граждан на безопасную жизнь осуществляет деятельность по обеспечению общественного порядка и безопасности.

Согласно Устава, учреждение является юридическим лицом, находящимся в ведомственном подчинении Министерства внутренних дел Российской Федерации. Имеются учредительные документы УМВД РФ по г. Нижневартовску, гербовая печать, штампы.

В соответствии с видом деятельности организация, УМВД РФ по г. Нижневартовску, использует в своей деятельности все основные организационные документы [1].

Организационные документы – это комплекс документов, регламентирующих структуру, задачи и функции предприятия, организацию его работы, права, обязанности и ответственность руководителей и специалистов предприятия.

Система организационной документации Федерального государственного казенного учреждения «Управление Министерства внутренних дел Российской Федерации по городу Нижневартовску» включает следующие документы:

1) Устав – свод правил, регулирующих деятельность организаций, учреждений, обществ и граждан, их взаимоотношения с другими организациями и гражданами, права и обязанности в определенной сфере государственного управления, хозяйственной или иной деятельности. Устав принят общим собранием трудового коллектива.

2) Положение – правовой акт, определяющий порядок образования, правовое положение, права, обязанности, организацию работы учреждения, структурного подразделения (службы).

3) Инструкция – правовой акт, содержащий правила, регулирующие организационные, научно-технические, технологические, финансовые или иные специальные стороны деятельности учреждений, организаций, предприятий, их подразделений, служб, должностных лиц. Инструктивный характер носят такие виды документов, как правила, регламенты.

4) Штатное расписание – документ, закрепляющий должностной и численный состав предприятия, указывающий фонд заработной платы.

5) Должностные инструкции сотрудников.

Особенности оформления управленческих документов в организации регулируются ГОСТ Р 6.30-2003 «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов». Данный ГОСТ устанавливает состав реквизитов, используемых при подготовке и оформлении документов [4].

Структура и штатная численность работников УМВД РФ по г. Нижневартовску определяется в соответствии с Уставом и закрепляется штатным расписанием.

Вся основополагающая информация об Отделе делопроизводства и режима Управления Министерства внутренних дел Российской Федерации по городу Нижневартовску содержится в Положении к приказу УМВД России по городу Нижневартовску от 14 сентября 2011 г. № 545 [2].

Организационная структура ОДиР УМВД РФ по г. Нижневартовску представлена на рисунке 1.

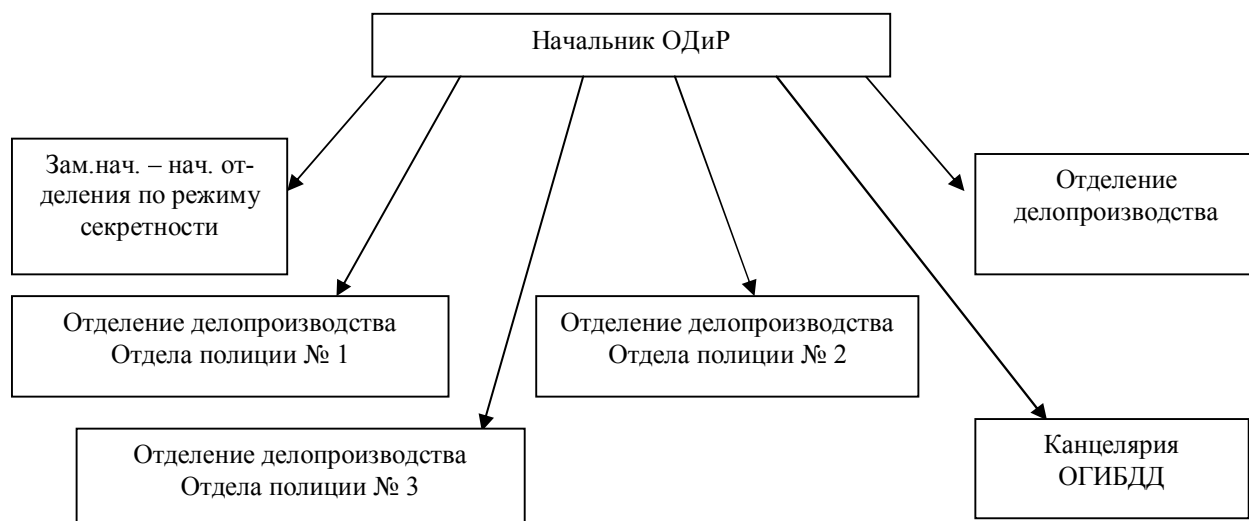


Рис. 1. Организационная структура ОДиР УМВД РФ по г. Нижневартовску

За организацию документационного обеспечения управления УМВД РФ по г. Нижневартовску несет ответственность Отдел делопроизводства и режима УМВД РФ по г. Нижневартовску, который подчиняется непосредственно начальнику УМВД РФ по г. Нижневартовску Авдееву Владимиру Сергеевичу. Он утверждает и ставит свою подпись на документах.

Для решения вопросов делопроизводства в региональных отделениях в соответствии с Приказом № 615 от 20 июня 2012 года «Об утверждении Инструкции по делопроизводству в органах внутренних дел Российской Федерации», МВД РФ Министерство внутренних дел Российской Федерации разработало Инструкцию по делопроизводству, которая регламентирует порядок документирования управленческой деятельности и организацию работы с документами [3].

Список литературы

1. УМВД России по г. Нижневартовску. URL: <https://86.мвд.рф/document/922521> (дата обращения: 08.12.2017).
2. Приказ Министерства культуры РФ от 9 марта 2011 г. № 226 «Об утверждении Инструкции по делопроизводству в Министерстве культуры Российской Федерации». URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55070845/> (дата обращения: 03.12.2017).
3. Приказ МВД России от 20.06.2012 №615 «Об утверждении Инструкции по делопроизводству в ОВД РФ». URL: <https://лодполе.78.мвд.рф/document/11350319> (дата обращения: 05.12.2017).
4. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 6.30-2003 «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов» (принят и введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 3 марта 2003 г. N 65-ст). URL: <http://base.garant.ru/185891/#ixzz50hnhXDp5> (дата обращения: 01.12.2017).

УДК 342.7

Г.Ф. Гасанова

студент

Научный руководитель – ст. преп. Л.Н. Беспалова

Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет

НОРМАТИВНОЕ ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАБОТЫ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье раскрываются вопросы правового регулирования обращений граждан в Российской Федерации, принятия и рассмотрения обращений граждан в электронной форме. Особое внимание автор уделил дискуссионным вопросам, касающимся работы с обращениями граждан.

Ключевые слова: коллективное обращение; повторное обращение; обращение гражданина; права граждан; правоотношения; предложение; заявление; жалоба.

Политическое, экономическое, культурное будущее страны и в целом и каждого отдельного региона напрямую зависит от того, насколько правильно будет выбран и реализован вектор его развития. Работа с обращениями граждан является важным информационным ресурсом в процессе выбора стратегии развития, так как позволяет в равной степени определить проблемные сферы во взаимодействии власти и населения и выработать действенные решения общественно-значимых вопросов [6, с. 104]. Обращения граждан в органы государственной власти можно с полным правом назвать механизмом «обратной связи», в котором заинтересованы не только граждане, но и нуждается само государство. Обращения граждан в России прошли долгий путь эволюции – от челобитной до предложения. Постепенно менялись правила работы с обращениями и их статус. В настоящее время право граждан на обращения в юрисдикционные, государственные органы и органы местного самоуправления наряду с другими правами свободами человека и гражданина зафиксировано в ст. 33 основного закона страны [1; 5, с. 290] и в других законодательных актах, регулирующих данную сферу правоотношений, основу которой составляет Федеральный закон № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» [2].

Под обращением гражданина в Федеральном законе № 59-ФЗ понимаются направленные в государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу в письменной форме

или в форме электронного документа предложение, заявление или жалоба, а также устное обращение гражданина в государственный орган, орган местного самоуправления.

Данный закон устанавливает обязанность государственных органов и органов местного самоуправления рассматривать поступившие в соответствии с их компетенцией обращения граждан, а также принимать по ним необходимые решения, организовывать личный прием граждан.

Хотя в названии закона говорится об обращениях граждан Российской Федерации, его положения распространяются также на рассмотрение обращений иностранных граждан и лиц без гражданства. Исключения составляют случаи, установленные международным договором РФ или федеральным законом.

В ФЗ № 59-ФЗ четко указано, что установленный в нем порядок распространяется на все обращения, кроме подлежащих рассмотрению в особом порядке, предусмотренном федеральными конституционными законами и иными федеральными законами. Иной порядок рассмотрения обращений граждан установлен также уголовно-процессуальным, гражданско-процессуальным законодательством, законодательством о порядке разрешения индивидуальных трудовых споров и т.д.

При рассмотрении обращения гражданин имеет право:

- Предоставлять дополнительные документы либо обращаться с просьбой об их истребовании;
- Знакомиться с документами, касающимися рассмотрения обращения, если это не затрагивает права, свободы и законные интересы других лиц и если в указанных документах не содержатся сведения, составляющие государственную или иную охраняемую федеральным законом тайну;
- Получать письменный ответ на поставленные в обращении вопросы за исключением случаев указанных в Федеральном законе №59-ФЗ, уведомление о переадресации письменного обращения в государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу, в компетенцию которых входит решение поставленных в обращении вопросов;
- Обращаться с жалобой на принятое по обращению решение или на действие в связи с рассмотрением обращения в административном и судебном порядке;
- Обращаться с заявлением о прекращении рассмотрения обращения.

Федеральным законом № 59-ФЗ предусмотрены так же требования к обращениям граждан, как к письменным, так и направляемым в электронной форме.

В письменном обращении гражданин в обязательном порядке должен указать:

- Сведения об адресате
- Фамилию, имя, отчество
- Почтовый адрес, по которому должны быть направлены ответ, уведомление о переадресации обращения.

В обращении гражданин должен ясно изложить суть своего предложения, заявления или жалобы, поставить личную подпись и дату.

В обращении, направляемом в форме электронного документа, гражданин в обязательном порядке указывает:

- Фамилию, имя, отчество
- Адрес электронной почты

Гражданин вправе приложить к такому обращению необходимые документы и материалы в электронной форме или направить указанные документы и материалы в письменной форме [8, с. 21].

В Федеральном законе № 59-ФЗ дан полный перечень обращений, не подлежащих рассмотрению.

К ним относятся:

- Анонимные обращения, за исключением сообщений о преступлениях либо об угрозе государственной или общественной безопасности;
- Обращения, по которым внесены судебные решения;
- Обращения, содержащие клевету, оскорбления и угрозы в адрес государственных органов, органов местного самоуправления
- Повторные обращения, если в них не приводятся новые доводы или обстоятельства, а по предыдущим обращениям давались письменные ответы [8, с. 22].

Письменные обращения подлежат обязательной регистрации в течение трех дней с момента поступления и рассматриваются в течение 30 дней со дня регистрации. Указанный срок можно продлить в исключительных случаях и не более, чем на 30 дней, предварительно сообщив об этом заявителю.

Многие вопросы правового регулирования работы с обращениями граждан вызывают дискуссии, предметом которых являются:

- Круг заявителей;
- Круг адресатов обращений;
- Виды обращений;
- Сроки рассмотрения обращений;
- Порядок работы с электронными обращениями.

В связи с принятием постановления Конституционного Суда Российской Федерации от 18.07.2012 № 19-П «По делу о проверке конституционности части 1 статьи 1, части 1 статьи 2, и статьи 3 Федерального закона «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» были внесены изменения в законодательство о работе с обращениями граждан. Из постановления следует, что права, предоставленные гражданам Федеральным законом № 59-ФЗ, распространяются и на объединения граждан, включая юридические лица, а обязанности, установленные этим законом для государственных органов и органов местного самоуправления, распространяются на государственные и муниципальные учреждения и другие организации, осуществляющие публично значимые функции.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона №-59 ФЗ законы и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации могут устанавливать положения, направленные на защиту права граждан на обращение, в т.ч. гарантии права граждан на обращение, дополняющие гарантии, установленные Федеральным законом [7, с. 26].

Во многих законах субъектов Российской Федерации помимо понятий, определенных федеральным законодательством, даются определения терминов «коллективное обращение» и «повторное обращение»

Коллективное обращение – обращение двух или более граждан по общему для них вопросу, а также обращение, принятое на собрании, конференции, митинге, сходе граждан, ином публичном мероприятии, подписанное его участниками, направленное в государственные органы автономного округа и к должностным лицам, а также устное обращение двух или более лиц в указанные органы или должностным лицам;

Повторное обращение – обращение, поступившее от одного и того же лица по одному и тому же вопросу, если со времени подачи первого обращения истек установленный федеральным законодательством срок рассмотрения или гражданин, подавший его не удовлетворен данным ему ответом.

Еще в 70-е годы XX в. с целью оптимизации деятельности органов власти была разработана Концепция использования информационных технологий в государственном управлении. На сегодняшний день, в результате развития информационных технологий, привычные письменные обращения постепенно стали уступать свое место электронным [4, с. 115]. Наряду с такой современной формой обращения, как электронное письмо, в интернет-приемных гражданин может так же задать вопрос в режиме онлайн. К главным направлениям деятельности служб, работающих с обращениями граждан в рамках концепции открытого правительства, относится прием и обработка обращений граждан до полного решения вопроса заявителя, а также анализ обращений заявителей для формирования тематики общественных слушаний. В качестве результата такой работы, наряду с решением проблемы, содержащейся в обращении, ожидается формирование единой базы обращений граждан. В связи с этим следует отметить установление общих принципов в организации работы с документами на бумажных и электронных носителях: необходимость разработки единой номенклатуры дел; регламентация обязательных сведений о документах, используемых в целях их учета и поиска в документных системах и т.п. Перечисленное обуславливает построение централизованной информационно-поисковой системы по документам органов государственной власти. В результате происходит интеграция обращений граждан в функциональные системы документации (например, в рамках предоставления государственных (муниципальных) услуг, при разработке проектов правовых актов) [3, с. 31].

Таким образом, нормативное правовое регулирование в сфере работы с обращениями граждан в основном выстроено, а также наработана многолетняя практика рассмотрения обращений граждан. На сегодняшний день актуальным является формирование единой информационно-поисковой базы, которая даст возможность выявлять по обращениям граждан острые социальные вопросы и решать их еще более оперативно и эффективно, чем ранее.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993; с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) [электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 02.12.2017).
2. Федеральный закон от 02.05.2006 N 59-ФЗ (ред. от 27.11.2017) «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» [электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/ (дата обращения: 06.12.2017).
3. Андреев М.А. Электронное обращение граждан в органы власти: поэтапный механизм документирования // Делопроизводство. 2014. № 4. С. 25–33.
4. Григорьев А.А., Охрименко А.А., Сидорчук И.П. Решение отдельных проблем обеспечения прав граждан при работе с электронными обращениями // Получение, хранение и использование информации в электронной среде: публично-правовое и частно-правовое регулирование: сборник материалов международной научно-практической конференции. СПб.: ФГБУ «Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина». 2013. Вып. 3. С. 115–118.
5. Джамбулатов С.И. Работа органов государственной власти с обращениями граждан как одно из направлений правового просвещения // Приоритеты развития социогуманитарного знания, экономики и права: научная дискуссия и эксперименты: сб. матер. международной науч.-практич. конференции (г. Кисловодск, 3–5 мая 2017 г.). М.: ООО «Научный консультант», 2017. С. 290–293.
6. Панкова Т.Ю. Работа с обращениями граждан как информационный ресурс стратегического развития региона // Управление стратегическим развитием территорий: сборник научных трудов. Саратов, 2016. С. 104–105.
7. Фионова Л.Р. Современная организация работы с обращениями граждан // Делопроизводство. 2010. № 3. С. 22–28.
8. Чуковенков А.Ю. Нормативная база при работе с обращениями граждан // Секретарь-референт. 2013. № 5. С. 21–26.

УДК 651

Е.А. Груздева
магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент А.В. Савельева
Нижегородский государственный университет*

ЭЛЕКТРОННОЕ ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО: ПОНЯТИЕ И ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

Аннотация. В статье анализируются электронные деловые письма и издания. Рассматривается общий контекст понятий, связанных с электронным документом. Отдельное внимание автор статьи уделил созданию контекста и структуре текста электронного письма, а также рассмотрел основные требования к оформлению.

Ключевые слова: электронный документ; бумажное и электронное деловое письмо; электронные издания; структура текста; оформление электронной корреспонденции.

Огромный поток информации в современном мире приходится на долю деловой корреспонденции. В Российской Федерации создается большое количество различных электронных документов, но именно бумажные деловые письма являются особым видом и создают основное количество всей разновидности информационно-справочной группы документации.

Деловые письма являются информационным подтверждением осуществляемой сделки, оказываемой услуги, напоминанием или уведомлением, фактом подтверждения совершаемой покупки или просто информационным сообщением любого характера.

Согласно Федеральному закону от 27.07.2006 № 149-ФЗ [1], а именно п. 11.1 (введенному Федеральным законом от 27.07.2010 № 227-ФЗ) [2], **электронный документ** – документированная информация, представленная в электронной форме, то есть в виде, пригодном для восприятия человеком с использованием электронных вычислительных машин, а также для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям или обработки в информационных системах. Помимо этого, **элек-**

тронный документ – документ, созданный в электронной форме без предварительного документирования на бумажном носителе, подписанный электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Подготовка электронного делового письма немногим отличается от традиционного: те же требования к структуре, языку, оформлению. Однако, в нем обязательно должен присутствовать заголовок (тема письма), чтобы послание не затерялось в современном потоке электронных писем, чтобы сразу информировало о сути дела и его можно было бы легко найти в архиве по прошествии какого-то времени. Работая над ответным письмом, не стоит менять тему и удалять историю переписки, если на то нет серьезного основания. Эта информация поможет адресату быстро разобраться в сути дела.

В своей лекции «Электронное деловое письмо» Александр Назайкин [3], говорит: «Лучше не делать приложений к электронному письму с помощью ультрасовременных программ – адресат может их просто не открыть с помощью своего программного обеспечения».

Электронный документ с ЭЦП – документ, в котором информация представлена в электронно-цифровой форме, содержащий ЭЦП.

В Федеральном законе от 06.04.2011 № 63-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «Об электронной подписи» [4], устанавливается следующая трактовка: «**электронная подпись**» – информация в электронной форме, которая присоединена к другой информации в электронной форме (подписываемой информации) или иным образом связана с такой информацией и которая используется для определения лица, подписывающего информацию.

ГОСТ Р 6.30 – 2003 [5] устанавливает, что бланк любого письма в зависимости от учредительных документов организации включает в себя следующие реквизиты 01 (02 или 03), 04, 05, 06, 08, 09 и, при необходимости, ограничительные отметки для верхних границ зон расположения реквизитов 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20.

Виды электронных документов

Существует далеко не одна классификация, выделяющая те или иные виды электронных документов. Остановимся на наиболее распространенных:

- ✓ по типу содержимого
- ✓ по доступности
- ✓ по наличию электронной подписи

По типу содержимого. Чаще всего электронные документы классифицируют по такому критерию, как тип содержимого. В этом случае выделяют текстовые, графические, анимационные, звуковые, мультимедийные файлы.

По доступности. В зависимости от степени доступности документ электронный может быть открытым и скрытым. Открытые электронные документы публичны, доступны для широкого круга лиц, так как не несут в себе никакой тайны. Обычно так выглядит информация на сайтах, лицензионные договоры, прайсы и пр. Скрытые электронные документы может увидеть только ограниченное число людей, так как в них содержится конфиденциальная информация, порой представляющая собой коммерческую или даже государственную тайну.

По наличию электронной подписи. Все электронные документы можно разделить на подписанные электронной подписью и не подписанные. Именно благодаря электронной подписи (далее – ЭП) можно идентифицировать лицо, подписавшее электронный документ (далее ЭД). Следовательно, можно определить и авторство. Кроме того, ЭП гарантирует целостность и неизменность ЭД.

Классификация ЭД по отраслям также имеет место быть, особенно сегодня, когда электронный документооборот охватывает все больше сфер нашей деятельности. В каждой из отраслей используются как общепринятые, так и свои специфические документы.

В системе стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу устанавливаются основные виды электронных изданий, а также состав и место расположения выходных сведений в электронных изданиях.

Согласно ГОСТ 7.83-2001 СИБИД [6], пункту 3.2., термин «**электронное издание**» – это электронный документ (группа электронных документов), прошедший редакционно-издательскую обработку, предназначенный для распространения в неизменном виде, имеющий выходные сведения.

Электронные издания по природе основной информации делятся на: *текстовое (символьное) электронное издание* и *изобразительное электронное издание*. К изобразительным изданиям относятся факсимиле, а также тексты в форматах, не допускающих посимвольной обработки.

Состав и расположение выходных сведений электронного издания зависят от вида электронного издания, количества физических носителей и оформления. Основные элементы выходных сведений перечислены в ГОСТе 7.83-2001 в пункте 4.2, подпункты 4.2.1-4.2.4. 4.2.6., 4.2.11. Также обяза-

тельность приведения отдельных элементов выходных сведений и их размещение в электронном издании приведены в таблице 1 того же нормативно-методического акта. Основным местом размещения выходных сведений является титульный экран, выполняющий в электронном издании роль титульного листа.

В локальных электронных изданиях выходные сведения могут размещаться в сопроводительной документации на бумажном носителе. Отдельно изданная сопроводительная документация обязательно должна содержать следующие элементы выходных сведений: сведения об авторах и других физических и юридических лицах, участвовавших в создании электронного издания; заглавие; выходные данные; минимальные системные требования и знаки охраны авторского права.

Особенности оформления электронной корреспонденции

- Поле «Тема» – в нем кратко и содержательно указывается Тема письма. Данное поле поможет получателю Вашего письма сориентироваться и выделить его из списка входящей почты.

Отвечая на чье-либо письмо, в поле темы принято вписывать Re: исходная тема.

Если вашему адресату поступает много писем, то он сможет сразу выделить нужные, ориентируясь по их темам. Как правило, тема должна быть сформулирована несколькими словами и полностью отражать суть письменного обращения. Чем четче сформулирована тема, тем с большим вниманием отнесется адресат к письму. Более того, занятые люди, получая «беспредметные» сообщения, часто отправляют их в корзину, не читая и сортируя как спам.

Если при ответе на письмо тема разговора меняется, то следует изменить и название (тему) письма. Переписку по новой теме нужно начинать с нового письма. Не рекомендуется поднимать обсуждение новой темы ответом на письма по другим темам.

При ответе на письмо следует цитировать его либо полностью (если объем текста невелик), либо, оставляя только ключевые (значимые) фрагменты, которые отделяются каким-либо символами от основного текста письма. При полном цитировании пишите текст ответа в начале письма, а не в конце. Если вы отвечаете по пунктам, используя цитирование, отделите цитату пустыми строками сверху и снизу и используйте прописные буквы в начале предложений.

Не следует начинать ответ на письмо адресата как новое письмо (без сохранения истории переписки). Такой ответ будет вынуждать получающего адресата тратить время на поиски первоначального сообщения;

- Отметка «Важное или Срочное» – устанавливается, если необходимо выделить Ваше письмо как особо важное или срочное;

- В деловой переписке не допускается использование «смайликов», но в некоторых организациях в электронных письмах ставится определенная комбинация знаков: к примеру, письмо может начинаться с восклицательных знаков «!!!»;

- Не допускайте грамматических и орфографических ошибок;

- Обязательно используйте подпись, содержащую некоторую информацию о Вас. В подписи к деловому письму принято указывать свои ФИО, должность, рабочие телефоны, E-mail, ссылку на сайт компании;

- Если письмо имеет приложение в виде дополнительных файлов, то в тексте основного письма следует упомянуть об их наличии во вложении. Нормальным (и надежным) считается высылать без предупреждения вложения общим объемом до 2–3 мегабайт. Если вы хотите выслать вложение большего размера, уточните у корреспондента, пройдет ли такой файл через его почтовый сервер – у некоторых людей почта может читаться с телефона;

- Запрос о подтверждении получения письма. Лучше его конечно не делать, т.к. многих это раздражает, а кто-то может расценить запрос как сомнение в его ответственности. Однако практика показывает, что почтовые службы иногда могут работать не совсем корректно, а отправителю нужна уверенность, что важное письмо получено адресатом. Поэтому иногда это правило нарушается в силу практических соображений.

Особенности структуры текста электронного письма

Структура текста электронного делового письма практически ничем не отличается от структуры его бумажного аналога, однако некоторые особенности существуют.

- ✓ «Шапка» письма – как правило, содержит реквизиты организации: наименование, адрес, контактные телефоны и т.п.

- ✓ Приветствие/Обращение: Часто в электронных письмах вместо стандартного обращения используется приветствие адресата.

- Нейтральное, например: *Здравствуйтесь, Добрый день...;*

- Конкретное обращение к адресату: *Уважаемый ___!*

- Обращение оформляется без фамилии.

Приветствие следует писать отдельной строкой, отделяя от основного текста письма. Допускается не ставить приветствие, когда переписка ведется продолжительное время в течение дня, и представляет собой чередование вопросов и ответов. Если вы не знакомы с адресатом, то в первом письме принято представляться и объяснять цель своего обращения.

- ✓ Вступление – излагается причина написания письма, озвучивается краткая мысль текста.

✓ Основная часть – должна быть максимально лаконичной, но при этом информативной. Оптимальный размер текста – в одну страницу, он читается при открытии письма почтовой программой без прокручивания. Основные темы отделяются абзацами, так улучшается зрительное восприятие сообщения и ускоряется смысловое понимание получаемой информации. Предложения и абзацы лучше строить короткими, если абзацев несколько – удобнее, когда они разделены пробелами.

✓ Заключительная часть – должна быть лаконичной (1-2 предложения), а также должна содержать подведение итогов, логическое завершение письма. отделяются от основного текста пустой строкой. В качестве заключительной части часто используются нейтральные формы: «С уважением...», «Искренне Ваш...», «Всего наилучшего...» и т. п.

✓ Подпись. В России принято сначала указывать фамилию, а потом – инициалы. В реквизите подписи не следует использовать сокращений. Адресату должно быть понятно, как обратиться автору в ответном письме. После имени и фамилии (возможно и отчества) следует указывать должность отправителя и наименование организации. Этим вы даете адресату понять границы ваших полномочий и профессиональной компетентности в решении вопросов. Далее могут быть приведены: личный электронный адрес, контактные телефоны, адреса, другие способы связи, ссылки на сайты и т. п.

Пример: *С уважением*

*Иван Иванов,
менеджер проекта «Стиль документа» <http://doc-style.ru>
E-mail ads@doc-style.ru
Раб. тел. +7 (911) 911-9119
Санкт-Петербург*

✓ Приложения – являются частью письма, в них содержится информация, дополняющая основной текст письма. Если приложения более 2-х страниц, необходимо проставить нумерацию. Если письмо содержит вложения – сразу прикрепите их, до того, как начнете писать письмо, существует риск забыть прикрепить их.

✓ Время ответа на письмо – это один из показателей вашей позиции по отношению к деловым интересам партнеров и клиентов. В компаниях на этот счет существуют разные стандарты. Приемлемым считается время реакции на письмо в пределах двух–трех часов. Если, получив письмо и прочтя его, вы понимаете, что не можете дать ответ в течение одного рабочего дня, то правилом хорошего тона будет отправка адресату уведомления с информацией о получении письма и возможными сроками ответа на вопросы вашего адресата. Но несмотря, ни на что, постарайтесь ответить в ближайшее время (тах около 48 часов) – это психологическая отметка, когда адресат начинает думать, что письмо не дошло или утеряно.

С появлением электронных документов жизнь людей значительно облегчилась, особенно в разрезе их трудовой деятельности. На создание документа электронного уходит в разы меньше времени, его удобнее хранить, а поиск нужной информации, представленной в цифровом виде, занимает считанные минуты. Словом, у электронных документов масса преимуществ, и оценить их все по достоинству сегодня могут люди, работающие в самых разных сферах – от бухгалтерии до торговли, от энергосбытовых до страховых компаний. Главное, не запутаться, так как со временем видов электронных документов становится всё больше, а к оформлению некоторых из них (например, к счетам-фактурам) государство предъявляет жесткие требования [7].

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.11.2017) // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798 (дата обращения: 19.10.2017).

2. Федеральный закон от 27.07.2010 № 227-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103104 (дата обращения: 02.11.2017).

3. Назайкин А. Электронное деловое письмо: текстовая версия лекции. URL: http://www.nazaykin.ru/lekcii/copywriting/biz/el_d_pismo.htm#Текстовая_версия_лекции (дата обращения: 11.11.2017).

4. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «Об электронной подписи» // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_112701 (дата обращения: 07.11.2017).

5. ГОСТ Р 6.30-2003. Государственный стандарт Российской Федерации. Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. Документ утрачивает силу – 01.07.2018 // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44595 (дата обращения: 18.10.2017).

6. ГОСТ 7.83-2001 СИБИД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения // СПС «DOCS.CNTD». URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200029040> (дата обращения: 21.11.2017).

7. Герасимова Е. Электронный документ проник в разные сферы деятельности // Сервис обмена электронными документами «Synerdocs». URL: <https://www.synerdocs.ru/6700319.aspx> (дата обращения: 22.10.2017).

УДК 651

Ю.П. Королева

студент

Научный руководитель – ст. преп. Л.Н. Беспалова

Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ УСЛОВИЙ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА

Аннотация. Статья посвящена специфике документирования изменения условий трудового договора. Автором были проанализированы особенности данной процедуры, определен перечень необходимых сопутствующих документов и даны рекомендации по изменению условий договора в соответствии с требованиями Трудового кодекса РФ.

Ключевые слова: трудовой договор; условия договора; трудовое право; соглашение; локальный нормативный акт; работодатель; работник.

Трудовой договор является главным подтверждением взаимоотношений между работником и работодателем, которые зафиксированы документально. В данном документе содержится перечень условий для комфортной работы обеих сторон, которые устанавливают организация и будущий сотрудник.

Трудовой договор – соглашение между работодателем и работником, в соответствии с которым работодатель обязуется предоставить работнику работу по обусловленной трудовой функции, обеспечить условия труда, предусмотренные трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами и данным соглашением, своевременно и в полном размере выплачивать работнику заработную плату, а работник обязуется лично выполнять определенную этим соглашением трудовую функцию в интересах, под управлением и контролем работодателя, соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие у данного работодателя [4].

Данную тему в своих работах рассматривали многие авторы и она все еще остается актуальной, так как трудовой договор играет значимую роль в трудовой деятельности каждого трудоспособного человека, и из-за одного некорректного пункта могут появиться неблагоприятные последствия как для работника, так и для всей организации. Следовательно, к изменениям условий в трудовом договоре нужно подходить профессионально и серьезно.

Л.Ю. Бугров в своих работах осветил существенные условия трудового договора и их особенности [2]. С. Домкина рассмотрела особенности хранения документов, сопутствующих изменениям в трудовом договоре [3]. Н.П. Шайхутдинова указывает на обязанности руководителя в случае организационных или технологических перемен [5].

Ввиду специфики документа в нем присутствуют те пункты, при отсутствии которых трудовой договор теряет свою значимость и становится недействительным. Такие пункты называются существенными условиями и для их изменения применяются особые правила.

Фамилия, имя, отчество нанимаемого сотрудника и непосредственно руководителя являются основными аспектами, которые должны отражаться в трудовом договоре. Названные данные в большинстве случаев остаются без изменений за все время трудовой деятельности, за исключением смены фамилии.

Также существенными условиями договора могут быть:

- Место работы: полное название и адрес расположения компании, где будет в дальнейшем осуществлять свою деятельность работник. Здесь же уточняется название структурного подразделения, в особенности, если оно располагается в ином районе города.

- Трудовая функция: определяется той должностью, на которую работник подавал заявление при трудоустройстве. Обычно к ней привязан целый спектр обязанностей, что должно оградить работника от лишней работы и необоснованных претензий работодателя.

- Дата начала работы: играет важную роль, поскольку именно с этого дня бухгалтерия начнет начислять сотруднику положенного размера зарплату. В некоторых случаях она совпадает со временем заключения контракта.

- Условия оплаты: прописывается система начисления зарплаты работнику (повременная, окладная, бестарифная, сдельная и др.), а также базовая ставка в единицах, от которой в дальнейшем будет отталкиваться бухгалтер при расчете заработной платы.

- Срок действия документа: будет выступать существенным условием, если контракт заключается на строго определенный период продолжительностью не более 5-ти лет.

Существенные условия в трудовом договоре по большей части изменяют по согласию сторон в письменной форме, но иногда и по инициативе руководителя.

Названные ранее условия являются характеристиками трудовой деятельности работника, и, следовательно, они могут изменяться только при согласии обеих сторон трудового договора.

Изменения условий трудового договора могут осуществляться двумя способами: через согласие сторон и по инициативе нанимателя.

Согласие сторон включает в себя:

- Заключение сторонами дополнительного соглашения, которое будет выступать приложением к действующему договору (а не заключение нового).

- Оформление документа для каждой из сторон – работника и нанимателя (ст. 61 ТК РФ) [4].

- Издание на основании дополнительного документа приказа об изменении существенных аспектов трудового договора (ст. 68 ТК РФ) [4].

Условия трудового договора могут быть изменены по инициативе руководителя только тогда, когда имеют место организационные или технологические изменения в деятельности организации. И данные изменения должны быть задокументированы и аргументированы, а именно:

- Организационные изменения предусматривают смену графика работы, штатного расписания, коллективного договора.

- Технологические изменения предполагают закупку нового оборудования, переход к новой технологии производства и т.п. [1]

Трудовой договор является основным документом во взаимоотношениях работника и работодателя, следовательно, аспекты, касающиеся изменений его существенных условий затрагивают и перечень других внутренних документов организации. Кроме того, изменение невозможно без документарного оформления каждого этапа.

Шаги, которые следует соблюдать при изменении существенных условий:

- При соглашении сторон сначала составляется дополнительное соглашение, а затем издается приказ об изменениях;

- В случае инициативы работодателя – издается приказ об изменениях, формируется уведомление сотрудника, составляется его письменное согласие или отказ, подписывается дополнительное соглашение.

Руководитель должен предупреждать об организационных или технологических переменах работников за два месяца. Уведомление составляется в письменном виде и включает в себя суть мероприятия, информацию о том, как они повлияют на рабочую деятельность и пункты трудового договора, которые будут изменены [5].

Приказ об изменениях условий трудового договора включает в себя причины изменений, характер проводимых мероприятий, распоряжение о том, что все указанные перемены должны найти

отражение в локальных нормативных правовых актах и дату внедрения всех изменений в силу. Приказ в случае согласования сторон составляется после подписания дополнительного соглашения, а по инициативе руководителя до оформления соглашения.

Руководитель также в обязательном порядке должен ознакомить работников, которых затронут перемены, с приказом под роспись.

Приказ регистрируют в журнале приказов и далее хранят в отделе кадров [3].

Соглашение является дополнением к трудовому договору. В нем отражены сведения о том, в какие пункты документа были внесены изменения, какие новые положения были разработаны, а какие, напротив, исключены.

Таким образом, можно сделать вывод, что вносить изменения в трудовой договор можно лишь с согласия сторон, или в исключительных случаях ввиду инициативы руководителя. И в каждом случае изменения должны быть зафиксированы документально.

Список литературы

1. Бугров Л.Ю. Изменение определенных сторонами условий трудового договора по причинам, связанным с изменением организационных или технологических условий труда: общие правила [электронный ресурс] // Вестник Пермского университета. 2008. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izmenenie-opredelennyh-storonami-usloviy-trudovogo-dogovora-po-prichinam-svyazannym-s-izmeneniem-organizatsionnyh-ili> (дата обращения: 11.10.2017).
2. Бугров Л.Ю. Содержание трудового договора [электронный ресурс] // Вестник Пермского университета. 2008. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-trudovogo-dogovora> (дата обращения: 11.10.2017).
3. Домкина С. Изменения и прекращение трудового договора [электронный ресурс] // Бухгалтерские вести. 2010. №4. URL: <http://hrm.ru> (дата обращения 11.10.2017).
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ. Глава 10 «Общие положения». URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/68815/> (дата обращения: 11.10.2017).
5. Шайхутдинова Н.П. Изменение определенных сторонами условий трудового договора по причинам, связанным с изменением организационных или технологических условий труда: проблемы правоприменения // Вестник Удмуртского университета. 2015. №3. URL: <http://hrm.ru> (дата обращения: 11.10.2017).

УДК 930.253

А.А. Липчак
студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, ст. преп. А.В. Спичак
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ЭВОЛЮЦИЯ ФОРМУЛЯРА СТАВЛЕННЫХ ГРАМОТ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ ТОБОЛЬСКОЙ ЕПАРХИИ)

Аннотация. В статье приводится понятие ставленной грамоты, ее назначение и изменения в форме и содержании в различные периоды истории Русской Православной церкви. Отдельное внимание уделено ставленным грамотам за 1850–1905 гг., хранящимся в ГБУТО «Государственный архив в г. Тобольске», представлен их анализ. Выявлены особенности ставленных грамот, выдававшимся церковно- и священнослужителям.

Ключевые слова: Русская Православная церковь; Тобольская епархия; церковнослужители; священнослужители; ставленные грамоты.

Служение духовного лица в Русской Православной Церкви (далее – РПЦ) невозможно без его рукоположения, посредством которого он вступает в иерархию и получает церковную власть. Именно поэтому с самого начала существования РПЦ производилось документирование рукоположения духовных лиц, особенность которого заключалась в том, что документом, удостоверяющим действительность и правильность рукоположения, являлась ставленная грамота, без которой духовное лицо не могло приступить к церковной службе.

Содержание и форма ставленных грамот Ростовской и Вологодской епархий XVI–XVII вв. были описаны Д.Ф. Полозневым, автор также опубликовал трое этих документов [2]. Н.И. Хими́на проследила состав и изменения ставленных грамот за различные периоды [4]. Документальное оформление назначения на должность священника (по материалам Спасской церкви с. Шеркальского Березовского уезда) рассмотрено А.В. Спичак [3].

С X в. до настоящего времени ставленная грамота являлась документом, выдаваемым епископом священнослужителю в удостоверение действительности и правильности его рукоположения с указанием степени священства и принадлежащих ему прав [4, с. 286]. В РПЦ ставленные грамоты появились с X в., но образцы их сохранились лишь с XVI в., т.к. только с учреждения Святейшего Правительствующего Синода (далее – Синода) началась забота о сохранности ставленных грамот.

В ставленных грамотах указывались:

- имя епископа, при котором рукоположен ставленник;
- церковь, к которой ставленник назначен;
- право литургисать (служить литургию), вязать и решить (принимать исповедь);
- запрещение самовольно переходить в другие церкви;
- год, месяц и число посвящения.

При единообразном содержании ставленных грамот форма их была различной [4.С. 286–287].

После 1589 г. произошла унификация формы ставленных грамот, рукописные грамоты сменились печатными. Можно выделить следующие отличительные особенности в оформлении и порядке выдачи ставленных грамот патриаршего периода:

- в верхней части грамот стали печатать лишь имя патриарха;
- к грамоте прикладывалась двусторонняя печать из красного войска;
- ставленную грамоту готовили патриаршие дьяки, они же прикладывали к ней печать, записывали ее данные в книгу и отсылали к патриарху для вручения ставленнику;
- со ставленной грамотой новый священнослужитель являлся в тиунскую избу к приказному старцу;
- после записей в книге священнослужителю давали новопоставленную память и писали, что ему «служить невозбранено»;
- проходя все инстанции священнослужителю нужно было за каждый этап платить деньги [4, с. 287].

С учреждением в 1721 г. Синода форма ставленных грамот не изменилась. Лишь в грамотах священнослужителей, рукоположенных в Синодальной области, произошли изменения:

- вместо имени патриарха стали указывать титул Синода;
- патриаршую печать заменила печать Синода с гербом Его Императорского Величества [4, с. 287].

На протяжении синодального периода (1700–1917 гг.) ставленная грамота претерпевала некоторые изменения: в 1738 г. была установлена ее новая форма – на печатном листе с подписью епархиального архиерея и приложением его печати [4, с. 287].

Рассмотрев 23 ставленные грамоты за 1850–1905 гг., обнаруженные в ГБУТО «Государственный архив в г. Тобольске», можно отметить, что печатный и рукописный текст ставленной грамоты для каждой степени церковнослужителей и священнослужителей был единообразен, состав печатных реквизитов ставленных грамот включал заголовок, вступление, в котором прописывается, кому предназначается грамота и по исповеди кого, право литургисать (служить литургию), «вязать и решить» (то есть принимать исповедь), запрещение самовольно переходить в другую церковь, год (от сотворения мира), месяц и число посвящения. Между печатным текстом от руки вписывались: имя епископа, имя рукоположенного, имя духовного отца, сан и место посвящения, год и месяц посвящения, место подписания и утверждения грамоты, печать. Ставленная грамота имела определенную форму издания – формат бумаги А4 с печатным тиснением и буквицей «П», незначительные изменения происходили лишь в ее содержании [1, с. 1–39].

Формуляры грамот чтеца, пономаря и псаломщика соответствовали утвержденной форме и за синодальный период не были подвержены изменениям [1, с. 2–37].

Рассмотрим тексты некоторых грамот. Например, ставленная грамота диакона имела самое большое количество знаков по сравнению с грамотами чтеца, пономаря, псаломщика, священника и протоиерея. При этом ни разу не был изменен как печатный текст, так и рукописный. В некоторых грамотах лишь переставлялись места слова или сокращался текст: «Дается же в Богоспасаемом граде Тобольске, в доме нашем Архиперейском» и «Дается же в Богоспасаемом граде Тобольске, архиперейском Нашем Доме» или «в Богоспасаемом Граде Тобольске» [1, с. 1–39].

Ставленная грамота священника отличалась тем, что сан посвященного «иерей» входил в печатный текст грамоты. С 1862 г. место посвящения, год и месяц посвящения прописывали полностью: «Посвятили в иерея в храме Святой Живоначальной Троицы, что в Тобольской епархии, Туринского ведомства, в Киркином селе тысяча восемьсот шестьдесят второго года, Сентября шестнадцатого дня, в крестовой Церкви». Однако, полная форма написания чередовалась с сокращенной, так, в 1872 году писали: «Посвятили в иерея в храме Михаила Архангела, что в станице Архангельской, Петропаловского округа при служении Нашем в Часовой Крестовой церкви в 5е число Ноября сего 1872 года». Данная особенность касалась так же места подписания и утверждения грамоты, форма чередовалась: «В Богоспасаемом граде Тобольске Архиерейском Нашем Доме», «в Богоспасаемом Граде Тобольске» и «В Граде Тобольске». Поэтому можно отметить, что на протяжении всего синодального периода не была утверждена форма написания посвящения, года и месяца, места подписания и утверждения грамоты, которые вносились в грамоту рукописным текстом [1, с. 14].

Ставленная грамота протоиерея выдавалась священнику в качестве награды за особые заслуги. Оформление грамоты со временем не изменилось – формат бумаги А4 с печатным тиснением и буквицей «П», но имело другое заглавие и содержание. Заголовок начинался с «Божьей милостью» вместо «Божьей матерью», рукописный текст так же имел свои особенности: в грамоте не писали имя духовного отца, место посвящения и место подписания. Однако четко указывали, что данная грамота поставляет иерея в высший сан – протоиерейский [1, с. 1–39].

В 1897 г. Синод установил порядок выдачи ставленных грамот лицам, рукоположенным архиереем другой епархии:

- были внесены изменения в печатный бланк ставленных грамот, образец которого был разослан по епархиям;
- ставленную грамоту должен был подписывать и выдавать архиерей, в ведение которого поступал священнослужитель, с обязательным указанием даты рукоположения и имени преосвященного [4, с. 287].

Дела Тобольской духовной консистории о рукоположении духовных лиц, хранящиеся в ГБУТО «Государственный архив в г. Тобольске», можно признать редкими, потому что к настоящему времени их сохранились лишь единицы.

В различные периоды истории РПЦ ставленные грамоты претерпевали изменения в оформлении и содержании, однако эти перемены не сказывались на значимости данного вида документов. Ставленные грамоты по-прежнему являются первостепенным документом, удостоверяющим рукоположение священнослужителей.

Список литературы

1. ГБУТО ГАТ. Ф. 156. Оп. 18. Д. 1262. Л. 1–39.
2. Полознев Д.Ф. Благословенные и ставленные грамоты Ростовской и Вологодской епархий XVI–XVII веков (из фондов отдела письменных источников Гос. ист. музея) // Сообщения Ростовского музея. 1995. Выпуск VIII. URL: <http://www.rostmuseum.ru/Publications/Publication/717> (дата обращения: 26.11.2017).
3. Спичак А.В. Документальное оформление назначения на должность священника (по материалам Спасской церкви с. Шеркальского Березовского уезда) // Вестник угроведения. 2017. № 2 (29). С. 127–135.
4. Хими́на Н.И. Документация государственных и церковных учреждений, сословных органов, органов местного управления и частноправовые акты конец XV века – февраль 1917 года // Государственность России. М., 2009. С. 286–287.

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ДВИЖЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В МЕЖРАЙОННОЙ ИНСПЕКЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ РОССИИ № 6 ПО ХАНТЫ- МАНСИЙСКОМУ АВТОНОМНОМУ ОКРУГУ – ЮГРЕ

Аннотация. Статья посвящена изучению состава и содержания документов, фиксирующих основные процессы по движению персонала в Межрайонной Инспекции Федеральной налоговой служб России № 6 по Ханты-Мансийскому автономному округу – расторжение (прекращение) заключённого с работником служебного контракта (увольнение) и перевод сотрудника на другую работу. Анализируются документированные процедуры данных управленческих процессов.

Ключевые слова: Федеральная налоговая служба России; ХМАО-Югра; движение персонала; перевод сотрудника; расторжение служебного контракта; кадровое делопроизводство; документирование.

Документирование движения персонала в Межрайонной Инспекции Федеральной налоговой служб России № 6 по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре (далее по тексту – МИФНС № 6 по ХМАО-Югре) связано с фиксацией изменений списочной численности работников данного учреждения в связи с увольнением и переводом сотрудника на другую должность. Это обосновано тем, что перевод и увольнение – наиболее часто возникающие формы взаимоотношений между работником и работодателем в деятельности МИФНС № 6 по ХМАО-Югре.

Традиционно движение персонала учреждения в документном выражении характеризуется следующими показателями:

1. порядок и последовательность составления документов при увольнении сотрудника;
2. состав документов, сопровождающих перевод сотрудника.

Таким образом, динамика движения персонала, закреплённая в кадровых документах, позволяет не только систематизировать данные, но и выявлять закономерности и виды часто используемых документов.

Расторжение (прекращение) заключённого с работником МИФНС № 6 по ХМАО-Югре служебного контракта (увольнение) производится по следующим основаниям:

- соглашение сторон;
- по инициативе работника;
- инициативе работодателя;
- истечение срока трудового договора;
- перевод работника по его просьбе или с его согласия на работу к другому работодателю или переход на выборную работу (должность);
- отказ работника от продолжения работы в связи с изменением существенных условий трудового договора;
- отказ работника от перевода на другую работу по причине состояния здоровья на основании медицинского заключения;
- в связи несоответствием занимаемой должности;
- обстоятельства, не зависящие от воли сторон;
- нарушение установленных Трудовым кодексом Российской Федерации или иным федеральным законом правил заключения трудового договора, если это нарушение исключает возможность продолжения работы.

Расторжение трудового договора требует соблюдения определённой процедуры. Нарушение порядка увольнения может привести к признанию самого увольнения незаконным.

Во всех случаях днём увольнения работника считается последний день его работы [1, ст. 77].

Увольнение работника (прекращение служебного контракта) оформляется приказом начальника МИФНС № 6 по ХМАО-Югре. Для оформления увольнения работника (работников) в МИФНС № 6 по ХМАО-Югре применяется приказ о прекращении (расторжении) служебного контракта с работником (форма №Т-8) и работников (форма №Т-8а).

При заполнении бланка приказа об увольнении сотрудник кадровой службы указывает фамилию, имя, отчество увольняемого и его должность, номер подразделения. Дата увольнения в приказе обязательно должна совпадать с датой увольнения, записанной в трудовую книжку; указывается причина увольнения.

Приказ об увольнении удостоверяется подписью начальника МИФНС № 6 по ХМАО-Югре. Увольняющегося сотрудника знакомят с приказом под роспись. Если сотрудник увольняется не по собственной инициативе и с формулировкой и выпуском приказа не согласен, то он имеет право его не подписывать. При отказе подписывать приказ на нем ставится пометка сотрудником кадровой службы МИФНС № 6 по ХМАО-Югре об отказе подписи.

Таким образом, приказ оформляется на основании следующих документов:

- заявление работника об увольнении;
- соглашения между работником и работодателем;
- акт о нахождении на рабочем месте (без уважительной причины, в нетрезвом состоянии и т.п.);
- акт о несоответствии занимаемой должности;
- служебная записка;
- медицинское заключение;
- справка о смерти и т.д.

Приказ регистрируется в журнале регистрации приказов об увольнении, в день его подписания [1, ст. 84.1]. Приказу присваивается регистрационный номер. Подписанный руководителем приказ объявляется работнику под роспись. На основании приказа (распоряжения) о прекращении (расторжении) служебного контракта с работником МИФНС № 6 по ХМАО-Югре производятся следующие записи:

- делается отметка об увольнении в личной карточке;
- вносятся записи в лицевой счёт работника (форма №Т-54 или №Т-54а);
- заполняется лицевая сторона формы № Т-61 «Записка-расчёт при прекращении (расторжении) служебного контракта с работником (увольнении)»;
- делается запись об увольнении в трудовой книжке.

В день увольнения работника, ему выдаётся трудовая книжка, при получении которой он расписывается в личной карточке и книге учёта движения трудовых книжек и вкладышей в них. Запись в трудовую книжку о причине увольнения специалистом кадровой службы в соответствии с формулировкой Трудового кодекса или иного Федерального закона. Все записи, произведённые работодателем, должен заверить своей подписью сам работник [2, ст. 35].

В бухгалтерии МИФНС № 6 по ХМАО-Югре производится расчёт выплат, причитающихся работнику при увольнении, на оборотной стороне записки-расчёта (форма № Т-61), а в лицевой счёт работника заносятся сведения о произведённых работнику при увольнении начислениях, удержаниях, сумме к выплате (или задолженности).

Перевод на другую работу – это изменение трудовой функции работника и (или) структурного подразделения, в котором работает работник (если структурное подразделение было указано в трудовом договоре), при продолжении работы у того же работодателя, а также перевод на работу в другую местность вместе с работодателем [1, ст. 72.1].

Перевод работника на другую должность в МИФНС № 6 по ХМАО-Югре осуществляют на основании заявления работника, а в некоторых случаях (при производственной необходимости временный перевод на другую должность может быть произведён на основании актов, докладных записок, справок, других документов).

Различают два вида перевода на другую работу:

- перевод на другую постоянную работу;
- временный перевод на другую работу.

Перевод работника постоянно на другую работу может производиться по причинам:

- перевод на более высокую должность;
- понижение в должности по результатам аттестации;
- перевод в соответствии с медицинским заключением.

Перевод на другую постоянную работу допускается только с письменного согласия работника [1, ст. 72]. Кроме того, с работником МИФНС № 6 по ХМАО-Югре подписывается дополнительное соглашение к служебному контракту, в котором отражаются необходимые изменения. Временные переводы допускаются только с письменного согласия работника, за исключением случаев, предусмотренных Трудовым Кодексом РФ [1, ст. 72.2].

При переводе работника в МИФНС № 6 по ХМАО-Югре на другую работу специалистами по кадрам оформляется приказ (Форма №Т-5 «Приказ (распоряжение) о переводе работника на работу»; форма №Т-5а «Приказ (распоряжение) о переводе работников на другую работу»).

Приказ составляется на основании следующих документов:

- дополнительное соглашение к трудовому договору;
- заявление работника о переводе;
- представление о переводе;
- медицинское заключение.

Приказ (распоряжение) о переводе работника адресуется Начальнику МИФНС № 6 по ХМАО-Югре; его рассмотрение основанием для издания приказа о переводе работника на другую должность.

В тексте приказа (распоряжения) о переводе работника на новую должность указывается: фамилия, имя, отчество, наименование должности, структурное подразделение, вид перевода, причина перевода и размер заработной платы. Копию приказа о переводе направляют в бухгалтерию МИФНС № 6 по ХМАО-Югре для внесения изменений в расчет заработной платы.

Специалист по кадрам МИФНС № 6 по ХМАО-Югре должен ознакомить работника с записью о переводе на другую постоянную работу, вносимой в трудовую книжку, под роспись в его личной карточке, в которой повторяется запись, внесённая в трудовую книжку [2, п. 12].

После издания приказа специалистом кадрам МИФНС № 6 по ХМАО-Югре осуществляется запись о переводе работника на другую должность в трудовую книжку, в личную карточку (форма Т-2). Сотрудник МИФНС № 6 по ХМАО-Югре должен быть ознакомлен с приказом под роспись.

Таким образом, рассмотрев состав и содержание документов по переводу на другую работу и прекращению служебного контракта (увольнение), можно сделать вывод о том, что указанные процессы движения персонала в МИФНС № 6 по ХМАО-Югре документируются в полном соответствии с положениями Трудового кодекса Российской Федерации.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 29.07.2017). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 02.10.2017).
2. Правила ведения и хранения трудовых книжек, изготовления бланков трудовой книжки и обеспечения ими работодателей; утв. Постановлением Правительства РФ от 16.04.2003 № 225 (ред. от 25.03.2013) «О трудовых книжках» (вместе с «Правилами ведения и хранения трудовых книжек, изготовления бланков трудовой книжки и обеспечения ими работодателей»). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41888 (дата обращения: 02.10.2017).

ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ ПРИ ПРИЕМЕ НА РАБОТУ, ПЕРЕВОДЕ И УВОЛЬНЕНИИ

Аннотация. Статья посвящена проблемам документального оформления процессов приема, перевода и увольнения работников современных организаций любой формы собственности. Правильное оформление возникновения, изменения и прекращения трудовых правоотношений важно для каждого работника не только в период работы, но и после увольнения. Соответственно, квалифицированное ведение обширной документации по личному составу относится к числу необходимых профессиональных навыков работника кадровой службы, причем документирование любых процедур, включая прием на работу, перевод и увольнение, должно проводиться с соблюдением установленных законом правил.

Ключевые слова: документирование трудовых отношений; кадровое делопроизводство; прием на работу; перевод; увольнение.

Управление человеческими ресурсами осуществляется в процессе выполнения целенаправленных взаимосвязанных действий (функций управления), образующих структуру кадровой службы (службы управления персоналом или человеческими ресурсами) как самостоятельного функционального подразделения предприятия.

По мнению Н.А. Литвинцевой и С.А. Шапиро кадровая служба представляет собой совокупность «специализированных структурных подразделений управленческого аппарата организации, включающий в свой состав наделенных соответствующими полномочиями должностных лиц, призванных управлять персоналом организации, руководствуясь принципами избранной кадровой политики» [3, с. 303; 5, с. 18].

Анализируя приведенные определения, можно сказать, что они достаточно емко отражают основное содержание деятельности кадровой службы современной организации.

Задачи, которые приходится решать кадровой службе вне зависимости от направления деятельности предприятия, весьма разнообразны. Так, Н.И. Кабушкин, И.К. Макаров и др. выделяют среди них следующие направления [2, с. 117; 4, с. 37–38]: подбор и профотбор работников; осуществление процедуры найма; организация оплаты и стимулирования труда в сотрудничестве с бухгалтером; информационно-документационное обеспечение управления персоналом; управление сокращением и увольнениями.

В процессе решения своих профессиональных задач кадровики выполняют следующие виды работ: проводят отбор на вакантные должности; оформляют документы о приеме, переводах, увольнениях, поощрениях и взысканиях, командировках и отпусках работников; оформляют и ведут личные дела и трудовые книжки; готовят справки и другие документы, касающиеся трудовой деятельности работников; ведут учет личного состава и табельный учет; контролируют состояние трудовой дисциплины на предприятии и т.д.

Как и любое другое направление деятельности, работа кадровой службы обязательно документируется. При этом общее регулирование трудовых отношений в Российской Федерации осуществляется в рамках действующего трудового законодательства. Основным документом, содержащим общие принципы регулирования трудовых правоотношений, является Трудовой кодекс РФ, где установлены предельные нормы в отношении условий труда и его оплаты. Вместе с тем, современные предприятия располагают широкими возможностями для самостоятельного регулирования и документального сопровождения процессов организации труда и его оплаты. На основании установленных ТК РФ положений предприятия вправе разрабатывать и использовать локальные нормативные акты (ст.8 ТК РФ) [1].

Составление и оформление документов при приеме на работу, переводе и увольнении регламентированы законодательными и нормативными правовыми актами, выполнение которых обязательно для любой кадровой службы независимо от ее размера.

Перечень документов, которые работник кадровой службы вправе потребовать при приеме на работу от претендента на вакантную должность, закреплен в ст. 65 ТК РФ и представлен на рисунке 1 [1].

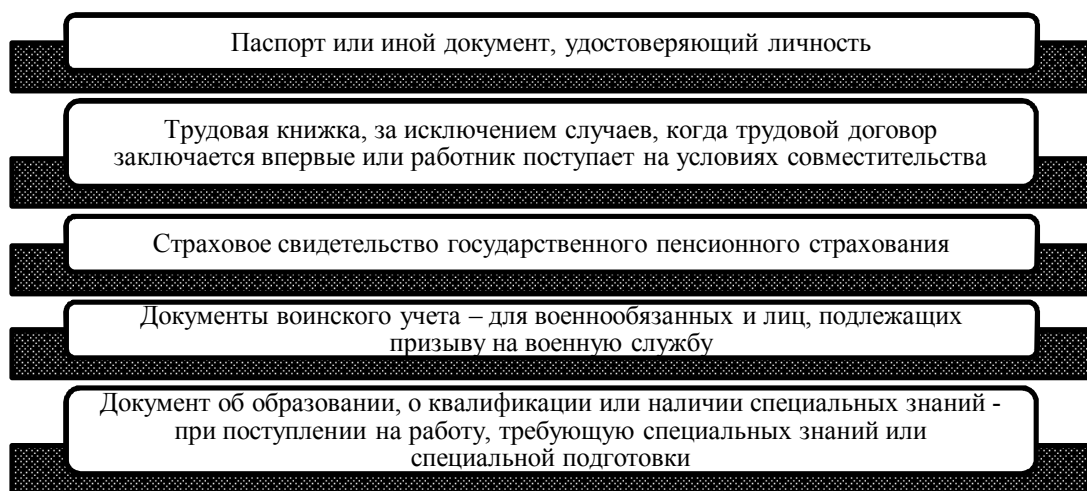


Рис. 1. Перечень документов, необходимых соискателю при приеме на работу

Анализ перечисленных нормативных правовых актов и их основных положений позволяет сформировать следующие этапы оформления приема на работу:

1) получение кадровой службой организации необходимых для приема на работу документов (см. рисунок 1);

- 2) ознакомление нового сотрудника с локальными нормативными актами организации;
- 3) заключение и подписание сторонами трудового договора в двух экземплярах;
- 4) издание приказа о приеме на работу и его подписание руководителем предприятия;
- 5) заполнение личной карточки формы № Т-2;
- 6) оформление личного дела нового работника;
- 7) внесение записи о приеме на работу в трудовую книжку сотрудника.

Для оформления на работу в государственные или муниципальные учреждения, помимо перечисленных документов, потребуется также составить заявление о приеме на работу. Такое требование установлено ст.26 Федерального закона от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе РФ» и ст.16 Федерального закона от 2 марта 2007 г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе в РФ». При этом при оформлении на должность в коммерческом предприятии такое заявление не является обязательным, однако может быть оформлено в случае, если такая процедура принята в кадровом документообороте предприятия. Для сотрудников, чья трудовая деятельность предполагает несение материальной ответственности, необходимым документом является соответствующий договор, который может включать в себя условие индивидуальной, бригадной или коллективной ответственности за материальные ценности. Он должен быть зарегистрирован в специальном журнале.

После получения всех необходимых документов руководство организации должно подготовить и издать локальный акт о приеме сотрудника на работу, условия которого должны полностью соответствовать тексту трудового договора. Многие работодатели пользуются для подготовки такого приказа формой № Т-1 Приказ (распоряжение) о приеме работника на работу, однако действующее законодательство предоставляет им право самостоятельно утверждать форму этого документа. Работник, о котором идет речь в приказе, должен быть ознакомлен с его содержанием; если он изъявит желание получить заверенную копию приказа, она должна быть ему предоставлена.

Помимо приказа, информация о приеме сотрудника на работу должна быть зафиксирована в его трудовой книжке, причем соответствующую запись, как того требует ст. 66 ТК РФ, необходимо внести не позднее пяти дней со дня приема на работу. Кроме того, на работника должна быть заведена и зарегистрирована личная карточка по форме № Т-2 (либо форме, утвержденной работодателем), содержащая необходимую для осуществления трудовой деятельности информацию. Наконец, данные

о новом члене коллектива вносятся в таблицу учета рабочего времени и прочие составляющие кадрового документооборота в компании.

Следует помнить, что государственная инспекция труда в 2017 году уделяет особое внимание оформлению приема на работу. В частности, важно следить за тем, чтобы все обязательные документы, такие как трудовой договор, приказ о приеме на работу, запись в трудовой книжке были проведены в нужное время, трудовые договоры находились в строгом соответствии с положениями действующего законодательства, а наименования должностей были идентичны тем, которые обозначены в штатном расписании. В отношении несовершеннолетних сотрудников наиболее частой причиной претензий со стороны ГИТ является непроведение медицинского осмотра на этапе приема на работу.

В течение работы в организации сотрудники могут переводиться на более высокую или более низкую должность (по результатам аттестации, в соответствии с медицинским заключением и т.п.), а также из одних подразделений в другие, в том числе в связи с переездом работодателя в другую местность (ч. 1 ст. 72.1 ТК РФ). Важно, что трудовая функция работника и структурное подразделение могут изменяться одновременно. К примеру, согласно медицинскому заключению рекомендовано перевести беременную женщину на легкий труд, в результате чего по распоряжению работодателя она прекращает исполнять обязанности по должности кладовщика и переводится на должность помощника секретаря.

При этом ТК РФ для обозначения подобных явлений использует несколько смежных понятий, в частности «перевод» и «перемещение», которые на первый взгляд схожи, однако в действительности между ними существуют определенные отличия по правовым основаниям и документальному оформлению. Кроме того, существует перевод временный и постоянный (ст. 72.2 ТК РФ) [1].

Что касается различий между переводом и перемещением работника, то во втором случае трудовая функция работника не изменяется. Например, перемещением будет считаться начало работы сотрудника на другом рабочем месте (в другом структурном подразделении) в той же местности и без изменения должности, а также порученная ему работа на другом механизме или агрегате, если в трудовом договоре, заключенном с сотрудником, отсутствуют наименования конкретных механизмов и агрегатов, иначе поручение такой работы считается переводом.

Отметим далее, что для перемещения работника не требуется его документально оформленного согласия. В то же время перемещать человека на работу, противопоказанную ему по состоянию здоровья, законодательно запрещено.

Постоянный перевод работника на другую работу возможен лишь с его письменного согласия. Документальное оформление данного процесса зависит от ситуации. Например, при появлении на предприятии вакантной должности с инициативой о переводе на нее того или иного работника часто выступает его непосредственный начальник. Тогда на имя руководителя организации оформляется представление с указанием подлежащей замещению должности и характеристикой профессиональных качеств работника.

В целом же для перевода работника на другую работу в пределах одной организации необходимо последовательно оформить документы, перечисленные на рисунке 2 [1].

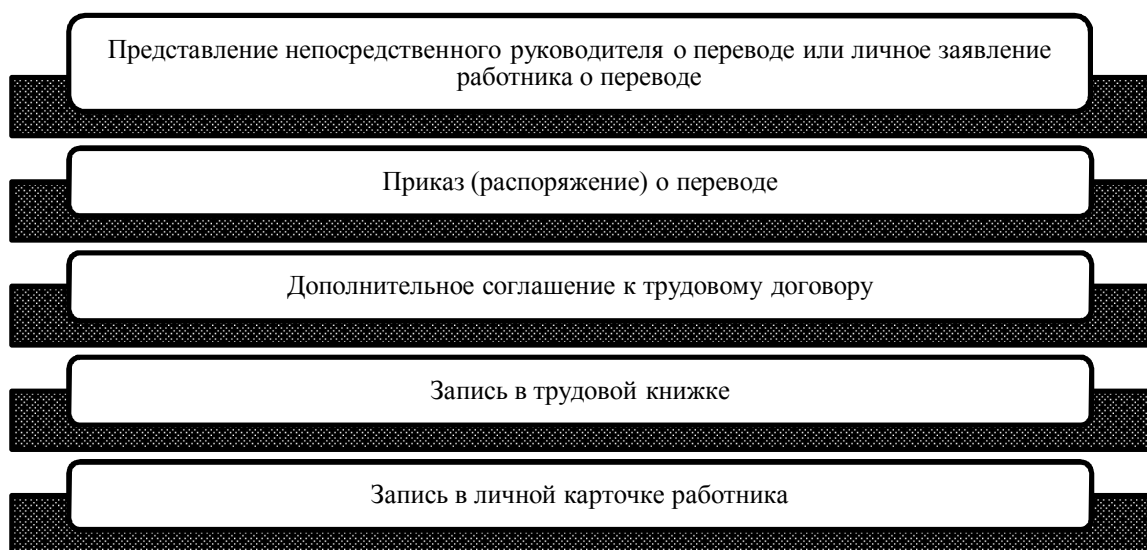


Рис. 2. Перечень документов при переводе работника

В свою очередь, при прекращении трудового договора (контракта) между работодателем и работником речь идет об увольнении последнего по трем возможным причинам:

- по инициативе работника (по собственному желанию);
- увольнение по инициативе работодателя;
- в связи с выходом на пенсию.

Увольнение считается законным только в случае полного соблюдения прав работника, с которым расторгается трудовой договор, в частности при наличии оснований прекращения трудового договора, изложенных в ст. 77 ТК РФ. Сюда относятся среди прочего переход работника к новому работодателю, его отказ от продолжения работы из-за существенно изменившихся условий трудового договора, прекращение работы по состоянию здоровья и др. [1].

Для документирования любой процедуры увольнения необходимо осуществление шагов, обозначенных на рисунке 3.

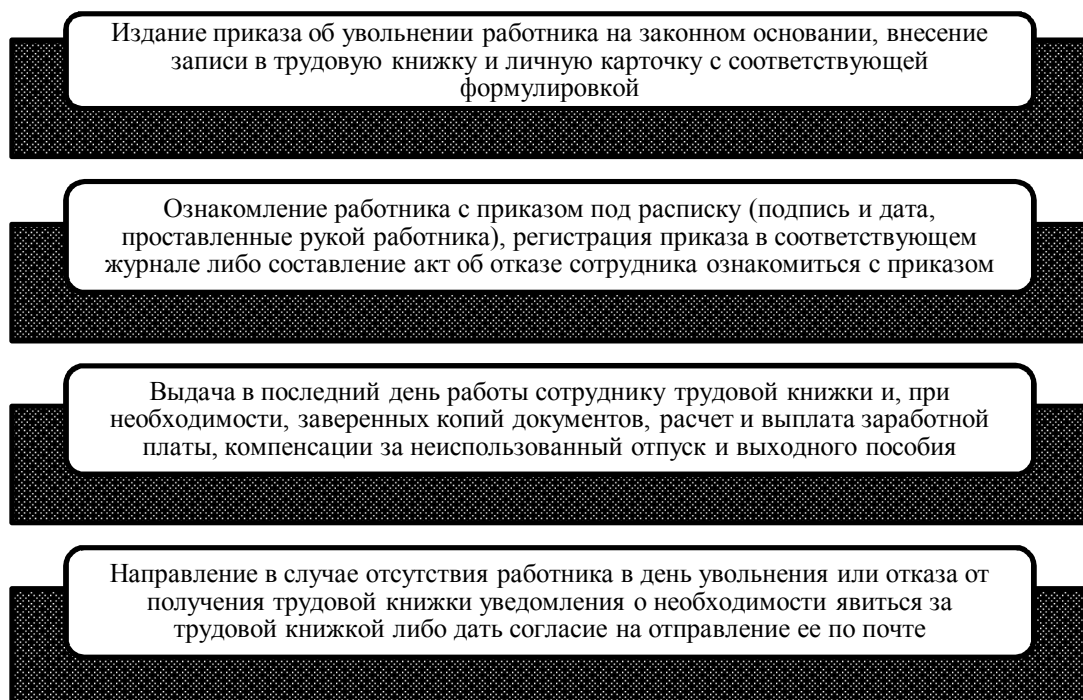


Рис. 3. Перечень документов и процедур, сопровождающих увольнение работника

Итак, все этапы трудового цикла от приема в организацию нового работника до его увольнения вне зависимости от формы собственности подлежат обязательному документированию. Совокупность взаимосвязанных документов, фиксирующих этапы трудовой деятельности работника, способы расчетов по оплате труда и другие особенности, называют документацией по личному составу (персоналу, кадрам). Всю документацию по личному составу можно разделить на три большие группы в логическом порядке по этапам трудового цикла работника – на документацию, связанную с комплектованием персонала организации, с процессом движения персонала в период работы в организации и с прекращением трудовых отношений работника с организацией, то есть с увольнением.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 29.07.2017) [электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683 (дата обращения: 18.11.2017).
2. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: учебное пособие. М.: Новое знание, 2014. 336 с.
3. Литвинцева Н.А. Психологические аспекты подбора и проверки персонала. М.: Бизнес-школа, 2014. 400 с.
4. Макарова И.К. Управление человеческими ресурсами: пять уроков эффективного HR-менеджмента. М.: Дело, 2015. 232 с.
5. Шапиро С.А., Шатаева О.В. Основы управления персоналом в современных организациях: экспресс-курс. М., 2014. 199 с.

НОРМАТИВНОЕ ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГЛАВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПО ВОПРОСАМ МИГРАЦИИ МВД РОССИИ

Аннотация. В статье исследуются вопросы совершенствования миграционной политики РФ, дается анализ процесса нормотворчества в сфере миграции и состояния законодательства на текущий момент на федеральном уровне.

Ключевые слова: миграционная политика; миграционное право; законодательство; регулирование; государство; гражданин.

Главное управление по вопросам миграции Министерства внутренних дел Российской Федерации (далее ГУВМ МВД) является самостоятельным структурным подразделением центрального аппарата Министерства внутренних дел Российской Федерации, обеспечивающим и осуществляющим в пределах своей компетенции функции Министерства по выработке и реализации государственной политики, а также нормативному правовому регулированию в сфере миграции.

ГУВМ МВД в своей деятельности руководствуется Конституцией Российской Федерации, общепризнанными принципами и нормами международного права, международными договорами Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами МВД России и Положением о Министерстве внутренних дел Российской Федерации [2]. Миграционная политика России является составной частью государственной внешней и внутренней политики, а ее реализация относится к одной из приоритетных задач государства. Миграция определяет различные аспекты жизнедеятельности общества, влияя как на социальное, экономическое, демографическое развитие, так и на национальную безопасность РФ. И хотя в последние годы наблюдается активное развитие миграционного законодательства, миграционное право еще не превратилось в самостоятельную отрасль права. Процесс формирования этой отрасли национального законодательства идет постепенно, поскольку, как считает российский правовед Ю.А. Тихомиров, она «отражает сложные процессы в сфере миграционных отношений и, естественно, обладает комплексным характером». «Опорный слой» системного регулирования данной отрасли составляют принципы и нормы международного права, включая акты международных организаций и межгосударственных объединений...» [3, с. 18].

К источникам миграционного права, помимо законов и иных нормативно – правовых и подзаконных актов, относятся судебные решения, внутригосударственные договоры и соглашения, международные договоры РФ. Россия уже присоединилась практически ко всем международно-правовым актам в области прав человека, а также к правовым актам, регулирующим правоотношения в сфере миграции и общепризнанные нормы международного права. Нормативное регулирование вопросов миграции и защиты прав мигрантов в РФ осуществляется на следующих уровнях:

- на федеральном уровне (Конституция Российской Федерации, федеральные законы и подзаконные акты – указы Президента Российской Федерации; постановления Правительства РФ; нормативные правовые акты федеральных министерств и ведомств);
- на уровне субъектов Российской Федерации (законы субъектов РФ; подзаконные акты, издаваемые органами исполнительной власти субъектов РФ);
- на уровне местного самоуправления (нормативные акты органов местного самоуправления и должностных лиц местного самоуправления);
- на межгосударственном уровне (заключение многосторонних и двусторонних соглашений с другими государствами в области миграции), а также на основании общепризнанных принципов и норм международного и европейского права.

Правовую основу миграционной политики составляют Конституция Российской Федерации [1] и Федеральный закон «О гражданстве Российской Федерации» от 31 мая 2002 г. [4].

Согласно ст. 13 Закона РФ «О гражданстве» в общем порядке гражданство РФ приобретают дееспособные иностранные граждане и лица без гражданства, достигшие возраста 18 лет, если указанные граждане и лица:

1) проживают на территории Российской Федерации со дня получения вида на жительство и до дня обращения с заявлениями о приеме в гражданство Российской Федерации в течение пяти лет непрерывно;

2) обязуются соблюдать Конституцию Российской Федерации и законодательство Российской Федерации [1].

Положение иностранных граждан на территории РФ и миграционные процессы регулируются так же следующими федеральными законодательными актами: «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» от 25 июля 2002 г. [5], «О беженцах» от 19 февраля 1993 г. [6], «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15 августа 1996 г. [7], «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в РФ» от 18 июля 2006 г. [8].

Вышеперечисленные законы в значительной степени обеспечили законодательную реализацию целого ряда задач в регулировании миграционных отношений. В частности, надо отметить, что Конституция Российской Федерации, принятая в 1993 году, провозгласила основные принципы государственно-правового развития страны: демократическое федеративное правовое государство, в котором высшей ценностью являются права и свободы человека, а признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина – обязанностью государства. В Конституции закреплены базовые нормы, обеспечивающие важнейшие конституционные права человека и гражданина в миграционной сфере: право каждого, кто законно находится на территории РФ, на свободное передвижение; выбор места пребывания и жительства в пределах РФ; право на свободный выезд из страны и беспрепятственный въезд в РФ (ст. 27) [1].

После ликвидации Федеральной миграционной службы и замены ее Главным управлением по вопросам миграции у многих граждан возникли закономерные вопросы относительно изменения условий подачи заявлений и выдачи документов. Ранее, при получении или замене паспорта жители обращались в отделение Федеральной миграционной службы или же в службу «одного окна». На сегодняшний день сложившаяся процедура, включая подачу заявления, оформление и получение документов, практически не изменилась. Но в заявлении адресовать заявку необходимо не к ФМС, а к ГУВМ МВД. Подавать же заявления и пакет документов необходимо во вновь созданные отделения службы.

Зачастую иностранные граждане, иногда даже прибывшие в поисках убежища, а не только работы, не обращаются к официальным властям, а предпочитают находиться в России нелегально. Это приводит к правонарушениям и экстремистским действиям со стороны нелегальных мигрантов. В то же время на сегодняшний день иностранцам, приехавшим в Россию для заработка, намного выгоднее получить патент, чем оставаться «в тени». Согласно действующей сегодня государственной услуге по оформлению и выдаче иностранным гражданам патентов, после подачи пакета документов на патент на работу в ГУВМ МВД уже через десять рабочих дней от них приходит ответ. В соответствии с ним иностранному гражданину выдается либо патент на работу, либо уведомление об отказе. Причем проверка заявления о предоставлении государственной услуги и прилагаемых к нему документов на предмет наличия оснований для отказа занимает не более 10 минут.

На данный момент Главное управление не внесло никаких изменений в процедуры получения разрешения на временное проживание (РВП), подданства РФ или вида на жительство. Однако Концепция государственной политики предусматривает определенные реформы. В частности, они касаются института РВП, а также вида на жительство. Сейчас порядок при оформлении и выдаче документов регулируется соответствующими положениями законодательства.

Таким образом, миграционные процессы в РФ регулирует достаточно обширная законодательная база. При этом, отсутствует специализированный законодательный акт, посвященный вопросам миграционной сферы в целом, поскольку в России нет главного определяющего вектора развития миграционного законодательства РФ [9, с. 17]. Миграционная ситуация имеет тенденцию к изменению, в связи с чем миграционное законодательство требует постоянного совершенствования.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993; с учетом поправок, внесенных ФЗ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФЗ, от 30.12.2008 N 7-ФЗ). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399 (дата обращения: 12.10.2017).
2. Приказ от 15 апреля 2016 года № 192 «Об утверждении Положения о Главном управлении по вопросам миграции Министерства внутренних дел Российской Федерации». URL: <http://docs.cntd.ru/document/420355204> (дата обращения: 15.10.2017).
3. Тихомиров Ю.А. Правовое положение мигрантов // Зарубежное законодательство и сравнительное правоведение. 2006. Выпуск 3. №6. С. 17–23.
4. Федеральный закон от 31.05.2002 № 62-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О гражданстве Российской Федерации». URL: <http://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-31052002-n-62-fz-o/> (дата обращения: 12.10.2017).
5. Федеральный закон от 25 июля 2002 г. № 115-ФЗ "О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями). URL: <http://base.garant.ru/184755/> (дата обращения: 14.10.2017).
6. Федеральный закон от 19 февраля 1993 г. № 4528-I «О беженцах» (с изменениями и дополнениями). URL: <http://base.garant.ru/10105682/> (дата обращения: 14.10.2017).
7. Федеральный закон от 15 августа 1996 г. № 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» (с изменениями и дополнениями). URL: <http://constitution.garant.ru/act/right/10135803/> (дата обращения: 14.10.2017).
8. Федеральный закон от 18 июля 2006 г. № 109-ФЗ «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями). URL: <http://base.garant.ru/12148419/> (дата обращения: 14.10.2017).
9. Ястребова А.Ю. Правовые основы современной миграции и формирование иммиграционной политики РФ // Конституционное и муниципальное право. 2008. №15. С. 18-21.

УДК 651.54

А.М. Михайлов

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент Л.А. Якубова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ЭЛЕКТРОННЫЕ УСЛУГИ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ МЕЖРАЙОННОЙ ИНСПЕКЦИЕЙ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ № 6 ПО ХМАО – ЮГРЕ

Аннотация. В статье исследованы электронные сервисы, предоставляемые Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 6 по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре для физических лиц. Определена роль электронных услуг в документировании работы с налогоплательщиками.

Ключевые слова: электронные услуги; Федеральная налоговая служба России; Ханты-Мансийский автономный округ – Югра; электронный документооборот; налоговая декларация.

Важность темы определяет современный вектор развития России, который характеризуется постепенным переходом от индустриального общества к информационному. Наряду с общей тенденцией роста роли информации все большее значение для повседневной жизни российских граждан приобретают сведения федеральных органов власти, региональных органов власти и органов местного самоуправления. Модернизация государственного управления ставит перед задачей формирования системы взаимодействия органов государственной власти с населением и организациями, основанного на широком применении информационных телекоммуникационных технологий (ИКТ).

Важность темы связана с тем, что, в настоящее время широко внедрена в практику деятельности налоговых органов система электронного документооборота (СЭД), позволяющая обеспечить

оперативность (соблюдение установленных законодательством сроков) предоставления услуг населению; ускорить взаимодействие с подведомственными организациями, иными органами власти, подразделениями, расположенными в других городах или отдаленных офисах; обеспечить открытость и доступность информации о деятельности налоговых органов, а также предоставляемых ими услуг; снизить расходы на обеспечение взаимодействия между налоговыми органами и населением.

Налогоплательщиками выступают физические лица, достигшие совершеннолетия, а также несовершеннолетние – по отдельным видам доходов. Налогоплательщики подразделяются на резидентов и нерезидентов. Главный критерий для определения резидентства – пребывание физического лица в стране на протяжении определенного периода в течение финансового года. В большинстве стран этот период составляет шесть или более месяцев (свыше 183 календарных дней). Если этот критерий для конкретного случая недостаточен, то используются следующие дополнительные критерии: привычное жилище (основное жилье), центр жизненных интересов, национальность, гражданство и т.д. [2].

Межрайонная инспекция федеральной налоговой службы № 6 по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре, является территориальным органом Федеральной налоговой службы (ФНС России) и входит в единую централизованную систему налоговых органов. Межрайонная инспекция федеральной налоговой службы № 6 по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре находится в непосредственном подчинении Управления ФНС России (Управление) и подконтрольна ФНС России и Управлению.

Межрайонная инспекция федеральной налоговой службы № 6 по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре в своей деятельности руководствуется Конституцией Российской Федерации, федеральными конституционными законами, актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, нормативно-правовыми актами Министерства финансов Российской Федерации, правовыми актами ФНС России, нормативно-правовыми актами органов власти г. Нижневартовска и местного самоуправления принимаемыми в пределах их полномочий по вопросам налогов и сборов, настоящим положением.

Для удобства обращения физических лиц в налоговую службу создан Интернет-сайт в г. Нижневартовске. Специалисты налоговой службы постоянно работают над расширением возможностей предоставления налогоплательщикам услуг в электронном виде.

Сервис «Информационное обслуживание налогоплательщика» предоставляет возможность получить из налоговой инспекции различные сведения. Данный сервис позволяет направить обращение в налоговые органы Нижневартовска по объектам налогообложения (недвижимости, земельным участкам и транспортным средствам) для уточнения актуальности состояния данных, позволяет юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям получить информацию об отделе инспекции, в который можно обратиться. Сервис доступен только налогоплательщикам, состоящим на учёте в территориальных налоговых органах г. Нижневартовска, и позволяет производить примерный расчёт налога на любое транспортное средство физических лиц с учётом типа транспортного средства, его мощности и количества месяцев владения в году. Приложение не требует от пользователя ввода персональных данных.

Данный сервис позволяет налогоплательщику [5]:

- получить актуальную информацию о суммах начисленных и уплаченных налоговых платежей, о задолженности по налогам перед бюджетом, о наличии переплат, об объектах движимого и недвижимого имущества, принадлежащих налогоплательщику на праве собственности и являющихся объектами налогообложения;
- контролировать состояние расчетов с бюджетом;
- получить и распечатать налоговые уведомления и квитанции на уплату налоговых платежей;
- оплатить налоговую задолженность и налоговые платежи;
- обратиться в налоговые органы без личного визита в налоговую инспекцию.

Для информирования физических лиц о налоговых ставках и методиках расчета по данному налогу существуют специализированные сайты в Интернет, где можно в режиме онлайн с определенной долей достоверности рассчитать уплачиваемую сумму налога за налогооблагаемый год.

Представляет интерес Интернет-сервис «Личный кабинет налогоплательщика для физических лиц» позволяет налогоплательщику, который позволяет [4]:

- получать актуальную информацию об объектах имущества и транспортных средствах, о суммах начисленных и уплаченных налоговых платежей, о наличии переплат, о задолженности по налогам перед бюджетом;
- контролировать состояние расчетов с бюджетом;

- получать и распечатывать налоговые уведомления и квитанции на уплату налоговых платежей;
- оплачивать налоговую задолженность и налоговые платежи;
- скачивать программы для заполнения декларации по налогу на доходы физических лиц;
- отслеживать статус камеральной проверки налоговых деклараций по форме № 3-НДФЛ;
- обращаться в налоговые органы без личного визита в налоговую инспекцию.

Поступившие обращения рассматриваются в течение 30 дней со дня их регистрации. В исключительных случаях срок рассмотрения письменного обращения может быть продлен не более чем на 30 дней. О продлении срока рассмотрения обращения его автор уведомляется письменно (или по электронной почте). При необходимости обращения направляются по принадлежности в соответствующие территориальные органы Федеральной налоговой службы либо в иной государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу [1].

Ответ на обращение, подлежащее рассмотрению в Межрайонной инспекции федеральной налоговой службы №6 по Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре, в зависимости от выбранного значения поля «Как вам направить ответ» направляется либо по адресу электронной почты, указанному в обращении, либо в письменной форме по почтовому адресу, указанному в обращении.

Обращения, в которых не указаны предусмотренные законодательством РФ фамилия, имя, отчество (при наличии), а также почтовый адрес (для направления ответа в бумажном виде) либо адрес электронной почты (для направления ответа в электронном виде) к рассмотрению не принимаются [5].

В Межрайонной инспекции федеральной налоговой службы № 6 по Ханты-мансийскому автономному округу – Югре не подлежат рассмотрению (не дается ответ по существу поставленных вопросов):

- не поддающиеся прочтению обращения;
- обращения, на которые не может быть дан ответ без разглашения сведений, составляющих государственную, налоговую или иную охраняемую федеральным законом тайну;
- обращения, в которых содержатся нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу должностного лица, а также членов его семьи;
- если для рассмотрения поставленных вопросов требуется наличие заверенных копий документов и (или) личной подписи заявителя.

К электронным услугам, предоставляемым в г. Нижневартовске физическим лицам, относятся следующие сервисы:

- *личный кабинет налогоплательщика для физических лиц*. Этот сервис позволяет налогоплательщику получать актуальную информацию о задолженности по налогам перед бюджетом, о суммах начисленных и уплаченных налоговых платежей, об объектах движимого и недвижимого имущества, контролировать состояние расчетов с бюджетом, получать и распечатывать налоговые уведомления и квитанции на уплату налоговых платежей, оплачивать налоговую задолженность, обращаться в налоговые органы без личного визита в налоговую инспекцию.

- *узнай свою задолженность*. Сервис «Узнай свою задолженность» предоставляет пользователям возможность осуществлять поиск информации о задолженности по имущественному, транспортному, земельному налогам, налогу на доходы физических лиц (только для физических лиц, граждан РФ) и распечатать платежный документ (извещение) по форме № ПД (налог).

- *обратиться в Межрайонную инспекцию федеральной налоговой службы №6 по Ханты-мансийскому автономному округу – Югре*. Данный сервис является дополнительным средством для обращений физических и юридических лиц в Федеральную налоговую службу.

- *онлайн запись на прием в инспекцию*. Сервис «Онлайн запись на прием в инспекцию» предоставляет налогоплательщику возможность записаться на прием в выбранное время в налоговую инспекцию в режиме онлайн. Услуга предоставляется как юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, так и физическим лицам. Запись на прием осуществляется в соответствии с графиком работы выбранной Межрайонной инспекцией федеральной налоговой службы № 6 по Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре при наличии свободных интервалов времени для записи. Запись начинается за 14 календарных дней и заканчивается в 24.00 предшествующего календарного дня. Налогоплательщику предоставляется возможность записаться на прием в рамках одной услуги не более, чем 3 раза в течение 14 дней [5].

Допускается запись одного налогоплательщика с одним комплектом документов на две и более различных услуг в один и тот же день, но в различные интервалы времени.

– узнать о жалобе. Данный сервис предоставляет возможность организациям и физическим лицам получать информацию о ходе и результатах рассмотрения обращений (жалоб, заявлений, предложений), поступивших в Федеральную налоговую службу.

– разъяснения Федеральной налоговой службы, обязательные для применения налоговыми органами. Ресурс разъясняет налогоплательщикам и сотрудникам территориальных налоговых органов официальную позицию Федеральной налоговой службы России о порядке заполнения налоговых деклараций, исчисления и уплаты налогов и сборов, согласованную с Минфином России.

– *федеральная информационная адресная система*. Сервис «Федеральная информационная адресная система (ФИАС)» позволяет получить достоверную, единообразную, общедоступную, структурированную адресную информацию по территории Российской Федерации. Федеральная информационная адресная система (ФИАС) содержит достоверную единообразную и структурированную адресную информацию по территории Российской Федерации, доступную для использования органами государственной власти, органами местного самоуправления, физическими и юридическими лицами. Система разработана в соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 10.06.2011 № 1011-р. Сведения из ФИАС представляются на основе административно-территориального деления субъектов Российской Федерации и на основе муниципального деления. Адресная информация, содержащаяся в ФИАС, является открытой и предоставляется на бесплатной основе. Предоставление в электронном виде адресной информации, содержащейся в ФИАС (далее – адресные сведения), посредством сервисов, предоставляемых оператором системы, а также в виде файлов выгрузки осуществляется на безвозмездной основе.

В электронном виде адресные сведения представляются:

1. Через интерактивный доступ к ФИАС. Адресные сведения представляются с использованием общедоступной функции ФИАС «Просмотр адресной информации».

Использование данной функции обеспечивает представление адресных сведений субъектов Российской Федерации в разрезе как административного, так и муниципального деления.

Порядок использования данной функции доступен через закладку «Помощь по работе с порталом по функции «Просмотр адресной информации»».

2. Файлы выгрузки БД ФИАС представляются на портале ФИАС в виде файлов (таблиц) DBF, состав которых представлен в документе «Состав сведений Федеральной информационной адресной системы».

3. Получение адресных сведений посредством web-сервисов через Систему межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) осуществляется в соответствии с установленными требованиями СМЭВ

– *анкетирование*. Предлагается возможность оценить работу налоговых органов.

– *вакансии*. Сервис предназначен для информирования о вакансиях Федеральной налоговой службы России.

– *почтовая рассылка сайта Федеральной налоговой службы России*. Позволяет получать обновления сайта федеральной налоговой службы из интересующей пользователя рубрики [4].

– *форум сайта Федеральной налоговой службы России*. Форум предназначен для того, чтобы пользователи: могли найти ответ на свой вопрос, публиковали на нем ответ на вопрос, интересный многим: форум – это обмен знаниями, навыками, опытом.

– *адрес и платежные реквизиты инспекции*. Позволяет налогоплательщику по своему адресу узнать номер, адрес и реквизиты своей налоговой инспекции.

– *узнай ИНН*. Данный сервис позволяет:

– узнать свой ИНН;

– узнать ИНН физического лица.

Для того, чтобы узнать свой ИНН необходимо:

– заполнить форму запроса о наличии постановки на учет с присвоением ИНН;

– отправить запрос;

– если Вы состоите на учете в налоговых органах с присвоением ИНН, Ваш ИНН появится в строке результата.

Для того, чтобы узнать ИНН физического лица, необходимо:

– заполнить форму запроса на получение информации об ИНН физического лица;

– отправить запрос;

– информация о наличии ИНН у ФЛ, в отношении которого был направлен запрос, будет отражена в строке результата;

– обратиться в инспекцию за получением информации об ИНН физического лица.

– подача заявления физического лица о постановке на учет.

Сервис позволяет [4]:

– заполнить заявление физического лица о постановке на учет в налоговом органе на территории Российской Федерации;

– зарегистрировать и отправить в налоговый орган заполненное заявление;

– получать информацию о состоянии обработки заявления в налоговом органе на сайте и по адресу электронной почты (если Вы укажете его в заявлении в разделе «Контактные данные заявителя»);

– распечатать заполненное заявление.

– *подача электронных документов на государственную регистрацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.* Сервис предоставляет возможность направить пакет документов в налоговый орган при государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Сервис требует наличия ЭЦП и установки специальной программы подготовки пакета документов. При этом свидетельство о государственной регистрации можно получить удобным для налогоплательщика способом, не требуется обязательного личного визита в налоговую инспекцию.

– *подача заявки на государственную регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя.* Сервис позволяет физическим лицам, регистрируемым в качестве индивидуального предпринимателя, направить заявку на государственную регистрацию. Сервис работает в интерактивном режиме и не требует наличия ЭЦП. Для получения свидетельства о государственной регистрации потребуется личный визит в налоговую инспекцию [3].

– *создай свой бизнес.* Сервис представляет собой интерактивную пошаговую инструкцию для начинающих предпринимателей: поможет выбрать форму регистрации и режим налогообложения, осуществить государственную регистрацию, узнать о правилах применения контрольно-кассовой техники, получить необходимую информацию о процедуре проведения налоговых проверок.

– *имущественные налоги: ставки и льготы.* Интернет-сервис «Имущественные налоги: ставки и льготы» создан в целях совершенствования администрирования имущественных налогов и повышения эффективности информирования налогоплательщиков по вопросам применения налоговых ставок и льгот по следующим налогам:

– налог на имущество физических лиц,

– налог на имущество организаций,

– земельный налог,

– транспортный налог.

– *часто задаваемые вопросы.* Сервис создан для повышения качества информирования налогоплательщиков. Здесь собрана база ответов на самые актуальные вопросы налогоплательщиков: о действующем налоговом законодательстве, ставках имущественных налогов, льготах, о порядке взаимодействия с налоговыми органами по различным вопросам и т.д.

– *заполнить платежное поручение.* Позволяет подготовить платежные документы на перечисление налогов, сборов и иных платежей в бюджетную систему Российской Федерации в электронном виде.

– *уплата госпошлины.* Позволяет подготовить платежные документы на перечисление налогов, сборов и иных платежей в бюджетную систему Российской Федерации в электронном виде.

– *сроки направления налоговых уведомлений.* Позволяет узнать о запланированных сроках направления налоговых уведомлений по налогу на имущество физических лиц, транспортному и земельному налогам в конкретной налоговой инспекции.

Таким образом, Федеральная налоговая служба предоставляет физическим лицам широкий спектр услуг. Это позволяет упростить работу с населением г. Нижневартовска, учитывать возможности взаимодействия с налоговым органом каждого жителя города.

Список литературы

1. Догадкин В.М. Государственное регулирование в сфере информационных технологий // Экономические науки. 2010. № 62. С. 153–156.
2. Кузнецов В.П. Правовые основы деятельности налоговых органов. Оренбург: ЦДО ОГУ, 2006. С. 8.
3. Максуров А.А. Интернет как новое правовое пространство // Право и экономика. 2010. № 3. С. 40–44.
4. Федеральная налоговая служба. URL: <https://www.nalog.ru> (дата обращения: 29.11.2017).
5. Электронное правительство. URL: <https://www.gosuslugi.ru> (дата обращения: 29.11.2017).

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ АТТЕСТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В АО «САМОТЛОРНЕФТЕГАЗ»

Аннотация. Аттестация – необходимый элемент управления организацией. Определены цели и задачи проведения процедуры аттестации работников предприятия.

Ключевые слова: аттестация; персонал; документирование.

Аттестация персонала для большинства организаций в настоящее время приобретает особое значение. Это связано с тем, что работа в условиях рынка труда требует высокие требования к персоналу, к их знанию и навыкам работы. В современном мире требуется быстро осваивать новые профессиональные знания. Способность организации проводить аттестацию персонала является одним из важных факторов успеха. Быстро изменяются как внешние условия (новые конкуренты, экономическая политика государства, законодательство и т.п.), так и внутренние условия функционирования организации (реструктуризация предприятий, технологические изменения, появление новых рабочих мест), что вынуждает фирмы проводить аттестацию персонала.

Несмотря на распространенность аттестации как инструмента оценки кадров в современном мире, во многих учреждениях отсутствуют критерии оценки и методы, соответствующие стратегии и корпоративной культуре организации.

Современный этап XXI века привел к качественному изменению роли человека в производстве, превращению его в решающий фактор. Опыт успешных предприятий показывает, что создание условий для роста сотрудников и повышения их квалификации дают в 2–3 раза более высокую отдачу, чем средства, которые направлены на решение производственных проблем. Обучение персонала становится приоритетным направлением деятельности, а процесс проведения аттестации представляет собой особый порядок.

Аттестация персонала – это оценка уровня профессиональной подготовки и соответствия специалиста занимаемой должности, а также решение вопроса о присвоении квалификационного разряда. При этом она позволяет не только определять профессиональный уровень работника, но и формирует такую систему ценностей и установок, которая соответствует сегодняшним реалиям и поддерживает рыночную стратегию.

Сегодня организации рассматривают аттестацию персонала как определение квалификации, уровня знаний и умений сотрудников организации, а также соответствие требованиям предприятия, что требует четкого порядка подготовки и оформления документации.

Аттестация персонала – это периодическая комплексная проверка уровня деловых, личностных и моральных качеств работника по соответствующей им должности. Она проводится в соответствии с «Положением о порядке проведения аттестации лиц, занимающих должности исполнительных руководителей и специалистов организаций и их подразделений, осуществляющих перевозку пассажиров и грузов», утвержденного приказом Минтранса России и Минтруда России от 11.03.94 г. № 13/11.

При благоприятных обстоятельствах аттестация персонала выполняет важную двойную функцию наилучшего использования работника и его мотивацию.

Цели проведения аттестации персонала:

1. улучшение качественных характеристик кадрового состава;
2. оценка соответствия сотрудника должности;
3. установление необходимости обучения персонала;
4. рациональное использование потенциала сотрудников.

Корпоративная система обучения и развития персонала АО «Самотлорнефтегаз» направлена на решение следующих стратегических задач:

- обеспечить уровень профессионально-технической компетентности сотрудников, соответствующий текущей и перспективной потребности бизнеса Компании;

- усилить управленческие компетенции Компании, в том числе за счет развития внутреннего кадрового резерва;
- обеспечить стратегические проекты Компании подготовленным персоналом;
- выполнить обязательные государственные требования к уровню подготовки персонала топливно-энергетического комплекса, нацеленные на обеспечение качества и безопасности на производстве; обеспечить необходимый уровень компетентности всех работников Компании, задействованных в системе управления промышленной безопасностью;
- обеспечить необходимый уровень компетентности всех работников компании, задействованных в корпоративной системе управления промышленной безопасностью и охраны труда.

В Компании идет непрерывный процесс улучшения системы оценки и развития рабочих, специалистов и руководителей. С этой целью разработаны и используются:

- профессионально-технические компетенции и инструменты оценки блоков «Геология и разработка месторождений», «Добыча», «Шельфовые проекты», «Нефтепереработка», «Управление персоналом», «Проектно-изыскательские работы», «Нефтепродуктообеспечение», «Логистика и транспорт», «Экономика и финансы» и др.;
- профессиональные стандарты и контрольно-измерительные материалы для ключевых профессий в области добычи, переработки и нефтепродуктообеспечения;
- инструменты оценки управленческих компетенций руководящего состава и кандидатов в кадровый резерв Компании.

Результаты оценочных процедур учитываются при формировании индивидуальных планов развития и ложатся в основу планирования мероприятий по обучению и развитию работников Компании.

Правильно организованная и проведенная аттестация способна выявить многие проблемы в системе управления организацией, поскольку основной ее целью является не массовая оценка работников, а глубокий разбор индивидуальных достижений или ошибок работников в конкретных структурных подразделениях. Руководители структурных подразделений и компаний должны помнить, что согласно Трудовому кодексу РФ недостаточная квалификация работника должна быть подтверждена результатами аттестации. Аттестация, проводимая коллегиально, помогает в значительной степени избежать следующих основных проблем:

- оценки деятельности работника на основе дружеского расположения руководителя, возникающего вследствие неформальных отношений;
- оценки деятельности работника на основе личной антипатии руководителя или его ближайшего окружения;
- оценки деятельности на основании преднамеренного завышения требований со стороны руководителя, желающего таким образом стимулировать работников на повышение результативности труда;
- оценки деятельности по второстепенным признакам;
- субъективной оценки деятельности работника со стороны коллег или руководства.

В заключение стоит сказать, что аттестация – не средство для давления на работников, а элемент управления организацией, подтверждающий правильность кадровой политики организации, выявляющий сильные и слабые стороны в управлении человеческими ресурсами, а также обоснованность и эффективность использования финансовых ресурсов, направленных для их развития. В настоящее время некоторые руководители, к сожалению, используют процедуру аттестации в целях увольнения «неподходящих» сотрудников. Такой подход является неправильным. Аттестация не должна проводиться ради самой процедуры. Она может быть эффективной, только если будет лишена признаков формальности, будет объективной, а по ее результатам проведутся конкретные мероприятия. Самое главное – должны последовать реальные действия в соответствии с теми целями, которые были заявлены перед началом оценки.

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ НАКАЗАНИЙ СВЯЩЕННО- И ЦЕРКОВНОСЛУЖИТЕЛЕЙ В ТОБОЛЬСКОЙ ЕПАРХИИ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX – НАЧАЛЕ XX вв.

Аннотация. Рассматривается вопрос о документировании наказаний священно- и церковнослужителей в Тобольской епархии во второй половине XIX – начале XX вв. Приводится классификация проступков, за которые наказывали приходское духовенство. Рассматривается система наказаний за уголовные преступления.

Ключевые слова: Русская Православная церковь; Тобольская епархия; священнослужители; церковнослужители; духовенство; наказания; документирование.

Наказание присутствует в обществе на всем протяжении истории его развития. На различных этапах развития общества наказание выступало явлением, обеспечивающим определенные интересы общества.

Что касается сословных прав духовенства, то в начале XIX в. священнослужители в свободе от телесных наказаний по суду приравнивались к дворянам. Впоследствии эту привилегию получили их жены, а при Николае I также и дети. Однако церковнослужители, наравне с лицами податных сословий, в случае совершения уголовных преступлений, могли быть подвергнуты телесному наказанию. В 1863 г. телесные наказания как карательные меры, назначавшиеся судом, были отменены для всех подданных России [4].

Целью данного исследования является классификация дел Тобольской духовной консистории, относящихся к наказаниям поступков священно- и церковнослужителей, за которые они в дальнейшем несли уголовное наказание.

Исследование проведено с помощью, представленных в Государственном архиве г. Тобольска фондов Тобольской духовной консистории.

В данном исследовании нами было проанализировано около 4000 дел Тобольской духовной консистории, посвященных деятельности священно- церковнослужителей.

Церковное делопроизводство являлось частью общероссийского, и в некоторой степени, регламентировалось со светским одними и теми же законодательными актами.

В соответствии с церковными канонами и гражданскими законами епитимия (церковное наказание представителей церкви за те или иные грехи и проступки) накладывалась чаще всего за следующие проступки: прелюбодеяние, рукоблудие, убийство. Епитимия заменяла собою уголовную ответственность в преступлениях, совершенных по неосторожности: за попытку самоубийства, сектантство, распространение раскола, богохульство или отказ исполнять церковные обряды [3, с. 53]. Так, было обнаружено, что в Тобольской епархии 59 дел было заведено о «не служении в высокочестивые дни священников, пономарей, дьяков, иеромонахов», например, «Дело об упущении службы в Высокочестивый день священником Тарской городской Богородской церкви Михаилом Кобелевым».

Во второй половине XIX в., как и в более ранний период, самым распространенным пороком в среде приходского духовенства было пьянство. Нами было обнаружено 25 дел, относящихся к непотребным поступкам, нетрезвой жизни, служившем в пьяном виде литургию дьяконов, иеромонахов, а также священников: «Дело о наказании за пьянство иеромонаха Тобольского Знаменского монастыря Иезекии». Неизменным спутником пьянства было недостойное поведение. На данный период исследования было обнаружено 15 дел о неблагоприятных поступках священников, протопопов и иеромонахов: «Дело по доношению надзирателя Ивана Перевитского Кондинской волости на священника Ивана Пылова Леушинской волости о неблагоприятных поступках».

Крайне редко, но все же случалось, что священно- и церковнослужителей судили за развратные действия. Так, в Тобольской епархии было найдено 22 дела о блудном житье и блудном насилии: «Дело о прелюбодеянии пономаря Ивана Никитина с девкой Ефросиньей Федоровой».

Часты были драки и взаимные оскорбления духовных лиц. Нами было найдено 15 дел о драках и избиении крестьян дьяконом, священником, иеромонахом, а также дьяконом: «Дело по челобитным и доношениям выборных из крестьян о разных поступках священника с Чередовского Тарского заказа Ивана Чубарова: избиении крестьян, пьянстве и др.». Взаимные оскорбления были найдены в 11 делах: «Дело по доношению Томского заказчика архимандрита Исаяи Русановича об оскорблениях, нанесенных ему иеродьяконом Томского Богородице алексеевского монастыря Вениамином».

В монашество вступали по добровольному согласию. Насильственное пострижение влекло по закону уголовное наказание. Тем не менее известно немало исторических примеров насильственного пострижения (заточения в монастырь) даже особ великокняжеского и царского рода (обычно по политическим мотивам).

Лишением сана священника сопровождалось наказание не только за уголовные преступления, но и за венчание священно-, церковнослужителей незаконного брака. Нами было обнаружено 17 дел: «Дело о венчании священником Татмытской слободы Тарского заказа Василием Леонтьевым незаконных браков».

По «Уставу духовных консисторий», на который опирались в своей работе члены консистории при вынесении решений, на духовенство могли быть наложены в качестве епитимьи не только обычные наказания, но и даже лишение священнослужителя сана с последующим исключением из духовного ведомства. Иногда священнослужителей от места отстраняли лишь временно — на период прохождения исправления в монастыре. При этом священник, чтобы сохранить место, должен был оплачивать половину жалования лицу, которое его заменяло. В некоторых случаях отстранение от места не сопровождалось исключением из духовного ведомства. Это давало им шанс найти самостоятельно себе место в качестве вольнонаемного священника, которого содержали прихожане, а не государство [2].

Духовенство жаловалось на то, что им часто приходилось выпрашивать милостыню у прихожан. На фоне этого нами было обнаружено 30 дел о краже церковных монет, икон и других вещей, а также взятках: «Дело о краже пономарем Богословской церкви Ямышевской крепости Аверкием Рябовым церковных денег».

Рассмотрим, за что были осуждены тобольские священно- и церковнослужители. За пьянство были наказаны 25 человек. За самоуправство и различные противозаконные действия по службе понесли наказание 58 человек; «за немирлобие, непослушание, неприличные поступки и неблагоповедение вообще» – 37 человек. Кроме того, 2 священнослужителя были наказаны за убийство. Наказания, а значит и проступки, отличались по стратам духовного сословия. Среди осужденных за нетрезвый образ жизни преобладали священники. По остальным проступкам лидировали священники и дьяконы.

Таким образом, во второй половине XIX – начале XX вв. среди приходского духовенства росло число случаев отклоняющегося поведения. Они были весьма разнообразны. Причиной их были внутренние и внешние процессы, происходящие в самом духовном сословии и российском обществе.

Список литературы

1. Скутнев А.В. Приходское духовенство: особенности менталитета и неканоническое поведение (вторая половина XIX – начало XX вв.) // Новый исторический вестник. 2007. № 16. С. 63–77.
2. Селевич Ю.Л. Церковные наказания. URL: <http://www.science-techno.ru/nt/article/tserkovnye-nakazaniya> (дата обращения: 21.12.2017).
3. Федоров В.А. Русская Православная Церковь и государство. Синодальный период. 1700-1917. М.: «Русская панорама», 2003. 480 с.
4. Цыпин В. История Русской Православной Церкви. Синодальный и новейший периоды; 4-е изд. М.: Изд-во Сретенского монастыря, 2010. 816 с.

НАГРАЖДЕНИЕ НАБЕДРЕННИКАМИ СВЯЩЕННИКОВ И ИЕРОМОНАХОВ ТОБОЛЬСКОЙ ЕПАРХИИ В XIX – НАЧАЛЕ XX вв.

Аннотация. В работе представлены состав и содержание дел Тобольской духовной консистории Государственного архива в г. Тобольске с целью выяснения причин и этапов процедуры награждения набедренником священников и иеромонахов Тобольской епархии в XIX – начале XX вв.

Ключевые слова: Тобольская епархия; Тобольская духовная консистория; награждение священников и иеромонахов; набедренники.

Набедренник являлся частью богослужебного облачения священника в виде прямоугольника, который носится на длинной ленте у бедра. Право ношения набедренника давалось священникам и иеромонахам в качестве награждения. Набедренник являлся самым распространенным поощрением иеромонахов и одним из низших знаков отличия священников [1, с. 96, 99].

Набедренник в качестве архиерейской награды для священников был введен, по некоторым данным, в середине XVIII в. архиепископом Московским и Севским Платоном (Малиновским) [7].

Чтобы заслужить такое церковное поощрение, как разрешение проводить службу в набедреннике, было недостаточно отлично исправлять возложенные обязательства по основной должности (в таком случае награждали низшей наградой – бронзовым крестом), требовалось долговременно и «беспорочно» служить Церкви либо самоотверженно и бесплатно совершать дополнительные богоугодные действия, например, заниматься обучением детей.

21 марта 1823 г. архиепископ Амвросий II (Рождественский-Вещезеров) представил ТДК предложение о награждении священника Тюменской городской Воскресенской церкви и благочинного И. Лукина набедренником «за отличное его поведение и ревностное прохождение возложенных на него должностей». Это предложение было заслушано и записано в журнал ТДК в тот же день. Следующие документы в деле – указ Его Императорского Величества Самодержца Всероссийского из ТДК в Тюменское духовное правление от 31 марта 1823 г. и черновик свидетельства о награждении, выданный по указу ТДК. 10 апреля духовное правление составило рапорт о получении указа и вручении знака отличия священнику [4. Л. 1–5].

Представления имели установленную форму, в которой указывалось наименование церкви, заслуги священника, вид знака отличия, приказ в ТДК выдать свидетельство, иногда с обозначением правления, через которое передавалось свидетельство, как, например, в предложении о награждении священника тюменской городской Вознесенской церкви Г. Тихонова набедренником «за исправное прохождение экономской в Тюменском Троицком монастыре должности» от 5 сентября 1823 г. Данное дело примечательно тем, что в нем сохранилась копия свидетельства, да и производство по делу состоялось особенно быстро – 29 сентября был составлен рапорт Тюменского духовного правления [2. Л. 1–4].

Представления о награждении могли быть групповыми, например, как предложение архиепископа Тобольского и Сибирского Амвросия II о награждении строителя Рафайловского Троицкого монастыря иеромонаха Иринарха и казначея Тобольского Знаменского монастыря иеромонаха Михаила набедренниками «за долговременное и беспорочное их служение церкви и исправное прохождение ими должностей» от 17 августа 1823 г. Кроме этого предложения, в деле сохранился только черновик или копия свидетельства от 23 августа, причем копия остальные документы, видимо, утрачены, что, к сожалению, лишает нас возможности определить длительность делопроизводства по данному делу.

Как видно, процедура награждения была в разных случаях идентичной, однако предложение о поощрении священника могло исходить и от других лиц, и тогда делопроизводство по делу велось следующим образом [5. Л. 1–2].

Командующий Сибирским линейным казачьим войском лейб-гвардии полковник Броневский сообщил одному духовному лицу¹ о «примерном усердии крепости полуденной» священника П. П. Сотникова в обучении казачьих воспитанников закону Божию и «в редутах Ганкином и Медвежьем, принятому им без платы, по одному только благочестивому христианскому побуждению». Полковник Броневский именно в местах служения данного священника заметил особые успехи и хвалил его метод преподавания. Чтобы поощрить прочих обучающихся богословию священников к подобному усердию, было рекомендовано в письме архиепископу Амвросию II (Рождественскому-Вещезерову) от 16 октября 1823 г. (№ 6423) представить П. П. Сотникова к награждению.

Архипастырь 20 октября 1823 г. потребовал у ТДК представить справку о священнике, согласно которой Ишимского ведомства Полуденной крепости Михайло-Архангельской церкви священник Павел Петров Сотников 48 лет был женат, читал и пел хорошо, Катехизис знал, в семинарии обучался до 3-го класса, после выпуска из нее был 9 мая 1789 г. определен в стихарь дьячком Шадринского заказа с. Каргапольского к Николаевской церкви, 19 июня 1794 г. произведен в дьяконы Челябинского заказа с. Петровского к Благовещенской церкви, 2 февраля 1796 г. рукоположен в священники, в 1812 г. был награжден бронзовым крестом. Местный благочинный отзывался о нем так: «поведения честного, причем к должности заслуживает одобрения». В ТДК не было найдено никаких дел, касающихся этого священника.

Согласно резолюции преосвященного за 2 ноября, написанной на справке, П.П. Сотников за «праведное и безвозмездное» обучение казачьих детей удостоивался знаком отличия – правом исправлять служение в набедреннике.

В деле ТДК сохранился достаточно редко встречаемый документ – копия свидетельства о награждении от 8 ноября 1823 г., а также письмо архиепископа (№ 3250) губернатору генерал-лейтенанту и разных орденов кавалеру П.М. Капцевичу, извещающего об этом награждении.

Последний документ в деле – рапорт от 20 ноября 1823 г. (№ 1202) о получении указа от 8 ноября (№ 3242) Ишимского духовного правления в ТДК о приложении свидетельства о награждении. Духовное правление вызвало священника для получения знака отличия [3. Л. 1–5].

В ГБУТО ГАТ хранятся дела о награждении священников несколькими знаками отличия, например, скуфьями и набедренниками, например, как «Дело о награждении священнослужителей Тобольской епархии скуфьями и набедренниками» за 24 марта 1906 – 19 марта 1907 гг. В течение этого времени было представлено к награждению 41 духовное лицо (согласно списка с делением на уезды). Относительно каждого священника указан год рукоположения, уровень образования и поведение. О 13 священниках сказано, в каком году они были награждены набедренником, и тогда они представлялись к награждению скуфьей. Остальные 28 духовных лиц наградили набедренником. К перечню священников прилагается наградный список, оформленный традиционно – в виде таблицы с титульным листом. На своем персональном типографском бланке епископ Тобольский и Сибирский Антоний (Каржавин) 26 марта 1906 г. (№ 1807) перечислил священников и иеромонахов, которые «за свои полезные и усердные труды заслуживают награждения ... наградами»: 5 награжденных скуфей и 9 – набедренников, с показанием места служения и уезда. Делопроизводство в это время уже вышло на новый уровень: помимо бланка должностного лица (преосвященного), было введено проставление даты получения документа с помощью печатного штампа. Так, ТДК получила представление на следующий день. С обратной стороны документа записана «справка» ТДК, согласно которой два священника оказались в прошлом привлечены ТДК к ответственности: один за венчание несовершеннолетних наказан высылкой в монастырь, второй за нарушение тишины в церкви оштрафован на 20 рублей, но только первому отказали в награде. Решения ТДК вместе со свидетельствами о наградах были отправлены благочинным: всего послали 13 свидетельств. Далее в деле содержатся доклады и рапорты благочинных о получении предложения, а также содержащие сведения о кандидатах, к примеру, один из них оказался сосланным в монастырь из-за венчания несовершеннолетней дочери псаломщика на 1 месяц и 1 день. Преосвященный решил отложить награждение «до снятия Св. Синодом подсудимости». Если препятствий не обнаруживалось, вручался знак отличия, на что указывалось в документе.

¹ В документах дела не указано лицо, которому писал Командующий Сибирским линейным казачьим войском лейб-гвардии полковник Броневский. В письме епископу отсутствует реквизит «адресант», присутствует только неразборчивая подпись и имя (предположительно Петр).

Таким образом, документирование процедуры награждения обычно включало следующие основные этапы: 1) подача преосвященным представления на кандидата в ТДК, 2) заслушивание на заседании ТДК предложения епископа и запись в журнал ТДК (в делах о награждении хранили выписку из журнала – протокол заседания ТДК), 3) отправление указа ТДК в духовное правление о принятии решения о награждении вместе со свидетельством о награждении (в делах сохранились черновики или копии свидетельств), 4) рапорт духовного правления о получении указа, выдаче знака отличия и свидетельства к нему. Таким образом, делопроизводство по награждению низшими наградами (например, набедренниками) оказывалось намного быстрее, состояло из меньшего количества этапов и было гораздо быстрее, чем делопроизводство по награждению высшими наградами (например, орденами). Так, получить набедренник можно было за месяц, а орден – за несколько месяцев или даже год по причине того, что решения о награждении набедренником принимались преосвященным самостоятельно, а присуждение ордена служило прерогативой Святейшего Правительствующего Синода [6. Л. 1-54].

Список сокращений

ГБУТО ГАТ – ГБУ Тюменской области «Государственный архив в г. Тобольске»
ТДК – Тобольская духовая консистория

Список литературы

1. Балашов Т.В. Братия монастырей Москвы во второй половине XIX – начале XX вв. // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. 2007. С. 96–102.
2. ГБУТО ГАТ. Ф. 156. Оп. 9. Д. 1671.
3. Там же. Д. 1973.
4. Там же. Д. 2102.
5. Там же. Д. 2266.
6. Там же. Оп. 18. Д. 268.
7. Литургические награды Русской Православной Церкви. URL: <http://unienc.ru/w/ru/1127612-liturgicheskiye-nagrady-russkoy-pravoslavnoy-tserkvi.html> (дата обращения: 15.12.2017).

УДК 651

А.В. Ткач
магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент А.В. Савельева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «ГОРВОДОКАНАЛ» г. НИЖНЕВАРТОВСКА

Аннотация. В статье рассматриваются законодательные акты РФ и локальные документы, регулирующие деятельность МУП «Горводоканал» города Нижневартовска. Автор выделил основные виды деятельности, права и обязанности предприятия. Проанализировал такие локальные документы, как свидетельства о государственной регистрации и постановке на учет в налоговый орган, устав предприятия.

Ключевые слова: «Горводоканал»; устав; свидетельство; договор; документ.

«Горводоканал» является одним из основных предприятий г. Нижневартовска. Его история ведет начало с 1992, а именно с 22.07.1992 г. Управление водоснабжения и канализации было переименовано в муниципальное предприятие «Горводоканал» на основании постановления главы администрации города Нижневартовск №286 от 22.07.1992.

01.08.1997 г. муниципальное предприятие «Горводоканал» переименовали в муниципальное унитарное предприятие «Горводоканал» согласно постановлению главы администрации города Нижневартовск №533 от 21.07.1997.

Следующий этап развития предприятия связан с 2011 г. – 16.02.2011 г. муниципальное унитарное предприятие «Горводоканал» было переименовано в муниципальное унитарное предприятие города Нижневартовска «Горводоканал» на основании распоряжения администрации города Нижневартовска ХМАО-Югры №1889-р от 30.12.2010.

Основными направлениями деятельности предприятия являются:

- водоснабжение и водоотведение промышленных предприятий, жилищного фонда, объектов соцкультбыта города на существующих мощностях в полном объеме;
- техническое обслуживание, ремонтно-восстановительные работы водоочистных сооружений, канализационных сетей, коллекторов и магистральных водоводов, находящихся на балансе предприятия;
- капитальный ремонт инженерных сетей и водоочистных сооружений, реконструкция и модернизация основных фондов;
- прочие виды работ и услуг (метрологические, ремонтно-строительные, разработка проектно-сметной документации) [4].

Главными документами, регулирующими деятельность МУП «Горводоканал», на федеральном уровне являются: Жилищный кодекс РФ [1], Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [3], Налоговый кодекс РФ [2], Федеральный закон от 7 декабря 2011 года № 416-ФЗ «О водоснабжении и водоотведении» и т.д.

К локальным документам, регулирующим деятельность предприятия, относятся: Устав предприятия [7], свидетельство о постановке на учет в налоговом органе, свидетельство о государственной регистрации предприятия и т.д.

Устав предприятия утвержден приказом Департамента муниципальной собственности и земельных ресурсов администрации города №1611/36-п от 29.09.2015. В нем определены цель, предмет (виды) деятельности предприятия.

Согласно Уставу основной целью предприятия является организация в границах города Нижневартовска водоснабжения населения и водоотведения, снабжение водой и водоотведение сточных вод абонентов предприятия.

К предмету (видами деятельности) относятся:

- снабжение водой и водоотведение сточных вод абонентов муниципального унитарного предприятия города Нижневартовска «Горводоканал».
- техническое обслуживание, ремонтно-восстановительные работы водоочистных сооружений, канализационных сетей, коллекторов и магистральных водоводов.
- капитальный ремонт инженерных сетей и водоочистных сооружений.
- ремонтно-строительные работы, в том числе строительно-монтажные работы по устройству внутренних инженерных систем зданий и сооружений, монтаж технологического оборудования, пусконаладочные работы и монтаж узлов учета водоснабжения.

В Уставе предприятия обозначены также права и обязанности МУП «Горводоканал». В нем указывается, что для выполнения уставных целей предприятие имеет право:

- вести финансово-хозяйственную деятельность в соответствии с настоящим уставом, показателем плана финансово-хозяйственной деятельности и законодательством Российской Федерации.
- заключать договоры с юридическими и физическими лицами, не противоречащие законодательству Российской Федерации, а также целям и видам деятельности предприятия.
- открывать в установленном порядке любые счета в рублях и иностранной валюте в российских и иностранных банковских учреждениях.

Согласно Уставу предприятие обязано:

- выполнять обязательства по заключенным договорам, соглашениям, контрактам.
- своевременно платить налоги в порядке и размерах, определяемых законодательством Российской Федерации.
- производить перечисления в городской бюджет части прибыли от использования имущества, находящегося в хозяйственном ведении, в хозяйственном ведении, в соответствии с муниципальным правовым актом.

В свидетельстве о государственной регистрации предприятия [5] указано, что муниципальное унитарное предприятие «Горводоканал» было зарегистрировано 22 июля 1992 г. и занесено в реестр.

Настоящее свидетельство дает право осуществлять хозяйственную деятельность в соответствии с учредительными документами предприятия, в рамках действующего законодательства.

Свидетельство о постановке на учет российской организации в налоговом органе [6] по месту нахождения на территории Российской Федерации. Настоящее свидетельство подтверждает, что муниципальное унитарное предприятие города Нижневартовска «Горводоканал» поставлено на учет в соответствии с положениями Налогового кодекса Российской Федерации 30 декабря 1993 г.

Таким образом, комплекс федеральных и локальных документов регулируют деятельность предприятия. Основными из них являются: кодексы РФ, федеральные законодательные акты, Устав предприятия, свидетельство о государственной регистрации, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе.

Список литературы

1. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29 декабря 2004 года № 188-ФЗ.
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 5 августа 2000 года № 117-ФЗ (ч. 8 ст. 275.1 гл. 25 «Налог на прибыль»).
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 года № 195-ФЗ.
4. Официальный сайт МУП «Горводоканал», раздел «Основные задачи предприятия». URL: <http://gorvod.ru/about/task> (дата обращения: 29.11.2017).
5. Свидетельство о государственной регистрации МУП «Горводоканал». URL: <http://gorvod.ru/upload/Docs/Свидетельство%20о%20государственной%20регистрации%20предприятия.jpg> (дата обращения: 03.12.2017).
6. Свидетельство о постановке на учет МУП «Горводоканал» в налоговом органе. URL: <http://gorvod.ru/about/pravo-doc> (дата обращения: 03.12.2017).
7. Устав МУП города Нижневартовск «Горводоканал». URL: <http://gorvod.ru/about/pravo-doc> (дата обращения: 29.11.2017).

УДК 930.25

З.Н. Фармонова

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, ст. преп. А.В. Спичак
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО ДОКУМЕНТИРОВАНИЯ В IX–XXI вв.

Аннотация. В статье анализируется история развития технического документирования с IX в. до современности. Исторический опыт становления и развития современной технической документации является фундаментом для многих научных исследований в самых различных отраслях знания. Отдельное внимание автор статьи уделил развитию основного технического документа – чертежа. При подготовке темы были исследованы труды специалистов в области технического документирования. Наличие достаточного количества литературы и периодических изданий, посвященных различным аспектам технического документирования, свидетельствует о значимости выбранной темы.

Ключевые слова: техническое документирование; история; чертеж; развитие.

Техническое документирование является разновидностью начертательного способа закрепления и хранения информации. Прежде чем возводить какое-либо сооружение или изготавливать предмет, человек издревне строил их «в собственной голове», а затем закреплял эту информацию на каком-либо материале. Таким образом, техническое документирование – это способ фиксации технической мысли на материальном носителе [1, с. 150].

Любая деятельность должна быть подкреплена документально. Ни одно действие на фирме не может реализовываться без документального обоснования. Разработка документов позволяет рационализировать работу всех подразделений любого предприятия. Правильное оформление и обозначение

ние (код необходимый для идентификации чертежей) технической документации способствует четкой организации производственного процесса, а также возможности рационального хранения, что актуализирует тему исследования.

Техническое документирование зародилось ещё в глубокой древности, практически одновременно с появлением письма. По мнению учёных, уже многие из наскальных рисунков содержали производственную тематику. По рисункам сооружались храмы и дворцы в Древнем Египте и Вавилоне, там же появились технические описания на камне, глине, папирусе, которые впоследствии стали дополняться экономическими расчётами и сметами [2, с. 251].

Позднее стали изготавливать образцы и модели для постройки зданий и производства изделий. Данные образцы впоследствии привели к возникновению рисунков особого технического назначения, которые до настоящего времени называются чертежами.

Чертеж является исконно русским словом. Данный термин использовался в актах в значении «отметка», «грань», «межевой знак» [3, с. 6].

В IX–XII вв. на Таманском городище и Старо-Рязанском городище были найдены чертежи – «вавилонь», что и позволило Б.А. Рыбакову не только углубить анализ чертежей, но и установить тесную связь с процессом архитектурного расчета. Древние изображения – «вавилонь» – скорее всего и являлись графическими выражениями, представляющими собой систему вписанных квадратов. Сведения, которые они содержали можно было использовать при строительстве православных храмов.

Возникновение в древней Руси новых сооружений и конструкций в области зодчества, строительства укреплений, изготовления металлических предметов позволяют предполагать появление чертежей в конце XI в. [3, с. 6].

Чертежи и рисунки технического содержания, а также текстовые описания обнаруживались в русской средневековой литературе. Они не являлись техническими описаниями в современном значении и понимании, но достаточно ясно освещали детали расчетно-строительного процесса [4].

Существует множество примеров существования технических документов. Один из них – рассказ о постройке Успенской церкви в 1073 г., в нем даны сведения не только о том, как размеряли церковь, но и дается почти полное описание процесса подготовки строительной площадки. Миниатюра, изображающая литье колоколов в Твери может служить примером рисунка технического содержания. На ней подробно показаны способ подвешивания готового колокола и устройство метников, плавильных печей и расположения формы. В этот период времени наряду с чертежами-рисунками уже использовались модели, которые были вылеплены из воска или глины как дополнения к чертежам. Таким образом, необходимость появления технических документов вызвали архитектурные и строительные работы в конце XI в. [5, с. 82].

С определенной долей условности, к техническим документам XII–XV вв. следует отнести чертежи, рисунки технического характера и текстовые описания. Рисунки и описания технического характера давали лишь ориентировочное представление технологического или строительного процесса. Они создавались в связи с конкретной работой, никем не утверждались, на них не ставилась дата и подписи, соответственно, не являлись документами в юридическом понимании, не откладывались в архивах монастырей и других хранилищах.

Ситуация изменилась в начале XVI в., когда в России появились особые органы управления – «приказы». В XVII в. около 40 различных приказов не только вникали во все подробности работы непосредственных исполнителей, но и осуществляли контроль над всеми сферами государственной жизни. Это вызвало необходимость в документации, позволявшая проводить различные работы и контролировать их. В приказах создавалась и откладывалась техническая документация: росписи сметные, городские, приемные, то есть своего рода технические описания, к которым прикладывались картографические материалы и чертежи, что позволяло осуществлять градостроительство и ведение другой хозяйственной деятельности [6, с. 348].

В XVI в. чертежи получили широкое распространение и приобрели силу утвержденных юридических документов, поэтому выполнение чертежей требовало привлечения к работе огромного числа специалистов, которые умели бы не только составлять сметную роспись, но и выполнять чертежи. В первое время основная масса специалистов формировалась из иконописцев и знаменщиков, так как до XVII в. именно они выполняли все графические изображения. Но к XVII в. специальность чертежника не являлась редкостью и в арсенале изографов и знаменщиков появляется циркуль и линейка.

Строительство новых городов с использованием чертежа и сметной росписи потребовало стандартизации мер, и в 1643 г. была установлена «государева сажень» в три аршина (2,13 м). В XVII в. в

зависимости от назначения в градостроительной практике определилось три основных типа чертежа: проектный, отчетный и съемочный.

Техническая мысль не стояла на месте. Изготовление новых конструкций становилось невозможным по готовым образцам – моделям. XVII в. – это время, когда чертежи начинают вытеснять модели.

Итак, складывание единой централизованной системы управления государством, возникновение приказов привело к тому, что техническая документация приобрела статус юридических документов. В этот же период начала проявляться классификация технической документации по виду деятельности, по назначению и целям, складывались определенные правила составления и предоставления отчетных документов в приказы. В совокупности все эти документы начали играть роль современных проектов.

В XVII–XVIII вв. началось типовое строительство. Появился новый вид технической документации – проект, проектная документация.

К началу XIX в. применялись чертежи, немногим отличавшимся от современных, но необычным оставалось то, что в расположении проекций план часто оставался главным видом. Разнообразие способов и приемов инженерной графики обобщила и теоретически обосновала начертательная геометрия. Данная наука получила развитие в первой половине XIX в. Чертеж стал незаменимым документом на производстве и его изготовление стало дорогим и кропотливым делом. Масштабные преобразования, которые нашли отражение в технических документах в первую очередь коснулись географических исследований и кораблестроения.

Чертежи стали выполнять с большой точностью, так как они не содержали числовых размеров, и размеры изображенных на них объектов определяли путем обмера чертежа с помощью циркуля-измерителя и помещаемых на чертеже масштабов. Чертежи военных кораблей, предметов вооружения, крепостных сооружений и снаряжения представляли собой особую важность и поэтому они выполнялись особенно тщательно. Кропотливым и неудобным для производства процессом был обмер чертежей для определения размеров изображенных на них объектов. Возникла необходимость взаимозаменяемости частей изделия, поэтому на чертежах стали указывать размеры сначала основные, а затем все размеры изображенного объекта. Почти до XX в. на чертежах помещался поперечный или линейный масштаб. Развитие науки и техники повышает требования к надежности, долговечности, экономичности изделий и возводимых сооружений, что в свою очередь усложняет техническую документацию, насыщая чертежи разными условными знаками и символами.

На чертежах первой половины XIX в. появился масштаб. До XX в. большинство чертежей раскрашивалось. Чертежи стали нести больше информации, но на их выполнение уходило много времени. Со временем стали использовать различные условности, чтобы упрощать чертежи. Машинный характер производства отличался от мануфактурной технологии, предполагал использование квалифицированных специалистов. Возникла технологическая документация, технологическая карта. В техническом документировании применялись прежде всего изобразительные средства, такие как: чертежи, рисунки, схема, диаграммы, графики, так как с помощью письма трудно или невозможно передать точную конкретную информацию об объекте, предмете и явлении.

В начале XXI в. большинство чертежей выполняется при помощи компьютерных программ, наиболее популярными являются «Автокад» и «Компас» [7].

В настоящее время всё большее предпочтение отдается цифровым средствам и методам представления научно-технической информации. Примером могут служить электронные карты и атласы, позволяющие наиболее эффективно управлять картографической информацией, а также наглядно показывать местность и производить нужные расчеты.

Подводя итог можно сказать, что развитие технического документирования имеет свою весьма богатую историю. Развитие чертежа стала фундаментом для выполнения архитектурных и строительных работ.

Список литературы

1. Гончаров А.А. Метрология, стандартизация и сертификация. М.: Академия, 2008. 240 с.
2. Дёмин С.Н. Документационный менеджмент: учебное пособие для вузов. СПб: Проспект, 2005. 347 с.
3. Кузин А.А. Краткий очерк истории развития чертежа в России. М., 1956. С. 110.
4. Кицеева В.Д. Инженерная графика: виды, разрезы, сечения. URL: <https://studfiles.net/preview/4411552> (дата обращения: 19.11.2017).
5. Рыбаков Б.А. Из истории культуры древней Руси. Исследования и заметки. М., 1984. С. 241.

6. Сломинская Е.В. Развитие технического документа в России (историко-сюжетные дополнения по истории вопроса). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-tehnicheskogo-dokumenta-v-rossii-istoriko-syuzhetnye-dopolneniya-po-istorii-voprosa> (дата обращения: 20.11.2017).

7. Тихомиров М.Н. Российское государство XV–XVII вв. М., 1973. С. 422.

УДК 651

М.А. Чернухина

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент М.В. Угрюмова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ И ВНЕДРЕНИИ ПОЛОЖЕНИЙ О СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ В СИСТЕМЕ ДОКУМЕНТООБОРОТА СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В статье обоснована необходимость создания Положений о структурных подразделениях в системе современного документооборота организаций. Проанализирован «Порядок разработки положений о структурных подразделениях НВГУ», подготовленный и реализованный в Нижевартовском государственном университете. Анализируются вопросы разработки и внедрения положений о структурных подразделениях в системе документооборота современных организаций.

Ключевые слова: документирование; организационные документы; положение о структурном подразделении; документ; порядок разработки положений.

В современных условиях поиска и оптимизирования путей информатизации общества и вхождения России в мировое информационное пространство особое значение приобретает сфера деятельности, обеспечивающая современное документирование и управление документацией в процессе осуществления своих функций органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями и предприятиями различных форм собственности.

Одним из условий эффективного управления является документационное обеспечение управления, где определённая роль принадлежит организационным документам. Управленческому аппарату свойственно реализовывать свои базовые функции важнейшим образом посредством узких и полномочных организационных документов, формируемых и функционирующих независимо от специфики деятельности современных организаций. Управленческие процессы и их документационное обеспечение в любой организации требуют неукоснительного регулирования. В роли таких своеобразных регуляторов выступают, в первую очередь, нормы законодательных и иных нормативно-правовых актов, которые компетентные государственные органы принимают в соответствии с потребностями. Однако немаловажную роль играют и внутренние организационные документы, которые разрабатываются и внедряются в деятельность самих современных учреждений. Особую роль играют положения. Так, на сегодняшний день в системе современных организаций могут действовать несколько видов положений: Положение об организации; положения о структурных подразделениях, например, Положение об информационном отделе или Положение об управлении кадров; положения, которые определяют деятельность комиссии или группы, например, Положение об экспертной группе; положения, регламентирующие работу должностных лиц, например, Положение о директоре центра; положения, регулирующие организационные отношения по какому-либо конкретному вопросу, например, Положение о повышении квалификации сотрудников или их аттестации.

Понятие «положение» подразумевает под собой организационно-правовой документ, регламентирующий порядок образования, права, обязанности, ответственность и организацию работы структурного подразделения (должностного лица, совещательного или коллегиального органа), а также его взаимодействие с другими подразделениями и должностными лицами.

Одним из основных документов в системе организационных документов является положение о структурном подразделении, в историческом значении к которому обращались исследователи, занимающиеся, прежде всего, историей государственных учреждений, органов местного самоуправления, церковных организации. Так, например, положения об архивах земских органов самоуправления рассмотрела в своих работах М.В. Угрюмова [5, с. 9–11; 3, с. 78], положениям о подразделениях церковных структур было уделено внимание А.В. Спичак [3, с. 271–312]. Вопросами положений о структурных подразделениях современных организаций в рамках системы организационно-распорядительной документации занимаются В.Ф. Янковая [7, с. 28–31], Л.Р. Фионова [6, с. 21–26].

Положение о структурном подразделении, – как отмечает современный исследователь О.И. Захаркина, – это документ, «определяющий порядок создания (образования) подразделения; правовое положение подразделения в структуре организации; структуру подразделения; задачи, функции, права и ответственность подразделения; порядок взаимодействия подразделения с иными структурными единицами организации» [1, с. 113].

В.А. Кудряев под Положением о структурном подразделении понимает «правовой акт, устанавливающий статус, функции, права, обязанности и ответственность структурных подразделений» [2, с. 79].

Положение о подразделении является организационно-технологическим документом, особую роль в котором играют такие понятия как место подразделения в организационной структуре; функциональная нагрузка подразделения. Технологическая ответственность в рамках всей организации; взаимодействие с другими подразделениями организации; нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность данного подразделения.

Так, например, в Нижневартковском государственном университете с целью унификации документооборота 21.12.2013 г. был подготовлен документ «Порядок разработки положений о структурных подразделениях НВГУ». Документ состоит из четырех частей: общие положения, порядок разработки, согласования, утверждения Положения, порядок внесения изменений в Положение, документирование. Особенностью данного Порядка разработки положений о структурных подразделениях НВГУ является обязательная регистрация в отделе управления качеством НВГУ. Положение о структурном подразделении вступает в силу с момента его утверждения на Ученом совете. Решение Ученого совета является окончательным, а Положения утверждаются без ограничения срока их действия. Пересмотр и изменения Положения осуществляются по мере необходимости, но не реже чем раз в три года. В ряде случаев предусмотрено внесение изменений оперативного характера: при изменении организационной структуры; при изменении штатного расписания; при перераспределении функций между подразделениями и должностными лицами; при изменении нормативных и законодательных документов. В случае подготовки и утверждения нового варианта Положения, устаревший вариант Положения признается утратившим силу.

Положение о структурном подразделении организации – это документ, основное предназначение которого регламентировать нормативно-правовую деятельность указанного структурного подразделения НВГУ. Положение определяет статус каждого подразделения в системе Университета. При разработке Положений о структурных подразделениях учитываются особенности организации деятельности и управления.

При составлении положения могут быть использованы гибкие методы регламентации (т.е. на основе выбранных предпочтений и уровня их мотивации) и жесткие – распределение прав, обязанностей и ответственности на основе разработки справочников квалификационных должностей.

Как правило, типовое положение о структурном подразделении содержит следующие разделы: наименование структурного подразделения; функции, закрепляемые за структурными подразделениями; порядок назначения и снятия с должности начальника структурного подразделения; обязанности структурного подразделения; права структурного подразделения; взаимодействие с другими структурными подразделениями.

Если обратиться к Квалификационному справочнику должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденному постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37 (с изм. на 12.11.2003), разработкой и внедрением положений о структурных подразделениях обязан заниматься отдел организации и оплаты труда. Зачастую такое подразделение создается далеко не в каждой организации, поэтому этой работой занимается либо служба персонала, которая и является инициатором введения положений, либо кадровая служба (отдел кадров). К коллективной работе на определенном этапе может также подсоединиться юридический или нормативно-правовой отдел.

Структурное подразделение представляет собой официально выделенный орган управления определенным участком деятельности организации (производства, обслуживания, пр.) с самостоя-

тельными задачами, функциями и ответственностью за их выполнение. Подразделение может быть как обособленным (филиал, представительство), так и не обладающим полными признаками организации (внутренним).

С целью разработки положений, необходимо, в первую очередь, определить вид структурных подразделений. Так, например, управления образуются по отраслевому и функциональному принципу, реализуют отдельные направления деятельности организации и осуществляют управление организацией. Зачастую управления объединяют департаменты и отделы.

Структурирование на отделения характерно для лечебно-профилактических, медицинских учреждений и организаций. Органы государственной власти и банковская сфера таким способом структурируют региональные подразделения по территориальному принципу. Отделения также объединяют в своем составе более мелкие функциональные подразделения.

Департаменты, в свою очередь, тоже представляют собой подразделения, структурированные по отраслевому и функциональному признаку, которые, так же как и управления способствуют реализации отдельных видов деятельности организации.

За конкретное направление деятельности организации или за организационно-техническое обеспечение реализации одного или нескольких направлений деятельности организации отвечают отделы.

Группу объединенных по функциональному признаку структурных единиц, имеющих родственные цели, задачи и функции чаще всего называют «Службой». При этом управление или руководство этой группой осуществляется централизованно одним должностным лицом.

Организации, состоящие из нескольких структурных подразделений, обязаны разработать положения о структурном подразделении, в котором определяются задачи, функции, права и обязанности каждого подразделения.

Таким образом, разработка и внедрение положений о структурных подразделениях в системе современных организаций приобрела особое значение с точки зрения не только юриспруденции, но и, конечно, документоведения. Положение – как организационный документ определяет роль, место и направления деятельности в системе организации. Унификация структуры положений о подразделениях организации способствует оптимизации, решению организационно-технологических проблем и систематизации решения вопросов при: взаимодействии с подразделениями; появлении новых структур и реорганизации имеющихся; налаживании оптимального взаимодействия друг с другом.

Список литературы

1. Захаркина О.И. Кадровая служба предприятия: делопроизводство, документооборот и нормативная база. М.: «Омега-Л», 2007. 404 с.
2. Организация работы с документами: учебник / под ред. проф. В.А. Кудряева. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002. 592 с.
3. Спичак А.В. Эволюция документирования деятельности приходских церквей Тобольской епархии в XVIII – начале XX веков: дис. ... канд. ист. наук. Нижневартовск, 2016.
4. Угрюмова М.В. Документальное наследие российских земств: монография. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2014. 207 с. URL: http://nvsu.ru/ru/Intellekt/1357/1640_Ugryumova%20M.V.%20Dokumentalnoe%20nasledie%20rossiyskih%20zemstv%20-%20monografiya%20-%202014.pdf.
5. Угрюмова М.В. Организация и деятельность земских архивов России // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. №2. С. 9–15. URL: http://vestnik.tspu.edu.ru/files/vestnik/PDF/articles/ugrjumova_m_v_9_15_2_155_2015.pdf.
6. Фионова Л.Р. Организация и технология документационного обеспечения управления: конспект лекций. Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2008. 159 с.
7. Янковая В.Ф. Основные виды организационно-распорядительных документов. Инструкция // Справочник секретаря и офис-менеджера. 2013. № 4.

ПОРЯДОК ОБРАБОТКИ ДЕЛ ДЛЯ АРХИВНОГО ХРАНЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается последовательность операций с документами, которые подлежат архивному хранению. Подробно раскрыты вопросы экспертизы ценности документов, составления описи дел.

Ключевые слова: документ; дело; экспертиза ценности документов; опись; бланк.

Заключительный этап работы с документами в оперативном делопроизводстве – обработка дел для последующего хранения и использования уже в архиве организации. Документы необходимо хранить в структурном подразделении, т.е. на оперативном хранении еще год после окончания текущего года. Они могут быть нужны для справок различного рода. После окончания этого срока дела должны быть подготовлены для дальнейшего хранения. Дела, имеющие срок свыше 10 лет, – сдаются в архив организации.

При подготовке дел для хранения руководствуются правилами, которые изложены в «Основных правилах работы ведомственных архивов» и «Государственной системе документационного обеспечения управления».

Подготовка дел для хранения состоит из нескольких этапов:

- проведение экспертизы научной и практической ценности документов;
- оформление дел;
- составление описи на дела с постоянным и долговременным сроками хранения [2].

С помощью такой процедуры, как экспертиза ценности документов, эксперты устанавливают срок хранения каждого документа и определяют их важность. После данной процедуры становится очевидным – какие именно документы отправятся в архив, а какие – останутся в подразделении.

Главной задачей экспертизы ценности документов является выявление документов, имеющих ценность для общества и государства.

Начинать экспертизу ценности документов рекомендуется с просмотра документов канцелярии или секретариата руководства, документов производственных отделов и бухгалтерии. В каждом подразделении первоначально просматривают наиболее важные и обобщающие материалы и отбирают на постоянное хранение подлинники документов, наиболее полно характеризующих основную деятельность учреждения.

Конкретные сроки хранения документов устанавливаются с помощью специально разработанных и утвержденных архивными учреждениями перечней документальных материалов с указанием сроков хранения различных категорий документов.

После экспертизы ценности документов следует этап подготовки дел в архив.

Первоначально сотрудники службы ДОУ завершают подготовку документов к сдаче в архив организации, а именно – завершают формирование дел постоянного хранения и составляют к ним описи. Дела постоянного хранения остаются в тех же обложках, в которых формировались изначально [4, с. 60]. Данная процедура также может проводиться и сотрудниками тех подразделений, в которых формировались дела, под контролем экспертной комиссии организации [3].

Обработка дел перед сдачей в архив состоит из следующих этапов:

Первый этап заключается в пересмотре систематизации документов в деле, документы перекладываются так, чтобы первый документ по дате поступления лежал в начале.

На втором этапе составляется лист-заверитель дела. Форма листа-заверителя дела определена приложением №8 в Правилах архивного дела, 2015 г.

Бланк листа-заверителя состоит из следующих пунктов:

- общее количество листов дела (указывают прописью и цифрами);
- литерные номера;
- пропущенные номера;

– особенности физического состояния и формирования дела.

Третий этап – нумерация листов дела. Номера листов прописываются в верхнем правом углу нумератором или черным карандашом; иллюстративные материалы нумеруются на оборотной стороне в левом верхнем углу; лист-заверитель не нумеруется; листы внутренней описи документов дела нумеруются отдельно.

Четвертый этап заключается в подготовке реквизитов на обложке дела. Для этого необходимо точно знать наименование организации, заголовков дела (тома, части). Если наименование организации менялось, то на обложке необходимо указать оба названия. На обложке указывается количество листов в деле и крайние даты (это дата самого раннего и самого позднего документа, включенных в дело).

Пятый этап – это подшивка или переплет дела. Документы постоянного и длительного хранения подшиваются в четыре прокола в твердую обложку или переплетаются. При подготовке дел к подшивке металлические крепления из документов удаляются.

На заключительном этапе составляется внутренняя опись документов дела. Внутренняя опись документов составляется только для тех дел, которые подлежат полному оформлению, для дел по личному составу независимо от сроков их хранения.

К делам, подлежащим полному оформлению, относятся:

- дела со сроком хранения более 10 лет;
- дела с постоянным сроком хранения;
- дела по личному составу в независимости от срока хранения.

Форма внутренней описи приведена в приложении №27 Правил архивного дела 2015 года.

Для подготовки внутренней описи не требуется никаких бланков организации, достаточно обычного листа бумаги. Она обычно оформляется в виде таблицы из 6 столбцов, в которых содержится информация о датах и регистрационных номерах документов, их заголовках и указание номеров листов каждого документа.

Вместе с внутренней описью на последнем этапе также составляется опись дел.

Опись – это систематизированный перечень заголовков и других необходимых сведений о составе и содержании дел.

Опись состоит из следующих элементов:

- титульного листа;
- описательной статьи;
- справочного аппарата.

Описательная статья – это совокупность элементов описания каждого дела в описи.

Опись дел готовится в двух экземплярах; один – для архива, второй остается в структурном подразделении организации. Прежде чем вносить заголовки дел в опись необходимо удостовериться в правильности оформления дел.

У каждого дела в описи имеется свой порядковый номер; если дело содержит несколько томов, то каждому тому присваивается самостоятельный номер по описи.

Если у нескольких дел одинаковые заголовки, то необязательно в описи прописывать их все. Достаточно будет написать первый заголовок, а остальные обозначить словами «то же».

В конце описи вслед за последней описательной статьей делается итоговая запись, в которой указывается количество дел, числящихся по описи, первый и последний номера дел по описи.

Опись дел структурного подразделения подписывается составителем с указанием его должности, рассматривается и одобряется экспертной комиссией, утверждается руководителем.

В ведомственный архив передаются дела постоянного, длительного (свыше 10 лет) хранения и дела по личному составу. Их передача производится только по описям.

Сдача дел из структурного подразделения в архив, проводится согласно графику, составленному архивом. Данная работа проводится ежегодно.

При работе с документами, образовавшимися в ходе деятельности организации, и подготовке их на хранение можно столкнуться с некоторыми проблемами.

Не каждая организация может позволить себе иметь собственный архив. Это связано с тем, что в организациях зачастую отсутствует подходящее помещение для архива, отсутствует финансирование процесса приобретения необходимой техники (стеллажи, коробка, оборудование для реставрации и т.д.) [5, с. 26]. За решением данной проблемы можно обратиться в организацию вне офисного хранения документов, то есть передать документы на хранение архивной компании. Она размещает коробки и папки с документами на своей территории с соблюдением всех правил сохранности и безо-

пасности хранения (температура и влажность помещения, круглосуточная охрана, пожарная сигнализация и т.п.).

Существует несколько способов хранения документов вне офиса. Определяющим фактором при выборе является не только цена, но и объем документов, а в некоторых случаях и конфиденциальность информации. Например, если документов немного, то достаточно сдать на хранение определенное количество архивных коробов. При больших объемах разумнее арендовать отдельный сейф или площадь, где документы будут надежно защищены [1, с. 71].

Организация контроля за деятельностью архива – одна из сложных задач. В этой связи важную роль играет квалификация и профессиональный опыт архивариуса. Наличие у сотрудника профессионального образования по направлению подготовки 46.04.02 Документоведение и архивоведение является гарантией соблюдения всех необходимых принципов и правил подготовки дел к хранению и организации самого хранения документов.

Таким образом, процесс сдачи дел в архив организации является достаточно трудоемким и требует четкого соблюдения «Основных правил работы архивов организации».

Список литературы

1. Алифарова Л. Сторонний архив – спасательный круг? // Делопроизводство и документооборот на предприятии. 2013. №6. С. 69-78.
2. Бутова Е.М. Архив организации: регламентируем работу с архивными документами. URL: <http://naar.ru/articles/Arhiv-organizacii-reglamentiruem-rabotu-s-arhivnymi-dokumentami> (дата обращения: 21.11.2015).
3. Гришина М.В. Архив предприятия: организация хранения документов. URL: http://www.profiz.ru/kr/2_2011/arhiv_na_predpriatii (дата обращения: 21.11.2015).
4. Кожанова Е.Н. Разработка примерных номенклатур дел // Современные технологии делопроизводства и документооборота. 2014. №12. С. 60-65.
5. Рыков А.В. Где и как хранить документы организации? // Современные технологии делопроизводства и документооборота. 2011. №4. С. 26-32.

УДК 336.2

Д.А. Юсупова

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент А.В. Савельева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ОФОРМЛЕНИЯ СТАНДАРТНЫХ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена анализу стандартных налоговых вычетов и правил их предоставления. Отдельное внимание уделяется категориям граждан, которым предоставляются стандартные налоговые вычеты. Автор уделяет отдельное внимание анализу документов, необходимых для оформления стандартных налоговых вычетов.

Ключевые слова: документ; налог; паспорт; свидетельство о регистрации брака; справка; стандартные налоговые вычеты; гражданин; документ, Налоговый кодекс Российской Федерации.

В настоящее время актуализировалась проблема предоставления стандартных налоговых вычетов в Российской Федерации. Это обусловлено рядом факторов, одним из которых является неосведомленность большей части российского населения в области налогообложения.

Одной из важнейших остается и проблема документирования оформления стандартных налоговых вычетов в Российской Федерации, а также особенностей их предоставления. Это связано с тем, что в научной литературе отсутствуют специальные исследования по обозначенной проблематике. Имеются лишь труды, в которых анализируется законодательство в области российского налогообложения, виды налогов и т.д. Однако данных исследований не достаточно для разработки алгоритма

оформления стандартных налоговых вычетов. Это, в свою очередь, позволило бы большинству российских граждан решить проблемы в обозначенной сфере.

В соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации налог на доходы физических лиц – это налог, которым облагается сумма совокупного дохода граждан в денежном исчислении за истекший год [1]; а вычет – это изъятие части денежной суммы, уменьшение суммы [1].

Налоговым кодексом предусмотрено пять групп налоговых вычетов:

- стандартные налоговые вычеты [1, ст. 218];
- социальные налоговые вычеты [1, ст. 219];
- имущественные налоговые вычеты [1, ст. 220];
- профессиональные налоговые вычеты [1, ст. 221];
- налоговые вычеты при переносе на будущие периоды убытков от операций с ценными бумагами и операций с финансовыми инструментами срочных сделок, обращающимися на организованном рынке [1, ст. 220.1]

Стандартным налоговым вычетам посвящена 218 статья Налогового кодекса Российской Федерации. В ней определено, что стандартные вычеты предоставляются при наличии определенных условий. Исходя из 218 статьи Налогового кодекса РФ, целесообразно выделить два вида стандартных налоговых вычетов: вычеты, предоставляемые различным категориям налогоплательщиков; вычеты, предоставляемые на содержание детей.

Согласно Налоговому кодексу РФ налогоплательщиками налога на доходы физических лиц признаются: налоговые резиденты Российской Федерации (физические лица, находящиеся в Российской Федерации не менее 183 дней); физические лица, получающие доходы от источников в Российской Федерации (налоговые нерезиденты) [1, ст. 207].

В рамках обозначенного вопроса стоит отметить, что существует несколько категорий граждан, которым предоставляется стандартный налоговый вычет в размере 3000 руб. К ним относятся лица, ставшие инвалидами, получившие или перенесшие заболевания, связанные с радиационным воздействием вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС, либо с работами по ликвидации последствий этой катастрофы; инвалиды Великой Отечественной войны; инвалиды I–III групп из числа военнослужащих, вследствие ранения, контузии или увечья, полученных при защите СССР, Российской Федерации или при исполнении иных обязанностей военной службы, либо из числа бывших партизан и др. [1, ст. 218].

Важно заметить, что помимо этого предусмотрен ежемесячный стандартный налоговый вычет в размере 500 руб. Он предоставляется следующим категориям налогоплательщиков: Героям Советского Союза и Героям РФ, а также лицам, награжденным орденом Славы трех степеней; лицам вольнонаемного состава Советской Армии и Военно-Морского Флота СССР, органов внутренних дел СССР и государственной безопасности СССР, занимавшие штатные должности в воинских частях, штабах и учреждениях, участники Великой Отечественной войны; лицам, находившимся в Ленинграде в период его блокады в годы Великой Отечественной войны; инвалидам с детства, а также инвалидам I и II групп и т.д.

Право на детский вычет (или вычет с подоходного налога на детей) имеет родитель, в том числе приемный, супруг (супруга) родителя, усыновитель, опекун, попечитель, на обеспечении которых находится ребенок. Вычет предоставляется на каждого ребенка в возрасте до 18 лет, либо учащегося по очной форме обучения в возрасте до 24 лет – студента, аспиранта, ординатора, интерна, курсанта.

Таблица 1

Налоговые вычеты, предоставляемые на содержание детей

Налоговый вычет за каждый месяц налогового периода распространяется на родителя, супруга (супругу) родителя, усыновителя, на обеспечении которых находится ребенок, в следующих размерах:	Налоговый вычет за каждый месяц налогового периода распространяется на опекуна, попечителя, приемного родителя, супруга (супругу) приемного родителя, на обеспечении которых находится ребенок, в следующих размерах:
1 400 рублей – на первого ребенка и на второго ребенка	
3 000 рублей – на третьего и каждого последующего ребенка	
12 000 рублей	6 000 рублей
на каждого ребенка в случае, если ребенок в возрасте до 18 лет является ребенком-инвалидом, или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы.	

Однако Налоговым кодексом РФ подразумевается двойной размер вычета.

Таблица 2

Двойной размер налоговых вычетов, предоставляемых на содержание детей

Двойной размер вычета предоставляется	
– единственному родителю – единственному усыновителю Предоставление в двойном размере налогового вычета единственному родителю прекращается с месяца, следующего за месяцем вступления его в брак.	– единственному приемному родителю – единственному усыновителю – единственному опекуну – единственному попечителю
Налоговый вычет за каждый месяц налогового периода установлен в следующих размерах:	
2 800 рублей – на первого ребенка и на второго ребенка	
6 000 рублей – на третьего и каждого последующего ребенка	
24 000 рублей	12 000 рублей
на каждого ребенка в случае, если ребенок в возрасте до 18 лет является ребенком-инвалидом, или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы.	

Основными документами для оформления стандартных налоговых вычетов являются: заявление; документ, подтверждающий право на налоговый вычет (справка об инвалидности, удостоверение участника Великой Отечественной войны и т.д.).

Стоит отметить, что существует пакет документов, необходимый для подтверждения права на получение стандартного налогового вычета на ребенка. Он должен содержать:

- заявление,
- копию свидетельства о рождении ребенка,
- копию паспорта (с отметкой о регистрации брака между родителями) или копию свидетельства о регистрации брака,
- справку из образовательного учреждения о том, что ребенок является студентом,
- справку, подтверждающую факт совместного проживания родителя с ребенком, т.е. справку с места его жительства из соответствующей жилищно-эксплуатационной организации, либо справку товарищества собственников жилья, жилищного или жилищно-строительного кооператива, либо справку городской, поселковой и сельской администрации.

Эти документы необходимо предоставить в Налоговую инспекцию по месту жительства.

Таким образом, по налогу на доходы физическим лицам предоставляются налоговые льготы в виде вычетов. Назначение и порядок предоставления каждого вычета имеют свою специфику. Однако, несмотря на различия, общим для всех вычетов является то, что они уменьшают налоговую базу по НДФЛ. Стандартные налоговые вычеты предоставляются для многочисленных категорий граждан. Они оформляются в соответствии с требованиями российского законодательства.

Важно отметить, что существует ряд документов, необходимых для подтверждения права на получение стандартных налоговых вычетов (паспорт, справки и т.д.). Помимо этого имеются обязательные документы для оформления данного вида вычетов.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) от 31.07.1998 № 146-ФЗ. URL: base.garant.ru (дата обращения: 10.10.2016).

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ УСЛУГИ В ЭЛЕКТРОННОЙ ФОРМЕ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И БЛАГОПОЛУЧИЯ ЧЕЛОВЕКА В ГОРОДЕ НИЖНЕВАРТОВСКЕ

Аннотация. На сегодняшний день основной платформой для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде является портал госуслуг. Сайт регулируется законодательством Российской Федерации. На портале по направлению Роспотребнадзора представлено шесть основных видов услуг, которые расщепляются на более конкретные услуги. Услуги нацелены преимущественно на юридических лиц.

Ключевые слова: Роспотребнадзор; электронное правительство; концепция; электронные услуги; единый портал государственных и муниципальных услуг.

Электронное правительство активно внедряется в повседневную жизнь граждан Российской Федерации. Безусловно, чем быстрее государство перейдет на электронную систему, тем будет лучше для граждан, обращающихся за той или иной услугой.

В 2013 году была принята программа (концепция) развития механизмов предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде. В данном документе обозначены основные цели, задачи и пути внедрения электронных услуг.

Были выделены основные направления по развитию организационной модели управления:

- совершенствование системы предоставления государственных и муниципальных услуг
- оптимизация информационно-коммуникативных технологий, налаживание электронного взаимодействия.

Настоящая концепция была ориентирована на упрощение процедуры получения той или иной услуги.

Однако, данный нормативно-правовой акт не нацелен на то, чтобы перевести абсолютно все услуги в электронный вид. Одной из главных задач – постепенное внедрение электронных услуг, при этом, не отказываясь от традиционной работы, посредством личного контакта или телефонных переговоров, а также, развитие государственного портала. Так как предоставление электронных услуг проходит через единый портал государственных и муниципальных услуг, то следует каждый раз совершенствовать и дорабатывать его.

Исходя из вышесказанного, отметим, что при получении государственной или муниципальной электронной услуги через портал госуслуг необходимо зарегистрироваться и подтвердить свою личность в специальном центре, например, в городе Нижевартовске центром идентификации личности является Центр социальных выплат или Многофункциональный центр.

На сегодняшний день на портале госуслуг по направлению Роспотребнадзора представлено шесть видов услуг. Стоит также отметить, что не все услуги предоставлены в электронном виде:

1) Выдача на основании результатов санитарно-эпидемиологических экспертиз, расследований, обследований, исследований и других видов, которые оформляются в соответствии санитарно-эпидемиологическим заключениям. В данном разделе три государственных электронных и бесплатные услуги, которые предоставляются только для юридических лиц. Запрос на получение происходит в электронном формате. Заключение необходимо получить лично, либо через законного представителя.

2) Государственная регистрация впервые внедряемых в производство и ранее не использовавшихся химических, биологических веществ и изготавливаемых на их основе препаратов, потенциально опасных для человека (кроме лекарственных средств); отдельных видов продукции, представ-

ляющих потенциальную опасность для человека (кроме лекарственных средств); отдельных видов продукции, в том числе пищевых продуктов, впервые ввозимых на территорию Таможенного союза. В данном разделе представлены три неэлектронные услуги. Для подачи заявления необходимо обратиться лично, через законного представителя или почтой. В данных случаях взимается государственная пошлина. Услуга выполняется в течении 15 рабочих дней.

3) Лицензионный контроль деятельности в области использования возбудителей инфекционных заболеваний человека и животных и генно-инженерно-модифицированных организмов двух степеней, третьей и четвертой, потенциальной опасности, осуществляемой в замкнутых системах. Точно так же, как и во втором случае, гражданам предоставлены три неэлектронных услуги. И описание услуг в целом: способы подачи заявки, получения результата, стоимость оказания услуги, сроки, основания для отказа и т.д.

4) Лицензирование деятельности в области использования возбудителей инфекционных заболеваний человека и животных (за исключением случая, если указанная деятельность осуществляется в медицинских целях) и генно-инженерно-модифицированных организмов III и IV степеней потенциальной опасности, осуществляемой в замкнутых системах. В данном разделе предоставляются как электронные услуги, так и неэлектронные. Услугами могут воспользоваться лишь юридические лица. Для этого необходимо оплатить госпошлину. Цена услуг варьируется от 750 до 7500 тысяч рублей, размер суммы закреплен законодательством. Сроки выполнения запроса для каждой электронной услуги прописаны свои, самый максимальный в данной группе 45 рабочих дней.

5) Проверка деятельности юридических и физических лиц по выполнению требований санитарного законодательства, Законодательства РФ в области защиты прав потребителей и правил продажи отдельных видов товаров.

6) Санитарно-карантинный контроль в пунктах пропуска на российском участке внешней границы Таможенного союза.

На портале предоставлены услуги, не предоставляемые в электронной форме. В этих случаях подать заявление можно как лично, так и по e-mail. Ответ предоставляется также, лично/законный представитель, либо по e-mail в течении пяти минут. Услугами могут воспользоваться юридические и физические лица.

Необходимо отметить, несмотря на то, что услуги обозначены на портале, не все из них предоставляются в электронном виде.

Проанализировав все виды услуг, которые дифференцируются на составляющие услуги, можно сделать вывод:

1) Портал госуслуг еще не в состоянии предоставить все шесть услуг в электронном виде, поэтому определенная часть ссылается на официальный сайт Роспотребнадзора Российской Федерации (<http://rosпотребнадзор.ru/region/functions.php>), который является прямым исполнителем услуги в электронном виде.

2) Большинство услуг предназначены для юридических лиц.

3) Сроки оказания услуг определены для каждого вида услуг.

4) Стоимость и порядок оплаты: размер государственной пошлины, который регулируется государством Российской Федерации, либо бесплатно.

5) Оказание услуг регламентируется нормативно-правовыми актами РФ.

Вся система предоставления электронных государственных услуг управлением Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре на сегодняшний день приближена к максимально прозрачной. Перевод всех услуг в электронный вид, безусловно, дело времени.

Список литературы

1. Единый портал государственных и муниципальных услуг. URL: <https://www.gosuslugi.ru> (дата обращения: 18.04.2017).

2. Официальный сайт Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре. URL: <http://86.rosпотребнадзор.ru> (дата обращения: 22.06.2017).

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ЗАКУПОЧНОЙ ПРОЦЕДУРЕ В ООО «ТЕПЛОНЕФТЬ»

Аннотация. Статья посвящена исследованию документирования планирования и размещения информации о закупочной деятельности на примере ООО «ТеплоНефть», ХМАО-Югра. Проанализирован состав и содержание документов по процедуре планирования закупки, выявлен порядок размещения этой информации на соответствующих сетевых ресурсах.

Ключевые слова: закупочная деятельность; закупочная процедура; планирование; государственные закупки; документирование; ХМАО-Югра; ООО «ТеплоНефть».

Начальным этапом по осуществлению деятельности по централизации закупок для нужд ООО «ТеплоНефть» конкурентными способами определения поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в формах, установленных Положением о закупке товаров, работ, услуг является планирование закупок товаров, работ, услуг, основой которого является план закупки на календарный год, следующий за отчетным.

Основными механизмами являются:

1. Своевременное формирование и корректировка плана закупки товаров, работ, услуг. Законом о закупках предусмотрена обязанность формирования и размещения плана закупки товаров, работ, услуг в Единой информационной системе (официальный сайт www.zakupki.gov.ru) сроком не менее чем на один календарный год [1].

2. Полнота описания предмета договора при формировании, корректировке плана закупки.

Обеспечение публичности, открытости закупочного процесса ООО «ТеплоНефть» как Заказчика является размещение информации о закупочной деятельности не только в единой информационной системе, но и на официальном сайте Общества в информационно-телекоммуникационной сети Интернет [2].

Законодательством установлена обязанность размещать в единой информационной системе (далее – ЕИС) в том числе следующую информацию о закупочной деятельности:

- положение о закупке, изменения, вносимые в такое положение;
- план закупки товаров, работ, услуг;
- при осуществлении закупки – информация о закупке, в том числе извещение о закупке, документация о закупке, проект договора, являющийся неотъемлемой частью извещения о закупке и документации о закупке, изменения, вносимые в такое извещение и документацию, разъяснения положений документации, протоколы, составляемые в ходе закупки, а также иная информация, размещение которой в единой информационной системе предусмотрено Законом о закупках [4] и Положением о закупке [3].

Положение о закупках и вносимые в него изменения подлежат обязательному размещению на официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для размещения информации о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг (www.zakupki.gov.ru) не позднее пятнадцати рабочих дней со дня их утверждения. Размещение на официальном сайте информации о закупке производится в соответствии с порядком, установленным Правительством Российской Федерации.

Основным документом по планированию закупок для нужд Общества является план закупки товаров, работ, услуг – документ, который содержит сведения о закупке товаров, работ, услуг, которые необходимы для удовлетворения нужд заказчика, формируется на основе внутренних локальных актов заказчика, определяющих его деятельность.

План закупки в ООО «ТеплоНефть» формируется на основании определяющей деятельности заказчика производственной программы, где учитываются все закупки, формирующие смету затрат на производство и реализацию товаров, работ и услуг и инвестиционной программы. План закупки составляется с учетом объемов расходов, которые заказчик планирует направить для удовлетворения нужд. В план закупки вносятся сведения о тех договорах, которые заказчик планирует заключать в течение года, за исключением случаев, определенных законом. Внесение изменений в план закупки осуществляется в срок, установленный Положением о закупках, с обязательным размещением информации в ЕИС в срок, установленный законодательством.

План закупки товаров, работ, услуг формируется заказчиком по форме в виде единого документа в электронном формате, который обеспечивает возможность его сохранения на технических средствах пользователей, с возможностью поиска и копирования любого фрагмента текста при помощи соответствующей программы для просмотра. План закупки содержит сведения о заказчике: наименование, адрес, телефон и электронная почта, ИНН, КПП, ОКАТО, сведения о предмете договора с указанием идентификационного кода закупки в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД) с обязательным заполнением классов, подклассов, групп, подгрупп и видов, в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОКДП) с обязательным заполнением разделов, подразделов и рекомендуемым заполнением групп и подгрупп видов экономической деятельности, классов, подклассов товаров и услуг, а также видов товаров и услуг.

Буквально точного совпадения наименования предмета закупки с наименованием кода по классификатору практически не встречается, или встречается редко. Товар, который планируется закупить, следует относить к коду, который наиболее подходит по смыслу к предмету предстоящей закупочной процедуры. Если, по мнению заказчика, покупаемый товар может быть отнесен одновременно к двум или более кодам ОКДП, решение об отнесении к конкретному коду следует принимать исходя из наименования укрупненных кодов (в которые входят коды, которые были выбраны заказчиком) и их соответствия предмету закупки.

При возникновении сложностей у заказчика с правильностью отнесения покупаемого товара к конкретному коду, или если у заказчика все же есть сомнения в определении соответствующего кода, можно воспользоваться опытом работы других заказчиков, которые уже проводили закупочные процедуры аналогичных товаров, работ, услуг. Заказчик с помощью официального сайта, через поисковую систему может найти похожую соответствующую закупку. С помощью мышки и синего треугольника у наименования закупки, заказчик может выбрать функцию просмотра «печатная форма» (на экране отобразится краткая информация о закупочной процедуре, среди которой будет информация о кодах ОКВЭД и ОКДП).

В плане закупки товаров, работ, услуг отображаются минимальные необходимые требования, предъявляемые к покупаемым товарам, работам, услугам, предусмотренные договором, в том числе функциональные, технические, качественные характеристики предмета договора, позволяющие идентифицировать предмет договора (при необходимости), например, если заказчик проводит закупку щебня, то в минимальных необходимых требованиях к товару можно указать «щебень гранитный, фракция 5-20 мм»).

Извещение о закупке – является неотъемлемой частью документации о закупке. Сведения, содержащиеся в извещении о закупке, должны соответствовать сведениям, содержащимся в документации о закупке.

В извещении о закупке должны быть указаны, в том числе, следующие сведения:

- 1) способ закупки (запрос предложений, запрос котировок, открытый конкурс, открытый аукцион или иной предусмотренный положением о закупке способ);
- 2) наименование, место нахождения, почтовый адрес, адрес электронной почты, номер контактного телефона заказчика;
- 3) предмет договора с указанием количества поставляемого товара, объема выполняемых работ, оказываемых услуг;
- 4) место поставки товара, выполнения работ, оказания услуг;
- 5) сведения о начальной (максимальной) цене договора (цене лота);
- 6) срок, место и порядок предоставления документации о закупке, размер, порядок и сроки внесения платы, взимаемой заказчиком за предоставление документации, если такая плата установлена заказчиком, за исключением случаев предоставления документации в форме электронного документа;
- 7) место и дата рассмотрения предложений участников закупки и подведения итогов закупки.

Документация о закупке является основным документом закупочной процедуры, устанавливающим единые для всех участников правила оформления и порядок подачи заявок на участие в закупке, а также требования и критерии, при условии соответствия которым Участник вправе претендовать на победу в закупке/выбор его заявки наилучшей с правом заключения по ее итогам договора (или реализации иного предусмотренного Документацией о закупке права). Для проверки соответствия данным требованиям в документации о закупке указываются отборочные критерии оценки, а также порядок оценки предпочтительности заявок по оценочным критериям с целью определения оптимальной по соотношению показателей «цена – качество» заявки.

Выбор надежного поставщика, способного обеспечить поставку закупаемой продукции на наилучших для Общества условиях, осуществляющийся Закупочной комиссией в ходе заседаний, фиксируется протоколами заседания – документом, содержащим последовательную запись обсуждения вопросов и принятия решений. Он относится к организационно-распорядительной документации. Сведения в протокол вносятся секретарем Закупочной комиссии.

Порядок размещения протоколов, составленных в ходе закупки, и информации об изменении договора регламентируется Федеральным законом «О закупке товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» №223-ФЗ. Для размещения на официальном сайте протоколов, составленных в ходе закупки, представитель заказчика в закрытой части официального сайта выбирает форму протокола из имеющихся на официальном сайте форм протоколов или корректирует имеющуюся на официальном сайте форму протокола в соответствии с положением о закупке и (или) размещает электронный вид протокола [4].

Протоколы, составленные в ходе закупки, должны содержать сведения об объеме, цене закупаемых товаров, работ, услуг, сроке исполнения контракта, а также иную информацию, предусмотренную Федеральным законом и положением о закупке, размещенном на официальном сайте. Протоколы, составленные в ходе закупки, размещаются также в графическом виде. Для размещения информации о внесении изменений в протокол, составленный в ходе закупки, представитель заказчика вносит изменения в протокол, составленный в ходе закупки, и размещает измененные электронные виды документов, а также размещает электронный вид документа. Измененный протокол, составленный в ходе закупки, считается размещенным на официальном сайте надлежащим образом после размещения общедоступной части официального сайта документов.

Заказчик не позднее 10-го числа месяца, следующего за отчетным месяцем, размещает на официальном сайте:

- 1) сведения о количестве и об общей стоимости договоров, заключенных по результатам закупки товаров, работ, услуг;
- 2) сведения о количестве и об общей стоимости договоров, заключенных по результатам закупки у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика);
- 3) сведения о количестве и об общей стоимости договоров, заключенных по результатам закупок, сведения о которых не подлежат размещению на официальном сайте.

Не подлежат размещению на официальном сайте:

- 1) информация и сведения о закупках, составляющие государственную тайну, при условии, что такие сведения содержатся в извещении о закупке, документации о закупке или проекте договора;
- 2) сведения о закупках, информация о которых не подлежит размещению на официальном сайте по решению Правительства Российской Федерации.

Заказчик вправе не размещать на официальном сайте:

- 1) сведения о закупках, стоимость которых не превышает 100 тысяч рублей без учета налогов;
- 2) сведения о закупке товаров, работ, услуг, стоимость которых не превышает пятьсот тысяч рублей, если годовая выручка Заказчика за отчетный финансовый год составляет более, чем пять миллиардов рублей.

Таким образом, документы по планированию и проведению закупочных процедур помогают заказчику правильно организовать закупочную деятельность предприятия, обеспечив возможность поставщикам ознакомиться с потребностями Общества в конкретных товарах, работах, услугах, эффективно использовать денежные средства для обеспечения нужд предприятия, анализировать расходы тех или иных товаров в течение года. Общим требованием к применяемым в планировании методам являются разработка и сравнительный анализ показателей плана в динамике, т.е. сравнение показателей предыдущих периодов с планируемыми показателями на будущий год.

Список литературы

1. Официальный сайт госзакупок. URL: <http://www.zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html> (дата обращения: 26.10.2017).
2. Официальный сайт ООО «ТеплоНефть». URL: <http://teploneft-megion.ru> (дата обращения: 26.10.2017).
3. Положение о закупке товаров, работ, услуг для нужд общества с ограниченной ответственностью «ТеплоНефть»; утв. генеральным директором ООО «ТеплоНефть» 05.12.2015 г.
4. Федеральный закон «О закупке товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» № 223-ФЗ от 18.07.2011.

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

УДК 070

А.Г. Анохин
студент

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РАДИОСТАНЦИИ В КОНКУРЕНТНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье анализируется понятие менеджмента радиостанции, который включает в себя три вида: финансовый, рекламный и программный радиоменеджмент. В коммерческом радиовещании в отношении финансового и рекламного радиоменеджмента основой является медиа-планирование радиоэфира.

Ключевые слова: менеджмент; позиционирование; информационная среда; медиа-план; радио; конкурентоспособность.

Менеджмент радиостанции начинается тогда, когда появляется идея ее создания. Идея, как общее понятие о предмете или явлении, требует конкретных целей и задач, направленных на их преобразование и совершенствование. Конкретные цели и задачи для развития идеи радиостанции формирует менеджмент как «совокупность принципов, методов, форм и средств управления производством и производственным персоналом с использованием достижений науки управления» [2, с. 95]. Менеджмент, который осуществляется в сфере радиовещания, является радиоменеджментом.

Для организации деятельности радиостанции необходима определенная стратегия, которая будет фиксировать основную цель радиостанции и приближать ее достижения. Менеджерские расчеты деятельности станции, например, на первом этапе, должны дать ответ на вопрос – какова основная цель радиостанции и как можно этой цели достичь? Если станция государственной формы собственности (коммунальная, муниципальная) – какие общественные и общенациональные или региональные задачи ей предстоит решать, если коллективной формы собственности (общественная) – как удовлетворить интересы и потребности своей общины и отдельного гражданина, если частной формы собственности – как формировать и хранить (удержать) целевую аудиторию, чтобы была прибыль.

Основную цель радиостанции формирует стратегический менеджмент – процесс, благодаря которому руководство станции определяет цели и задачи, конкретизирует их для выбора стратегии, направленной на достижение цели; решает организационные проблемы, повышает эффективность деятельности, предусматривает схему антикризисного управления, формирует кадровую политику, стимулирует корпоративное мышление коллектива.

Стратегический менеджмент охватывает все сферы деятельности станции и состоит из трех видов: финансового, рекламного и программного радиоменеджмента.

Основная цель финансового и рекламного менеджмента – поддержание жизнедеятельности станции, то есть получение прибыли посредством создания возможностей для продажи эфирного времени (программной продукции) под рекламу. Поэтому финансовый и рекламный менеджмент является самым главным в коммерческом радиовещании. Именно в отношении коммерческого радиовещания используется такое понятие, как медиа-планирование радиоэфира.

Медиа-план – это таблица, в которой наглядно указан выход рекламной продукции в течение определенного времени (неделя, месяц) в схеме верстки радиоэфира или плей-листа, он позволяет, например, осуществлять весь комплекс управления (планирования, организации и контроля) в отдельной сфере деятельности станции [3, с. 14].

Финансовое и рекламное управление радиостанцией тесно связано с рынком. Рынок (аудиорынок) характеризуется достаточной для конкуренции количеством покупателей и продавцов рекламного и программного радиопродукта. Изучение рынка – это основа маркетинговой деятельности станции, является процессом, с помощью которого создается определенный продукт или ценности, которые идут на продажу или обмен.

Маркетинг – это деятельность, посредством которой изучается рынок и организуется сбыт товаров. Маркетинг станции, в зависимости от формата вещания и формы собственности, имеет свою концепцию производства и сбыта, анализирует рыночные возможности, изучает сегментацию рынка, измеряет соотношение спроса и предложения, осуществляет прогнозирование, представляет товар, позиционирует станцию на рынке, разрабатывает стратегию конкурентной борьбы, увеличивает численность радиоаудитории, работает на становление имиджа станции. Следовательно, управление радиостанцией и ее маркетинговая деятельность взаимосвязаны, поэтому можно говорить о менеджменте маркетинга. Однако радиозфир не является средством конвейерной пересылки товара от одного объекта к другому. Это поле творчества, как для рекламного менеджмента, так и для финансового.

Когда продается эфирное время, продается также программная идея станции. Программная идея или цель станции формируются благодаря программному менеджменту, на основе которого осуществляется ее маркетинговая деятельность. В программный менеджмент входит определение «ниши» станции на рынке, то есть выбор формата вещания, направленного на определенный демографический сегмент аудитории.

При выборе и формировании целевой аудитории, программный менеджмент обеспечивает создание и деятельность журналистского коллектива, который должен с помощью производства программного продукта эту аудиторию хранить и увеличивать. Программный менеджмент на радио – это прогнозирование реакции и мышления, потребностей и интересов аудитории с целью воплощения их в журналистском творчестве и деятельности, в бизнесе «творческих личностей» [5, с. 212].

На радиостанции есть несколько менеджерских звеньев, каждое из которых имеет свои функции. Высшее менеджерское звено составляет руководство (совет руководства), в которое могут входить президент (директор), директора – коммерческий, технический, программный, отдела продаж рекламы, по продвижению и маркетингу. Это звено обеспечивает стратегические и организационные направления развития радиостанции. Текущую работу выполняет среднее звено менеджеров, а именно: выпускающий редактор, музыкальный редактор (промоутер), бизнес-менеджер и менеджер новостей. Сюда можно отнести менеджеров или коммерческих агентов сбыта, трафик-менеджеров, руководителей рекламных агентств, рекламных агентов, аналитиков рынка, специалистов ценообразования и тому подобное. Все остальные работники должны способствовать выполнению задач, определенных стратегическим менеджментом станции.

Основной целью стратегического менеджмента является совокупность управленческих решений и действий, которые обеспечат долгосрочные показатели функционирования станции [7, с. 140]. Одним из ключевых показателей является рейтинг, то есть статистическая информация, или абсолютная цифра, которая выводится путем голосования, социологических опросов, анкет, и свидетельствует о степени популярности станции.

С помощью рейтинга получают данные о популярности отдельных программ (рейтинговость программ) и подтверждаются «гарантии» для рекламодателей о собственной влиятельности на рынке. Рейтинг позволяет радиоорганизации определять социально-демографическую характеристику целевой аудитории, следить за тем, как меняются его интересы, потребности и вкусы, поскольку станция продает не только эфирное время, то есть программную продукцию, но и свою аудиторию, которая эту рекламу услышит, то есть свой рейтинг. На основе информации, которую дают рейтинги программ, станция может влиять на изменения в сетке вещания и в программном расписании. Например, если программа имеет низкий рейтинг в прайм-тайме, это означает, что следует пересмотреть целесообразность ее появления в это время, или в случае необходимости вообще снять с эфира. Рейтинги в итоге помогают рекламодателю найти оптимальную станцию для проведения рекламных кампаний на радио [6, с. 462].

Рейтинги радиопрограмм формируют ряд факторов (территориально-географическое положение станции, технические характеристики вещания), среди которых одним из основных является производство и демонстрация программной продукции, то есть творчество и деятельность журналиста. Возникает вопрос, какова роль журналиста при закладке фундамента будущей радиостанции как делового предприятия, и в частности во время первого этапа становления станции, когда на практике проверяется эффективность и действенность стратегического менеджмента.

Первый этап деятельности радиостанции – это период становления стратегического менеджмента компании, когда журналиста рассматривают как будущего творческого сотрудника, консультанта, менеджера высшего или среднего звена. Его еще не привлекают к работе в эфире, но он уже может быть активным участником создания радиостанции. Речь идет, скорее, о менеджере-журналисте, а не о журналисте-менеджере, поскольку на первом этапе радиостанция в эфир не выходит, а, следовательно, не производит и не предлагает на продажу или обмен программной продукции. Первый этап становления радиоконпании предполагает, прежде всего, финансовую стабильность и управленческую самостоятельность, ведь производство программной продукции, которая предлагается или продается станцией, только планируется и прогнозируется.

Этапы создания радиостанции, как и любого другого делового предприятия в сфере масс-медиа, – это четко спланированный, иногда длительный процесс, в котором профессия журналиста появляется только в определенное время, и уже тогда начинает работать на общее реноме (образ, имидж) станции или прибыль компании. Для этого, конечно, на станции вводятся новые должности, прежде всего – программного директора, который автоматически входит в управления станцией и коммерческие успехи в эфире связывают, таким образом, с его работой, как менеджера, так и журналиста. Программный директор, как правило, сотрудничает с командой менеджеров высшего звена еще до выхода станции в эфир, поскольку проводит консультации по определению как формата вещания, программной концепции станции, так и в отношении будущих журналистских кадров.

Считается, пока малобюджетная станция-ретранслянт или транслянт музыкального формата не начнет зарабатывать денег больше, чем тратить, и пока не отдаст взятый в банке кредит, все свои амбиции и попытки выразить в эфире стоит отложить до лучших времен. Ведь, безусловно, для создания собственной программы необходимы дополнительные работники (журналисты), а это – дополнительные расходы на зарплату, помещения, оборудование и материалы. К тому же, качество программ в первые несколько месяцев трансляций может быть довольно низким, что, как считается, приведет к снижению рейтинга радиоконпании, оттока рекламодателей, а значит, к общему банкротству радиопредприятий [1, с. 118].

В таком подходе к первичной «раскрутке» радиоконпании есть определенный смысл, поскольку на первое место выдвигается экономическая целесообразность и перспективная финансовая стабильность станции. Хотя такой подход может себя оправдать только там, где нет реальной конкуренции на радиорынке, когда станция, которая начинает работу, имеет определенное время для собственного самосовершенствования.

Стратегический менеджмент радиостанции начинается с планирования результата. Четкая постановка задач, понятных как для совета руководителей, так и для рядового управленца, корпоративная ориентированность на их решения, умение принимать решения и прогнозировать их – это принципы целевого менеджмента, то есть плана, в котором указана основная цель станции. В конце концов, каждый этап создания и деятельности станции должен быть результативным. Если в течение первого этапа (планирование и организация) заложить основы деятельности станции, в течение второго этапа (коммерция и контроль) – станция должна определиться с перспективами делового предпринимательства, то в течение третьего этапа (продвижение и маркетинг) – станции уже следует четко позиционировать себя на рынке, тогда стратегический менеджмент будет считаться успешным [4, с. 38].

Список литературы

1. Барабаш Н.С., Дебабова А.Л. и др. Отечественное радиовещание на современном этапе: сб. ст. М.: Изд-во РУДН, 2008. 286 с.
2. Беляев С., Коровицын В. Радиостанции России. Государственное и независимое вещание. М.: Пласт, 1995. 179 с.
3. Бернштейн С.И. Язык радио. М.: Наука, 1977. 47 с.
4. Гальперин Ю.М. Человек с микрофоном. М.: Искусство, 1971. 270 с.
5. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2001. 320 с.
6. Лизанчук В.В. Основы радиожурналистики: учебник / Львов. нац. ун-т имени И. Франко. М.: Знание, 2006. 628 с.
7. Патрахина Т.Н. Стратегия образовательного учреждения: сканирование среды, формулировка миссии // Дискуссия. 2012. № 9(27). С. 140–143.

РАДИОЖУРНАЛИСТ И РАДИОСЛУШАТЕЛЬ. ИНТЕРАКТИВНОСТЬ РАДИОВЕЩАНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются основные требования к радиожурналисту. Основное внимание уделяется ведущему в прямом эфире, а именно его звукоречевым характеристикам. Статья посвящена рассмотрению основных правил, предъявляемых к радиоведущему, таких как адресность, акустичность, ироничность, позитивность, доверие, точность и пр.

Ключевые слова: радиожурналистика; радиоведущий; ди-джей; радиовещание; радиослушатель.

Радио является одним из средств массовой коммуникации, который построен на передаче информации с помощью звука. Радиосообщение существует во времени, а не в пространстве, и давно стало неотъемлемой частью человечества [1, с. 162]. Профессиональный радиожурналист – универсал в пределах того формата, который представляет. Такие радиостанции, как «Европа Плюс», подбирают сотрудников всесторонне одаренных. Ди-джей все больше становится ключевой фигурой на радиостанции, выполняя несколько видов деятельности, в том числе и продюсирование. Вполне вероятным представляется также перспективное уменьшение в эфире времени работы ди-джеев в студии, которое будет вызвано сосредоточением на повышении качества программ, создании конкурентоспособного радиоэфира.

Настроительный эффект восприятия информации, эмоции, смоделированные ведущим эфира – это бесспорно его отношение к тому, о чем он говорит. И в этом контексте есть ряд стандартных правил, которых стоит придерживаться для организации привлекательного разговорного и музыкального эфира, каждое из которых имеет в результате сработать на интерактивность станции. Первым таким правилом является адресность [2, с. 56].

Адресность. Считается, что ведущему предстоит говорить в студии так, как это делают члены социума, к которому он обращается. В конце концов, этого требует принцип социализации радиовещания, то есть необходимость чувствовать своего слушателя, отражать стиль его жизни, приобщать аудиторию в совместный со станцией имидж и т.п. Однако, это не означает, что текст ведущего должен быть аналогичен уличной стилистике, – без чувства языковой нормы, без логики точности передачи мысли, без контроля над дикцией, тембром голоса и темпе ритмом речи. Разговорный стиль общения в эфире – это не бытовой стиль, это то, что называют «местными жизненными интонациями», которые воссоздаются средствами радио. И если ведущий будет умело этими «местными жизненными интонациями» пользоваться, сочетая их с интересом к тому, что он говорит – тогда он и будет близок тому сообществу, к которому обращается.

Акустичность. Для ведущего свойственно использование определенного комплекса лексических, синтаксических и фонетических конструкций, характеризующих устную речь программы, ее акустику. Этот язык, основанный на сочетании самого текста, музыки и шумов, позволяет очертить камерность той обстановки, с которой воспринимается программа. Фразеология и инверсии, монолог и диалог, вопросительные и восклицательные предложения, паузы и логические ударения, утвердительные и отрицательные слова, омонимы и синонимы – все должно работать на организацию «акустической манеры подачи материала и соответствовать разговорному или музыкальному формату вещания».

Ироничность. Ирония свойственна многим слушателям в отношении различных событий, проблем, ситуаций. Поэтому очень важно, если в этом есть необходимость, быть в эфире ироничным, чтобы задавать необходимый тон и создавать настроение для всего разговора.

Использование иронии в разговорных и музыкальных программах должно происходить на уровне доброжелательного отношения к своим коллегам по студии, к гостям, к тому материалу, который предлагается аудитории, наконец, к самим слушателям. Ирония не должна перерасти в назидание.

ние, панибратство, насмешки, критиканство. Ведущий – не музыкальный критик и не может позволить себе негативно отзываться о композициях, составляющих его шоу. Музыка «анонсируют, а не комментируют». Поэтому есть еще одно важное правило – быть положительным.

Позитивность. Развлекательную или музыкальную программу слушают, чтобы улучшить настроение, отдохнуть. В музыкальных программах негативные эмоции недопустимы, поскольку слушатель или выключит станцию, или переключит на другую. Не должно быть никаких проблем, о которых сообщается через эфир – ни у самого ведущего, ни у станции. Слушателю достаточно своих забот, поэтому задача ведущего, по возможности, сделать их менее существенными, а не «нагружать» своими собственными. В монотематических программах положительность следует проявлять по решению какого-то определенного вопроса, поскольку проблема как раз и может стать поводом к появлению гостя или гостей в студии. В таком случае деликатность, чуткость, сопереживание и является тем позитивизмом, который в соответствии воспринимается аудиторией.

Нельзя негативно отзываться о своих конкурентах, коллегах-ведущих, о других станциях и их программной продукции. Важно подчеркивать преимущества своей станции, общаться с уважением к гостям в студии и к слушателям в интерактивной связи, независимо от собственных убеждений, отношения к ним и тематики разговора (на острые политические, экономические, социальные темы), анонсировать с лучшими эмоциями музыкальный контекст, выпуски новостей и другие блочные программы станции. А чтобы делать это естественно и ненавязчиво, есть такое правило, как улыбка.

Улыбка. Близка к иронии, но не тождественна ей. Главное – это заставить слушателя улыбнуться. Этакая «улыбка Будды» (уголки губ немного подняты) дает возможность поддерживать ход программы в хорошем настроении и расположении духа. Бесспорно, не всегда улыбка уместна, когда речь идет о серьезных, иногда даже трагических вещах. Однако она срабатывает в тех ситуациях, когда необходимо вести программу на положительных эмоциональных пиках. Тогда улыбка ведущего всегда дарит слушателю ощущение праздника и собственной причастности к эфиру, особенно когда речь идет о доброжелательной шутке и розыгрыше. Естественная улыбка, как правило, – это приятные и добрые эмоции, признак доверия.

Доверие. Тембральность голоса, эмоции, динамика речи, собственно, все, что запоминается и «притягивает» аудиторию, заставляет «заработать» доверие к ведущему, к программе и, в конце концов, к станции. Доверие каждый из ведущих завоевывает по-своему, учитывая, конечно, специфику той целевой аудитории, с которой он общается через эфир.

Точность. Это правило касается понимания того, что называется «вхождением в эфир и выход из него». Каждый эфирный отрезок времени разговорной или музыкальной программы в течение суток характеризуется определенными особенностями работы ведущего. Каждый формат, каждая программа имеет свою четкую структуру, которую не следует нарушать даже ради эксперимента. Поэтому ведущий должен быть точным не только в своих высказываниях, в четкости изложения, но и во временных реалиях программы.

Например, когда речь идет о музыкальной программе, то ее ведущий (ди-джей), представляя музыкальную композицию, не тратит на это более 20–25 секунд. И за это время, кроме названия песни и его исполнителя, он может напомнить еще и время суток, имя, проанонсировать следующую музыкальную композицию или сообщить о приближении той или блочной программы.

В работе ведущего разговорной и музыкальной программ важно обязательное анонсирование перед рекламной вставкой или выпуском новостей того, о чем пойдет речь в программе дальше, при этом уходя от таких слов, как «перерыв на новости» или «рекламная пауза». Такие обращения к аудитории подсознательно отвлекают ее от эфира или заставляют поискать другую станцию и т.д.

К точности можно отнести напоминание каждые 10–15 минут названия и частоты станции, а также – номеров телефонов студии. То есть, ведущий почти с каждым своим выходом в эфир должен идентифицировать исходные данные станции для тех слушателей, которые могут заинтересоваться темой и гостями, или которые только присоединились к эфиру. Для этого, кроме устного напоминания эфирных данных станции, можно раз в две-три песни ставить в эфир джингл или слоган станции.

Каждый выход в эфир ведущего музыкальной программы должен быть оригинальным мини-спектаклем с завязкой, кульминацией и развязкой. То есть, нужна одна тема, которую можно «раскрутить» за короткий промежуток времени, и основное, текст не должен быть оторванным от музыкального ряда.

Ведущий не может выходить в эфир в середине песни или рекламного блока; начинать и завершать текстовые «блицы» следует в пределах инструментального «интро» композиции (перед или после вокальной части), не стоит подпевать в тон или такт джинглом, слоганам, песням, рекламным

роликам и тому подобное. Точность – вежливость королей. Для ведущего как «короля» эфира – точность – это признак его авторитетности и компетентности.

Привлекательность. Авторитетность определяется научным социальным статусом коммуникатора. Компетентность оценивается по глубине осведомленности в тех вопросах, с которыми он выступает. Определить свое непосредственное отношение к такой «сфере интересов», как общение и музыка, а также принципиальное удовлетворение этих интересов – один из факторов привлекательности радиоведущего.

Ведущий разговорных и музыкальных программ – это «лицо» станции, ее имидж, проводник интерактивности. Итак, чтобы быть привлекательным в эфире, важно создать так называемый атрибутивный звуковой ряд, чтобы аудитория попыталась услышать, почувствовать и представить того, кто обращается к ним через эфир. Этому помогают вокально-вербальные особенности, которые позволяют идентифицировать характерный стиль ведущего в любой момент включения радиоприемника. Начиная с тембра голоса, который имеет свойство запоминаться и вызывать доверие, и заканчивая атрибутивными повторами в эфире определенных лозунгов, правил, кредо, характеризующих стилистический и фонетический набор говорящего – все должно быть привлекательным. И первое, что должно запомниться сразу же, – это имя ведущего [2, с. 116].

Имя ведущего, особенно ведущего музыкальной программы (ди-джея), – это название станции. Оно неизменно должно соответствовать его внутреннему и внешнему «формату», то есть тому, что и как он говорит.

Кроме вокальных данных, с именем ведущего аудитория ассоциирует манеру изложения информации, темпоритм речи, визуальную атрибутику, то есть его внешность (например, для продвижения станции во время рекламных промо-акций или для телевизионной съемки во время интервью – большая часть гардероба ди-джея может быть отмечена логотипом станции). Раскрученное и популярное имя ведущего не меняется даже когда он переходит на другую станцию. Вместе с именем ведущий, как правило, переносит в новый эфир «собственную визуально-вербальную ауру», а еще – надежду, привычки и ожидания своих поклонников.

Список литературы

1. Долгина Е.С., Москова В.А. Радиожурналистика: исторический аспект // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов / отв. редактор А.В. Коричко. Нижневартковск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 162–164.
2. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. М.: РИП-холдинг, 2003. 222 с.

УДК 070

В.В. Воронина

студент

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижневартковск, Нижневартковский государственный университет*

СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В статье рассматриваются современные проблемы средств массовой информации. Основное внимание уделяется потере актуальности ввиду неоперативности печатных СМИ и переходу их в интернет-пространство. XXI век является веком мультимедиазации СМИ, это и обуславливает перспективы развития не только печатных, но и радиальных и телевизионных средств массовой информации.

Ключевые слова: средства массовой информации; мультимедийность; медиaprостранство; интернет-СМИ.

На наших глазах не только печатная продукция, традиционное радио, но даже и массовое телевидение сдают позиции перед Интернетом как каналом коммуникации. Скорость, мобильность,

мультимедийность, универсальность, интерактивность – вот они, ключевые признаки современного медиапространства [2, с. 147]. В 1980-х начали говорить о мультимедиазации СМИ, но в то время этот термин обозначал не изменение содержания СМИ в сторону мультимедиа-содержания, а переплетение капиталов различных видов СМИ – например, газетный концерн начинал скупать телевизионные станции и т.д. [3, с. 32]

СМИ всегда отдавали предпочтение какому-то одному основному средству коммуникации: газета – письменности; радио – устной речи, а телевидение – изображению. Поэтому с появления нового типа СМИ старые средства массовой информации не теряли свою значимость. Однако всерьез говорить о мультимедиа начали только в последние 20 лет в связи с прогрессом компьютерной техники, компьютерных носителей и компьютерных сетей как способа трансляции. Все из-за того, что именно эти «новые» технологии позволили объединить внутри одного носителя, например, компакт-диска, разные ранее необъединенные средства коммуникации – визуальную, текстовую и звуковую. На сегодняшний день можно, благодаря Интернету, получать доступ к текстовой, визуальной и звуковой информации.

Так, газета при стопроцентном сохранении текста, но сверстанная по-другому, уже совершенно иное издание, так как изменяется и логика номера, и направление всего выпуска, а не отдельных текстов. При переносе публикаций из печатной версии в электронную происходит два изменения [1, с. 47]:

1) технологический – для чтения электронной версии необходимо использование специального оборудования, а также навыки использования сетевых ресурсов.

2) типологический – перед нами предстает совершенно иное издание – это не печатная продукция, какой ее обычно представляют, а электронное издание с комплексом навигационных и коммуникативных функций (например, обратная связь с читателем, оценка материалов издания, обсуждения в форумах и блогах, гиперссылки и др.).

С недавнего времени в сеть Интернет перешли такие средства массовой информации, как радио и телевидение. Ими активно используются текстовые материалы вместо сюжетов и голосовых сообщений и мультимедийные возможности. Как и любое другое сетевое СМИ, электронная версия отличается навигацией. Поэтому нельзя сказать, что содержание имеет разницу в сравнении с традиционными каналами вещания.

В современном мире средства массовой информации сталкиваются со следующими проблемами:

1. Выпуск печатного издания, ТВ-программы или радио-выпуск зависит от финансирования.
2. Низкое качество информации выпускаемых СМИ.
3. Низкий профессионализм.
4. Безопасность журналистов.
5. Побочные проекты.

Перечисленные проблемы, так или иначе, касаются всех средств массовой информации. Стоит рассмотреть каждую из них подробнее.

Выпуск печатного издания, ТВ-программы или радио-выпуск зависит от финансирования.

Вполне ясная и понятная проблема. Спонсоры имеют некую власть над тем, кого они содержат. Они не только влияют на тематику того или иного СМИ, но и могут оказывать определенное воздействие на массового потребителя. Некоторые средства массовой информации выполняют заказную работу. Следовательно, СМИ не могут говорить то, что есть, им приходится говорить то, что надо. Есть и иная проблема – открывают свое дело люди, которые совершенно ничего не смыслят в журналистике.

Низкое качество информации выпускаемых СМИ. С каждым годом число некачественной «желтой» прессы и подобных ей ТВ-передач увеличивается. На страницах «бульварных» газет и журналов чаще встретишь полемику на тему «Кто, когда и с кем» («Желтая газета», «Тайны звезд» и др.), чем обсуждение глобальных проблем. Телевизионные каналы транслируют, так называемые, развлекательные программы, которые обсуждают личную жизнь известных людей шоу-бизнеса или различные ток-шоу. При значительном увеличении тиража «желтой» прессы число информативных изданий и познавательных программ сокращается. Это оказывает влияние на российского потребителя.

Низкий профессионализм. Журналист ради привлечения как можно большего количества людей не берет во внимание качество выпускаемой информации. Безграмотность журналистов, проблемы с лексикой у ведущих и репортеров, а также использование недостоверных источников для получения информации.

Безопасность журналистов. За последние несколько десятков лет было совершено большое количество нападений на журналистов. Одни из самых обсуждаемых – убийства советского и рос-

сийского телеведущего Владислава Николаевича Листьева, российской правозащитницы Анны Степановны Политковской и пр.

Побочные проекты. Сейчас, когда заработная плата сокращается с каждым месяцем и имеется угроза внезапного увольнения, журналисты находят себе некую подработку или запасной вариант – пишут и издают книги, разрабатывают собственные проекты, создают блоги, консультируют, проводят семинарские занятия, что впоследствии может принести дополнительный доход или стать их собственным делом. Все это отвлекает журналиста от его прямых обязанностей.

На сегодняшний день посещаемость крупнейших интернет-порталов намного превышает тиражи популярных печатных изданий. Рост аудитории и возможность тесного контакта с ней – плюсы перехода традиционных средств массовой информации в сеть Интернет. Стоит отметить, что печатные издания, в особенности газеты, не пополняются молодыми кадрами и целевой аудиторией до 30 лет. Это связано, прежде всего, с тем, что сейчас существует возможность бесплатно в режиме онлайн читать информацию в Интернете, а работа в интернет-издании более оплачиваемая. Что же касается радио, то оно пострадало от того, что человек может сам составить себе личный play-лист и слушать, когда ему удобно, а не подстраиваться под музыкальный формат. Это же касается и телевизионных каналов, программ и возможностью просмотра фильмов, сериалов и т.п. в режиме онлайн в любое время. С помощью технологии цифрового телевидения – IP TV можно останавливать трансляцию какой-либо программы, ставя ее на паузу, или же включать фильм, который показывали несколько часов назад.

Так или иначе, но каждое современное традиционное СМИ сталкивается с одной или несколькими вышеперечисленными проблемами. Чтобы хоть как-то сохранить и авторский состав редакций, и аудиторию печатные издания переходят в сеть Интернет. Нынешним СМИ приходится «идти в ногу» с инновационными технологиями.

Список литературы

1. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Концепции современных российских Интернет-изданий // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2001. №6. С. 47–53.
2. Долгина Е.С., Гуржий Д.А. Проблема современных традиционных СМИ в России // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 147–150.
3. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 383 с.

УДК 070

М.А. Григорьев
студент

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

СПЕЦИФИКА МОТИВАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ЖУРНАЛИСТОВ: ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ ИЗДАНИЙ

Аннотация. В статье представлен материал авторского перевода по проблеме мотивации зарубежных журналистов. Автором представлен обзор специфики мотивации журналистов в Великобритании, США, странах Скандинавии, обозначены социокультурные характеристики, которые стали основой профессиональной компетенции зарубежной журналистики.

Ключевые слова: мотивация; журналист; зарубежная журналистика; культура журналистики.

Мотивация журналистов – тема, которая сегодня находится в стадии формирования в российской науке и практике. В связи с этим особую актуальность приобретает изучение и анализ зарубежного опыта мотивации и стимулирования журналистов. Рассмотрим сущность мотивации журнали-

стов Великобритании, США, Скандинавии, а также специфику мотивации военных журналистов в зарубежной практике.

Британская журналистика

Журналистика – это творческая профессия. Творчество подразумевает свободу действий, но, если журналист будет сам по себе, ему придется заниматься тем, чем занимаются менеджеры: следить за доходами, разбираться с редакторами, налогами, консультантами и случайными звонками. Творца больше интересует концентрация на его творчестве, но кто-то же должен выполнять и рутинную работу менеджера. Именно здесь возникает конфликт между творчеством, свободой и управлением.

В нашу время интересы аудитории диктуют «творчество», которым журналист будет заниматься, что является ограничителем для многих людей, которые представляли себе журналистику как профессию, в которой можно работать на себя. Вдобавок современные топ-менеджеры пересмотрели свои идеи и теперь они ищут не только корреспондентов и редакторов, но и людей, контролирующих процесс их работы – менеджеров.

В 1959 году, британский писатель и ученый Snow C.P. (далее Сноу) читал лекцию в Кембриджском университете под названием «Две культуры». Сноу предположил, что естественные науки и общество сформировали два разных мира, не способных друг друга понимать из-за созданного информационного барьера. С десятилетиями эта проблема становилась все более заметной. Само появление профессии менеджера и ориентация массовых медиа на пользовательский контент, говорит о том, что в эру цифровых технологий компании сами не знают, что нужно их потребителям и сотрудникам [9, с. 1].

Бывший руководитель вещательной компании в Дании Christian Nissen (далее Ниссен) назвал эту напряженную ситуацию в медиа организациях «битвой двух культур». Упор на профессиональный менеджмент привел в медиа компании менеджеров, изначально не имеющих никакого опыта в журналистике. Менеджеры понимают, что им нужно изучить культуру творчества журналистов, но они не хотят заходить слишком далеко. В результате чего журналисты чувствуют себя скованными и ограниченными из-за данного бюрократического контроля [7, с. 6].

Тем не менее Ниссен уверен, что индивидуализация медиа разделяет информационный рынок на разные категории, способствуя лучшему формированию организаций. Таким организациям, свободным от монополии и руководства свыше, необходимы менеджеры, которые превратят сложные правила в простые задания, или другими словами, им нужны мотивационные лидеры.

За определением мотивационного лидера Ниссен обратился к цитате британского академика. Stephen Bungay в своей книге «The Art of Action» писал следующее: «мотивационные лидеры должны спрашивать у сотрудников, что им нужно, дать необходимое, а затем замолчать». Иными словами, лидеры должны выдать цели и установить необходимые ограничения, но при этом не вдаваясь в подробности, как эти цели будут достигнуты.

Творческие люди важны для достижения высоких результатов, но организации, сами того не понимая, отпугивают их. В наши дни творческие люди – это так называемое «поколение миллениума», которое может принести организации больше пользы, чем старое сформированное начальство. Потому что ими движет инновация, в то время как сфера журналистской деятельности еще не успела сбросить шаблонную организационную модель XX века.

С появлением мотивации люди, основываясь на опыте с фабричными рабочими, считали, что человека нужно мотивировать только двумя способами: наказанием и вознаграждением.

Это представление изменилось после исследования двух молодых ученых по имени Harry Harlow (далее Харлоу) и Edward Deci в 1940-х годах. Суть эксперимента заключалась в том, что несколько подопытных обезьян должны были открыть устройство с пазлом. Но сразу после начала эксперимента все пошло не так: без каких-либо мотиваторов приматы приступили к решению головоломки и сами смогли понять, как она работает. Обезьяны решали эту головоломку из раза в раз, несмотря на то, что после завершения эксперимента их ничем не поощряли. При этом подопытных не было жадности, голода или других потребностей. Харлоу объяснил подобное поведение животных следующим высказыванием: «Процесс выполнения задания порождает внутреннюю награду» [10, с. 7].

Позже эксперименты с людьми приводят к похожим результатам. Автор книг и исследований по менеджменту Daniel Hense Pink делает выводы, что результатом нашего высокого трудолюбия становятся не биологические потребности, а «наше глубокое желание руководить своей жизнью, расширять и улучшать способности, чтобы жить со смыслом» [7, с. 20].

Профессоры Лондонской школы бизнеса «Rob Goffee и Gareth Jones» – ведущие эксперты по организационной культуре в Европе, рассматривают функцию творческих лидеров следующим образом:

- они должны создавать для творческих работников связь с рабочей сферой с помощью организационных заданий;
- как только сотрудник будет чувствовать себя уверенно на рабочем месте, он сосредоточится на своей работе;
- если человек ушел далеко от цели, лидер должен плавно направить тему обратно в нужное русло, не пытаясь оскорбить творческое мышление сотрудника;
- не ждать благодарности от работников и меньше вставать на их пути.

Конечно, это не означает, что у творческого сотрудника есть право делать все, что ему вздумается, иначе это было бы анархией и надобность в управляющем просто отсутствовала. Если работник пересек черту, лидер обязан принять действия, не ради повышения своего авторитета, но в интересах организации и остальных сотрудников. Чтобы успешно поддерживать этот баланс лидер должен обладать умеренным эгоизмом.

В итоге, суммируя эти идеи можно прийти к выводу, что классическая бюрократическая система в Британии начинает буквально выворачиваться наизнанку, заменяя наборы правил и избегая их формирования, для того чтобы новые идеи не оказались зажаты ограничениями на полпути к реализации. Эта новая система хорошо накладывается на медийные организации, так как журналистам нужна свобода в реализации и защита от чрезмерного влияния менеджеров и управляющих.

Журналистика в США

Американский журнал «The Daily Beast» в 2012 году опубликовал список 13 самых бесполезных профессий в системе образования Америки, в число которых вошла журналистика. Кадры сократились до 1/3 от того, что было в 2000 году, равнясь минимальному количеству сотрудников в 1978 году, и это в основном из-за низкой оплаты труда. Несмотря на то, что в наше время ситуация для выпускников улучшилась, журналистика продолжает сохранять тенденцию низкого числа найма работников. Однако интерес студентов к профессии не упал вместе с числом активных журналистов [3, с. 2].

Культура журналистики зависит от политики страны. Сравнительные исследования показывают, что студенты Соединенных Штатов Америки отличаются от своих сверстников из других стран. Американские студенты не мотивированы выполнением сложных задач, отдавая предпочтение роли поиска и хранения информации [5, с. 1163].

Фокус-группы, опросы и исследования с участием студентов акцентировали внимание на вопросе мотивации в целях выяснить, что вдохновило людей поступить на журналистику. Стоит отметить, что подобные научные работы практически прекратились в конце прошлого века и все данные основываются на историческом развитии культуры; они не дают четкого определения нынешнего состояния, они лишь выводят тенденции.

Исследование Университета Северной Каролины (1974 год) обнаружило желание студентов поступить на обучение из-за «разнообразия» и «творческой работы» в профессии. В целом, последние исследования (1987 год) показывают, что американские студенты-журналисты хотят писать, реализовывать свое творчество и встречать новых людей. На первом месте в списках причин поступления на профессию (1993, 2008, 2009, 2014) оказывался аргумент, что они учувствовали в создании школьной газеты и ежегодных изданий [3, с. 3].

В современное время, с развитием интернета и социальных медиа сайтов, на подобие Twitter и Facebook, студенты образуют так называемое поколение «Взгляните на меня» или же поколение Y (Миллениалы). Многие исследования доказали, что новое поколение акцентирует внимание на проблеме индивидуальности каждого человека [8].

С индивидуальностью приходит желание самовыражения, что, по мнению исследователей, является причиной появления у студентов мотивации стать знаменитостью. Молодые люди создают публичные страницы в социальных сетях, набирают подписчиков, создают блоги и делятся своими информационными «постами». Когда у таких людей спрашивают, какова их цель в профессии, они отвечают, что хотят стать знаменитыми, что идет в разрез с целями студентов в 70-х годах прошлого века. В отличие от других видов журналистики, телевидение дает потенциал для приобретения популярности, из-за чего студенты, которые собираются работать в печати, могут обладать другими мотивациями. Популярность как мотивация проявляется через: тщеславие, узнаваемость, идею передачи информации следующим поколениям [3, с. 4].

Американские журналисты XXI века обладают почти той же мотивацией, как и прошлое поколение, но с большим упором на популярность во многих случаях. Чтобы удержать интерес студентов к журналистике, они должны удовлетворять их потребность в самореализации, желании помогать другим (альтруизм) и приносить пользу миру. Студентов, ищущих славы, можно мотивировать тележурналистикой. Некоторых людей можно мотивировать практикой через школы, которые могут ее предоставить до поступления в университет. Даже день открытых дверей может повысить мотивацию молодых людей, позволив им ощутить эмоции, увидев свое имя под статьей, фотографией и видеоматериалами.

Журналистика в странах Скандинавии

Журналистика стран Скандинавского полуострова, таких, как Норвегия, Швеция и Финляндия, а также соседствующей Дании, относится учеными к стандартной традиции европейской журналистики. В крупной исследовательской работе под названием «Comparing Media Systems» (2004) авторы Daniel C. Hallin и Paolo Mancini сравнивали системы медиа моделей и соотносили их с политикой страны. В этой работе страны Скандинавского полуострова относятся к модели «корпоративной демократии». Модель корпоративной демократии включает в себя такие показатели как: ранний оборот печати, совмещение политических идей с журналистикой, высокий уровень профессионализма и свободы прессы. И эта модель применима ко всем Скандинавским странам, что объединяет их в отдельную группу «Скандинавской журналистики», со своими целями и идеалами, к которым будут стремиться журналисты данных стран.

Но за последние десятилетия в Скандинавской модели произошли серьезные изменения, в частности, увеличение числа высокооплачиваемых кадров и упор на рекламный бизнес на внутреннем уровне стран (а иногда и за ее пределами). Это привлекло многих исследователей, заинтересованных вопросом мотивации молодого поколения в Скандинавской журналистике [6, с. 150].

Результаты исследования The Nordic Journalists of Tomorrow позволяют взглянуть на профессиональную ориентацию первокурсников образовательных учреждений Дании, Швеции, Норвегии и Финляндии [6, с. 153]. Студенты Дании по большей части взрослые, работающие вне сферы журналистики люди (31% людей старше 28 лет), которые уверены, что они пойдут работать в журналистику сразу после окончания обучения. Студенты в Швеции, Норвегии и Финляндии моложе (примерно 20-24 года), но имеют больший опыт работы в сфере (и меньший опыт в круглосуточной работе) и обладают меньшей уверенностью в том, что будут продолжать обучение.

Опрос, затрагивающий причины выбора профессии студентами, показывает, что их мотивацию можно разделить на три шаблона:

1) Студенты мечтатели, идеалисты, которые готовы на практике достичь своей цели (большая часть студентов).

2) Студенты, которые хотят карьерного роста.

3) Желание показать себя людям – это экранная журналистика и корреспонденция.

В опросе были выведены 12 разных мотивационных факторов для работы в журналистике с предложением оценить их. «Разнообразная и оживленная работа» – является самым популярным фактором среди студентов разных стран и разного пола. Самым незначительным фактором было отмечено желание стать знаменитостью.

Мотивация студентов стать журналистами в порядке убывания [6, с. 155]:

1. Творческая работа.
2. Участие в общественных событиях.
3. Самореализация.
4. Встретиться с влиятельными лицами.
5. Помощь людям.
6. Повышение своего авторитета.

Военная журналистика

Профессор Энтони Фейнстен (Anthony Feinstein) университета Торонто, нейропсихиатр, автор двух книг о военной журналистике провел анализ потребностей и специфики мотивации журналистов, которые работают в зоне военных действий, и пришел к следующим выводам.

В городе Вашингтон расположен музей журналистики и новостей, в котором размещена мемориальная стена с небольшими фотографиями журналистов, которые погибли или были убиты из-за своей профессии. Эта стена большая и фотографии на ней уже упираются в потолок, не оставляя места. Каждый год, такие организации как Международный институт безопасности журналистов и Комитет защиты журналистов подсчитывают число убитых, похищенных или пропавших журналистов, это число достигает сотни за год.

Военные журналисты занимают особую нишу в профессии, их небольшая группа использует социальные навыки в местах конфликта по всему миру. Их жизни находятся под угрозой, в то время как они информируют свою аудиторию, и угроз для жизни с каждым годом становится все больше. Но не все военные журналисты умирают от рук противоборствующей стороны, они умирают, потому что они сами выбрали эту опасную сферу деятельности. Человек не может быть мотивирован, если он знает, что завтра он может погибнуть. При этом журналисты не проходят специальную подготовку, после которой они будут стрелять в людей для самозащиты.

Каждый выживший журналист, покинувший поле боя, навсегда запомнит то, что он там увидел. С психологической точки зрения, военную журналистику начали рассматривать только в начале 2000-х.

Было названо много индивидуальных причин выбора военной журналистики людьми: увидеть историю своими глазами, передать слова жертв войны, побывать в необычных местах, или иногда все выше перечисленное. Но это лишь поверхностная мотивация журналистов, основа должна быть заложена в их характере. Многие считают, что такие журналисты просто «зависимы» от адреналина из-за чего они и возвращаются на поле боя вновь и вновь. Адреналин запускает каскад реакций, готовящих тело к физической работе, битве или бегству (в том числе и учащает биения сердца) [2, с. 481]. Но адреналин не мотивирует человека удовольствием, за это отвечает дофамин. Желание наградить свое тело еще одним всплеском дофамина может привести к поиску нового опыта различного уровня риска.

Именно здесь вступают биологические свойства человека, потому что уровень дофамина контролируется организмом на генетическом уровне. Люди с повышенным выбросом дофамина, скорее всего не станут выбирать себе профессию, заканчивающуюся обычной рутинной. Это выявлено не только в журналистике: альпинизм, серфинг, Формула 1, астронавтика и др. опасные профессии привлекают людей с высоким уровнем дофамина.

Но с возрастом количество вырабатываемого дофамина уменьшается. Поэтому большинство военных журналистов, доживших до 40 с половиной лет, больше не возвращаются в места боевых действий за новостями [4].

Подводя итоги, можно констатировать, исследователи схожи во мнении, что потребности, ценности, приоритеты человека носят индивидуальный характер, а мотивационные условия во многом определяют поведение сотрудников [1, с. 543].

Список литературы

1. Патрахина Т.Н., Урсу М.И. Мотивация персонала как механизм повышения экономической эффективности организации // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 2-3 апреля 2015 года / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2015. 814 с.
2. Химия и общество / пер. с англ. М.: Мир, 1995. 560 с.
3. Coleman R., Yea Lee J., Yaschur C., Meader A.P., McElroy K. Why be a journalist? US students' motivations and role conceptions in the new age of journalism. SAGE, 2016. 20 p.
4. Feinstein A. In harm's way: Why war correspondents take risks and how they cope // The Globe And Mail. 2014. August 29. URL: <https://beta.theglobeandmail.com/news/world/in-harms-way-why-war-correspondents-take-the-risk/article20278510/?ref=http://www.theglobeandmail.com&> (дата обращения: 24.10.2017).
5. Hanusch F., Mellado C. Journalism Students' Professional Views in Eight Countries: The Role of Motivations, Education, and Gender // International Journal of Communication. 2014. № 8. P. 1156-1173.
6. Hovden J.F., Bjornsen G., Ottosen R., Willig I., Zilliacus-Tikkanen H. The Nordic Journalists of Tomorrow // Nordicom Review. 2009. № 30. P. 149-165.
7. Laura S. Herding the Cats – How to Lead Journalists in the Digital Age. University of Oxford, 2012. 65 p.
8. Millennials: Confident. Connected. Open to Change. Pew Research Center 2010. 149 p. URL: www.pewresearch.org/millennials (дата обращения: 14.10.2017).
9. Nissen C.S. The «Two Cultures» in Public Media Management.
10. Pink D.H. The Surprising Truth About What Motivates Us. Penguin Group (USA) Inc. New York, 2012. 114 p.

ПОНЯТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ В ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОФЕССИИ

Аннотация. В статье рассматривается понятие профессиональной журналистской этики, которая направлена на принятие решений журналистами при возникновении выбора между увлекательностью материала и моральными нормами. Публикационная деятельность журналиста должна основываться на рассмотренные в статье этические кодексы журналиста. Современный журналист должен опираться на этическую модель поведения при работе с источниками информации.

Ключевые слова: этика; профессиональная этика; источники информации; этический кодекс журналиста.

Возникновение профессиональной этики во времени предшествовало созданию научных этических учений и теорий о ней. Основателем этики, как самостоятельной области знания, считается Аристотель, учение которого основано на концепции моральных отношений в социуме. Его заслуги в развитии данной науки достаточно велики. Аристотель в своих трудах систематизировал знания об этических суждениях. Так, в 4 веке до н.э., благодаря Аристотелю, появились понятие и наука «этика».

Этика, с позиции Аристотеля, является наукой о нравственности, целью которой является создание счастливой жизни человека и осуществляющая помощь в осознании главных задач жизнедеятельности [7, с. 52].

Понятие «этика» в Толковом словаре С.И. Ожегова трактуется как философское учение о морали, ее развитии, принципах, нормах и роли в обществе. Второе определение этики в словаре: совокупность норм поведения (обычно применительно к какой-нибудь общественной группе) [4, с. 856]. Так, этика по своей природе является философским понятием, в основе которого лежит объяснение происхождения и природы морали и нравственности, основной социальный функционал этих явлений [3, с. 83].

В общем смысле, этика – это набор моральных принципов и ценностей, управляющий поведением человека или группы людей и определяющий положительные и отрицательные оценки их мыслей и действий.

Доктор философских наук М.Н. Росенко рассматривает профессиональную этику как философскую дисциплину, науку о моральных нормах и требованиях, регулирующих отношения между людьми в сфере трудовой деятельности. Профессиональная этика, по его мнению, находится во взаимосвязи с общей этикой. В основе профессиональной этики лежит учение о человеке и взаимоотношениях в социуме в сфере профессиональной деятельности [6, с. 17].

Таким образом, можно резюмировать, что этика является особой философской наукой, в основе которой лежит учение о происхождении морали, ее основных принципов, нормы, управляющей поведением человека и регулирующей его взаимоотношения в профессиональном коллективе [2, с. 91].

Общая этическая теория должна решать основную задачу – выработка норм, установок и принципов взаимоотношений в коллективе и распространение их на систему общественных взаимоотношений. Профессиональная этика, в свою очередь, направлена на конкретизацию данных норм и принципов в сфере профессиональной деятельности. Профессиональная мораль должна рассматриваться наряду с общей этической системой. Пренебрежение данной взаимосвязью приведет к утрате практической основы и потере нравственного кругозора. Таким образом, профессиональная мораль основана на совокупности моральных норм, ценностей и идеалов, на которых построено отношение сотрудника к профессиональному долгу. Поэтому возникает необходимость учета соотношения понятий «профессиональная этика» и «профессиональная мораль», поскольку они являются близкими, но не тождественными.

Так, профессиональная этика, как и любая другая теория, не дает полного ответа в области взаимоотношений между людьми в профессиональной деятельности, определяет общие принципы и

нормы, регулирующие эти отношения. Историческая и гуманистическая роль профессиональной этики в развитии человека и общества определяется основным функционалом [6, с. 21]:

- регулятивная функция формирует основу для взаимоотношений сотрудника и трудового коллектива в процессе постановки и решения определенных трудовых целей;
- воспитательная функция направлена на обучение и организацию практической моральной составляющей в профессиональной деятельности;
- мировоззренческая функция обуславливается способностью работника соотносить выполняемые им обязанности с интересами окружающих людей и общества;
- познавательная функция направлена на восприятие, анализ, отбор и обобщение информации, получаемой сотрудниками в процессе профессиональной деятельности;
- коммуникативная функция обусловлена передачей трудового и профессионального опыта другим людям, а также последующим поколениям;
- созидающая функция направлена на обобщение результатов вышеперечисленных функций в их совокупности.

Серьезной проблемой для современной России является – состояние профессиональной этики. Российское общество сталкивается с такими моральными ситуациями, как кризис духовности, деградация личности, распространение коррупции и других пороков. Трудовая мораль разрушается и снижается роль профессиональной личности.

В основе любой профессиональной деятельности лежит понятие ответственности. Главной составляющей профессии журналиста является свобода слова и высказываний, не нарушающей морально-этические нормы. Так, журналист должен нести ответственность за каждое слово, выпущенный в эфир или опубликованный материал.

Профессиональная этика журналиста – это юридически не фиксируемые, но принятые в журналистской среде и поддерживаемые силой общественного мнения, профессионально-творческими организациями моральные предписания – принципы, нормы и правила нравственного поведения журналиста [5, с. 303].

Финский исследователь Л. Бруун утверждает, что первый этический Кодекс был документально оформлен в Швеции в 1900 г., однако тогда он не получил широкого распространения, потому первым Кодексом принято считать Хартию поведения, принятую в 1918 г. во Франции национальным синдикатом журналистов. Кодексы западных стран предусматривают понятия справедливости и честности, обязанность знать и учитывать мнение человека перед публикацией критического материала, а также запрет на использование получения информации нечестным путем, нарушая морально-этические нормы. Например, согласно ст. 51 Закона РФ «О средствах массовой информации» запрещается использовать право журналиста на распространение информации с целью опорочить граждан по признакам пола, возраста, профессии, места жительства; нельзя распространять слухи под видом достоверных сообщений. Кодекс этики может служить ориентиром для поддержания личных обязательств журналиста [1, с. 149].

Хартия поведения побудила Российских руководителей Союза журналистов составить Кодекс профессиональной этики, который 23 июня 1994 г. был одобрен Конгрессом журналистов России в Москве. Кодекс содержит в себе 10 статей, которые могут служить ориентиром для поддержания личных обязательств журналиста. Журналист должен распространять исключительно достоверную информацию и проводить различие между мнениями, фактами и версиями. Недопустимо использование конфиденциальной информации в личных целях и сочетание журналистской и рекламной деятельности.

Для сбора необходимых фактов журналист часто обращается к различным источникам информации: индивидуальному, коллективному и документальному. В процессе сбора информации, важную роль играет добросовестность, так как она предполагает точную проверку фактов.

К индивидуальным источникам информации относится человек. Для журналиста успешным условием для сбора информации в данном случае является наблюдательность и интерес к людям с учетом умения быстрой оценки психологического состояния собеседника. Один из главных признаков профессиональности журналиста – этичность и уместность его вопросов. По мнению историка В.О. Ключевского, «быть умным – значит не спрашивать того, на что нельзя ответить» [1, с. 261]. Главной целью при работе с индивидуальным источником информации является получение объективных сведений. В соответствии с этим основным будет являться порядок и содержание задаваемых вопросов.

К коллективным источникам информации следует отнести пресс-конференцию, различного рода заседания и собрания. Данный способ направлен на помощь журналисту в ориентации и расшире-

нии журналистского представления о проблемной ситуации. При использовании данного источника информации немаловажным является соотнесение полученной информации со сведениями из других источников. Данный вид источника информации предполагает высказывание различных точек зрения на одну поставленную проблему. Соответственно, мнения будут различаться. В связи с этим и необходимо удостовериться в фактологической точности полученных сведений. Для этого следует обратиться к документальным источникам информации.

Документальный источник информации представляет собой любые зафиксированные знания, которые используются для справок, изучения и доказательств.

В журналистской практике существует критический сбор сведений, при котором источники информации не ставится в известность о том, что являются объектом внимания журналиста. Примером может послужить включение диктофона без согласия собеседника, использование скрытой камеры, что является бестактностью и нарушением морально-этических норм журналиста. Одним из грубейших нарушений профессиональной этики является предание огласке сведений, порочащих честь и достоинство человека.

Открытый сбор получения необходимой информации является самым принципиальным. Кодекс Международной организации журналистов предписывает: «Журналист должен оберегать достоинство своей профессии. Он не должен прибегать к недостойным средствам и способам получения информации» [1, с. 154].

Грубые и неоднократные сознательные нарушения требований журналистской этики ставят нарушителя вне рядов журналистского корпуса. Вступающий в Союз журналистов России образуется соблюдать Кодекс профессиональной этики российского журналиста [5, с. 203]. Как свод норм и правил профессиональной морали, этика находит свое отражение в журналистских кодексах, которые формулируют нравственное поведение журналиста. Причиной создания официальных этических кодексов является стремление заполнить пробелы в структуре существующего законодательства, а также рассмотрение этических проступков, не являющихся правонарушениями.

Таким образом, соблюдение правовых и этических норм является основой для результативной профессиональной деятельности журналиста. Процесс формирования профессиональной морали в журналистской профессии достиг определенности лишь с созданием первых кодексов. Появление первых кодексов означало завершение длительного процесса формирования профессиональной журналистской этики и документированную форму существования профессионально-нравственного сознания журналистской деятельности.

Список литературы

1. Ворошилов В.В. Журналистика. М.: КноРус, 2010. 285 с.
2. Долгина Е.С., Минязева Е.А. Профессиональная этика журналиста: каноны и нарушения // Современная филология: материалы IV международной научной конференции. Уфа: Лето, 2015. С. 91–93.
3. Дусенко С.В. Профессиональная этика и этикет. М.: Академия, 2012. 224 с.
4. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук; Институт русского языка им. В.В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов. 8-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2011. 351 с.
6. Профессиональная этика: учеб. пособие / М.Н. Росенко, А.В. Бабаева, М.В. Чигирь; под общ. ред. М.Н. Росенко. СПб.: Санкт-Петербургский гос. электротехнический ун-т «ЛЭТИ», 2005. 86 с.
7. Этика Аристотеля / пер. с греч.; с прил. «Очерка истории греческой этики до Аристотеля» Э. Радлова. СПб.: Филос. о-во при Имп. С.-Петербур. ун-те, 1908. 207 с.

ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАГРУППЫ В НИЖНЕВАРТОВСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ. РАЗВИТИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Аннотация. В статье уделяется внимание вопросу создания медийной структуры Нижевартовского государственного университета в лице студенческого объединения, которая могла бы представлять вуз на новом уровне – через выход на широкие социальные сети (YouTube, Telegram, VK, Instagram и другие). Авторы статьи нацелены на рост студенческих медиа, эффективное их внедрение в систему позиционирования университета.

Ключевые слова: СМИ; медиа; журналистика; фото; видео; студенчество; сеть Интернет; слово.

Актуальность данной темы заключена в том, что студенческая жизнь в стенах университета, достаточно разнообразная и обширная, не находит должного отражения в изданиях НВГУ. Вместе с тем, активная деятельность каждого студента – это движение университета. Такое движение, как нам кажется, должно быть запечатлено в глазах наших старших наставников, преподавателей. Для этого существует слово, фотография, видео – любое способ обозрения и запечатления событий. Многогранность данного процесса может вместить в себя слово «журналистика».

Журналистика – это познание мира. Мы способны познавать через общение с друзьями и знакомство с новыми людьми, через поиск в новостной строке сети Интернет, через просмотр тех или иных новостей по телевизору и многое другое. В этом заключается основная задача журналиста и медийщика: впитать в себя информацию, отфильтровать ее и интересно, красиво преподнести людям. Пакет такой информации должен удовлетворять общественность, то есть мы должны знать о проблемах, о различных событиях, которые происходят среди нас и вокруг нас, и должны в рамках медийности передать это людям.

Студенческая журналистика – очень важный момент для нашего университета, который существует вот уже почти 30 лет и продолжает своё развитие в 21 веке. Студенческая журналистика должна дополнять работу официального, отражающего главные новости университета, вузовского СМИ (в случае НВГУ – это «Наша газета»). Если посмотреть, как работают студенческие СМИ в вузах других городов, то можно заметить, что они сполна отражают студенческую жизнь.

На основании личных переживаний, а также на основании полученного на II Всероссийском конгрессе молодёжных медиа опыта у нас возникло желание разработать и создать медийную группу Нижевартовского государственного университета, которая объединит огромный потенциал, существующий в студенческой среде и касающийся работы с медиа: фото- и видеосъемка, монтаж, обработка того или иного материала, написание статей, работ и проектов. Вместе с коллегой, курирующим данное направление в рамках студенческого совета, Коньшевым Константином Николаевичем мы хотим разработать медийную группу НВГУ и студенческое телевидение, которое освещало бы жизнь университета во всех его параллелях, но с акцентом на студенчество. Студенты активно поддерживают наши начинания по созданию и работе медиагруппы, хотят развивать это направление вместе с нами.

Задачи создания медиагруппы мы видим в возможности помогать внутривузовскому пресс-центру; освещения конкретно студенческой жизни; передаче информации в таком виде и формате, чтобы это было интересно каждому студенту НВГУ. Ведь медийность – это язык, современный язык,

который обращается, в первую очередь, к людям из интернет-источников (мобильные приложения, социальные сети и т.д.).

Представление информации может идти самыми разнообразными способами:

- фотография;
- видеоролик;
- статья;
- телевидение;
- пост в социальной сети;
- заметка в газете;
- и др.

Эти составляющие мы хотим ввести в основную работу медиагруппы. Исходя из данного перечня и задач, стоящих перед будущей медиагруппой, можно представить следующую кадровую схему, см. рис. 1:

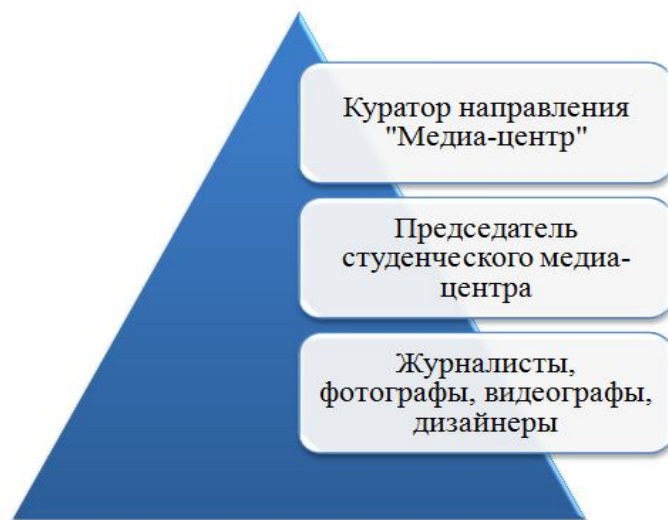


Рис. 1. Кадровая схема медиагруппы

Каждая из частей пирамиды при соединении и взаимодействии с другими дает слаженную группу, команду, которая способна работать в полную силу. Структурная организация студенческого медиа-центра нам представляется в таком виде.

Куратор направления – тот человек, к которому поступает вся документация из управления по делам студентов, из пресс-центра. Куратор имеет «власть» над всем медиа-центром, над всей командой, управляет ею и помогает продвигаться по своей работе.

Председатель студенческого медиа-центра – человек, способный правильно расставить приоритеты в работе группы. Председатель также может распределять обязанности в центре, когда необходимо осветить то или иное мероприятие, к примеру.

Журналисты – подгруппа медийщиков, состоящая из студентов, способных написать статью в «Нашу газету» вузовского пресс-центра, создать статью на сайт НВГУ, сделать и оформить красивые посты в социальные сети. Журналисты также работают непосредственно с аудиторией, оживляя себя и других на благо работы медиагруппы. Эти ребята должны уметь открыто, смело и красиво общаться, не находя проблемы в коммуникации.

Фотографы – группа медийщиков, которая освещает мероприятия в формате фотографии. Группа должна работать с фотоматериалами в различных программах по обработке, чтобы представить медиацентру яркую, четкую, красивую галерею.

Видеографы – группа медийщиков, занимающаяся созданием видеороликов, видеосюжетов. Команда работает над самым важным – сохранением памяти о прошедшем, наблюдением за настоящим, которое подталкивает к размышлениям о будущем.

Дизайнеры – группа медийщиков, которая занимается оформлением медиацентра. Сюда можно включить разработку различной символики, схематических материалов для мероприятий.

Касаемо финансирования таких планов на будущее – воплощением их мы хотим заниматься вместе с управлением по делам студентов, идти непосредственно под их крылом и также активно сотрудничать с вузовским пресс-центром (отделом по связям с общественностью).

Как куратор и председатель медицентра, мы, прежде всего, видим работу группы медийщиков на долгосрочном уровне. На данном этапе времени задуманное будет создаваться, развиваться. Объединение группы не должно останавливаться через какое-то время, так как студенчество тоже движется вперед. Поэтому планируется создание центра как студенческой организации, в которую могут попасть студенты, заинтересованные в деятельности и развитии университетских медиа и журналистики.

Для продвижения медиа мы собираемся организовать некоторые проекты и форумы на базе университета. В ближайшее время мы займемся организацией проекта «Школа Медиа», которая будет представлять собой многодневный форум-семинар. Тут будут выступать тренеры и спикеры по разным направлениям подготовки: фото, видео, журналистика и другие. Желающие посетить этот семинар по окончании обучения получат сертификаты участников, а далее могут смело попасть в медиа-центр. Ведь мы только рады новым людям, новым идеям.

Вторым проектом выступит серия курсов «Молодой журналист». Данная идея пришла в голову после прозвучавшей на московском конгрессе фразы чьей? «Навыки журналиста необходимо формировать со школьной скамьи». Главной целью этого проекта является обучение школьников (9–11 классы) различным направлениям медиа. Интересующиеся ребята смогут посещать лекционные и практические занятия на протяжении определенного времени. В итоге они могут быть сформированы как начинающие журналисты, которые будут готовы ко взрослой жизни, к поступлению в вуз на направление подготовки «Журналистика». Очень важно развивать интерес и навыки именно с такого возраста, когда подростки хотят обратиться к закреплению навыков, связанных с увлечением своей жизни.

В начале научной статьи шла речь о II Всероссийском конгрессе молодежных медиа Международной ассоциации студенческого телевидения (далее – МАСТ). Во время участия в нем нам удалось узнать очень много интересных вещей по формированию медицентра, созданию различных медиа-проектов. Для работы начинающих медийщиков существуют способы поддержки и помощи со стороны – этим и занимаются члены МАСТ, которая выступала организатором конгресса. Руководители МАСТа идут на помощь юным медийщикам, которые только готовятся приступить к работе, или же которые находятся на нулевом этапе. Мы рассчитываем на информационную и методическую помощь МАСТ при создании медиагруппы.

Как сказано выше, на конгрессе затрагивались и обсуждались многие современные темы медиа и журналистики. Одной из тем стала «Требования к медиаработнику», которая была затронута на панельной дискуссии «Молодежные медиа в современной системе средств массовой информации». Ключевыми пунктами тех самых требований являются:

- ориентация на читателя, зрителя, пользователя;
- стратегическое видение своей работы;
- в каждое новостное суждение, выступление необходимо добавлять эмоциональную окраску;
- журналисты должны быть «живыми» людьми: общительными, яркими, активными;
- ответственность перед аудиторией;
- «поймать» аудиторию на интерес;
- владеть социальными сетями, уметь анализировать и сортировать интересную информацию;
- новости должны быть понятны с полуслова, с полувзгляда.

Это было рассказано опытными спикерами МАСТа Кулистиковым Дмитрием Владимировичем, Вершининым Алексеем Владимировичем и Кузиным Олегом Вячеславовичем, которые, в свою очередь, являются представителями российских СМИ.

Что же еще касается медийщиков в их работе? Набор аудитории. Здесь необходимо принять тот факт, что аудитория набирается искренностью, огоньком и желанием. Желание медийщика работать притягивает к себе публику автоматически. Харизма, сдержанная эмоциональность, обаяние – вот основные составляющие успешного работника медицентра. Таким способом достается успех.

Медиа – это современность, прогресс и движение. Студенческая журналистика должна идти в ногу со временем, расти вместе с каждым из нас. Для чего нужна студенческая медиажурналистика вузу? Это общение. Общение не только между студентами НВГУ, но и между студентами и вузами других городов: начиная от наших соседей из Тюмени и Ханты-Мансийска и заканчивая Москвой и Нижним Новгородом. Кроме того, это позиционирование вуза на рынке образовательных услуг региона и страны.

К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАССМЕДИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В данной статье анализируются основы редакционного менеджмента и экономических принципов, которые оказывают влияние на деятельность средств массовой информации (СМИ).

Ключевые слова: СМИ; редакционный менеджмент; экономическое управление.

В настоящее время в условиях стремительного развития IT-технологий идет формирование информационного общества нашей страны, и, несомненно, возрастает роль системы СМИ как субъекта управления информационными процессами, а, следовательно, повышается роль массмедийного менеджмента.

Менеджмент редакционной деятельности – это совокупность всех принципов, методов, средств и форм начальной подготовки и выпуска журналистского продукта, что направлено на полное удовлетворение потребностей потенциальной аудитории. Под редакционным менеджментом принято понимать управление отношениями в коллективе, в процессе создания журналистского продукта.

Гуревич С.М. определяет понятие менеджмента следующим образом: «В бизнесе, предпринимательской деятельности термин менеджмент (англ. management – управление) имеет несколько значений. Под ним понимают, во-первых, вид деятельности, связанной с управлением предприятием, фирмой. Во-вторых, менеджмент воспринимают как определенную профессию, представители которой являются специалистами в области управления производственной и иной деятельностью предприятия. Такого специалиста называют менеджером. В-третьих, менеджмент рассматривают как совокупность руководителей производственным коллективом» [1]. Следовательно, из всего вышперечисленного можно сделать вывод, что менеджмент это своего рода вид предпринимательской практики.

Сравнивая менеджмент других сфер именно с редакционным, можно убедиться, что он имеет особые специфические черты. Это связано, конечно, с особенностями труда журналистов, со сложным процессом создания определенного продукта СМИ, с выпуском этого СМИ и с экономическими принципами редакционного менеджмента.

Редакционный менеджмент – это деятельность, которая направлена на экономическое управление редакцией, компанией и коллективом. Стоит отметить, что профессиональная подготовка редакционных менеджеров в нашей стране начала осуществляться сравнительно недавно. Ранее обязанности редакционного менеджмента, исполняли руководители редакции. Немаловажно отметить, что элементам менеджмента уделялось недостаточно внимания, практически все ресурсы были направлены на развитие творческой деятельности. Сегодня ситуация меняется и в условиях рыночных отношений редакционный менеджмент призван обеспечить развитие средства массовой информации путем усовершенствования его экономической базы. Достижению данной цели способствует решение ряда задач, связанных с экономическими показателями.

Редакционный менеджмент решает и косвенные цели и задачи, в частности, формирует у работников редакции экономическое мышление, чтобы каждый сотрудник, независимо от ранга и статуса, мог понимать, как можно оптимизировать процесс его труда, и тем самым, увеличить прибыль редакции в целом.

В настоящее время у редакционного менеджмента выделяют четыре базовые функции:

- Финансовая функция направлена на формирование доходной части, которая должна быть больше расходной.
- Содержательная или производственная функция отвечает за создание внешних и внутренних компонентов журналистского продукта, которые играют важную роль при определении стоимости данного продукта.

- Маркетинговая функция отвечает за профессиональное позиционирование и реализацию журналистского продукта на медиарынке.
- Кадровая функция направлена на формирование системы управления персоналом редакции СМИ.

Как уже говорилось ранее, с редакционным менеджментом в той или иной степени сталкивается каждый, кто принимает участие в управлении коллективом СМИ. Но, прежде всего, отвечать за решение экономических проблем, связанных с деятельностью редакции, должен специалист – редакционный менеджер.

Работа редакционного менеджера заключается в организации разделения труда и соблюдении специализации сотрудников при выполнении их функционала. Одним из направлений деятельности редакционного менеджера является работа по связям с общественностью, его задача устанавливать и расширять контакты редакции с другими организациями.

С того момента, как средства массовой информации начали входить в рыночную экономику, структура редакции меняется кардинально. Тенденции этого изменения: переход от пирамидальной структуры к плоской, ликвидация ряда технических служб, возникновение коммерческих подразделений, преобразование редакции в пресс-группу, обслуживающую ряд изданий. Все эти тенденции будут максимально сокращать расходы редакции, и в то же время будет открывать новые источники прибыли.

Характер функционирования редакционного коллектива должен соответствовать трем правилам: цикличности, системности и ритмичности. Деятельность редакционного коллектива строится на процессе от момента сбора информации для создания журналистского материала до выпуска периодического издания и презентации его на медиарынке.

Перед руководящим составом редакции стоит огромная, самая важная задача – обеспечить коллектив непрерывным притоком информации из всех возможных ее источников. Характер этой информации зависит от типа издания и особенностей его целевой аудитории.

По словам Гуревича С.М.: «разработка модели – структуры редакции, ее работы, самого периодического издания – газеты, программы, информационного бюллетеня – и процесса его выпуска – одна из предпосылок успеха в конкурентной борьбе после его выхода на медиарынок» [1].

Моделирование издания требует большого количества времени и сил специалистов редакционного менеджмента, которые этим занимаются, но без модели издания и работы его редакции она не будет востребованной в избранной ею информационной нише.

Только после того, как будет разработана модель издания, учитывающая его тип, особенности целевой аудитории, регион распространения и другие характеристики, руководящий состав редакции может в соответствии с ней организовывать работу коллектива.

Традиционно моделирование включает в три этапа:

- Первый этап – формируется содержательно-тематическая модель. Она определит главную тематику материалов, публикуемых в периодическом издании, а также определит структуру и особенности его содержания. Помимо этого, модель поможет установить системы жанров и рубрик его материалов.

- Второй этап – формируется композиционная модель издания. Эта модель облегчит распределение его материалов во времени: по номерам недели или по дням и часам выхода программы в эфир, и в пространстве – по страницам номера газеты или журнала.

- Третий этап – создание графической модели. Она формирует «лицо» издания.

Таким образом, можно констатировать, что массмедийный менеджмент играет важную роль в оптимизации работы СМИ. В настоящее время определились пути оптимизации работы современных СМИ, это, прежде всего, реализация функций редакционного менеджмента и использование метода моделирования в процессе управления.

Список литературы

1. Экономика отечественных СМИ. URL: <http://evartist.narod.ru/text11/34.htm> (дата обращения: 08.11.2017).

КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация. В статье уделяется внимание вопросу корпоративных коммуникаций в системах эффективного управления СМИ. Так, отражаются характерные черты и функции современной коммуникации, формулируется цель и задачи творческой редакции в работе с целевой аудиторией.

Ключевые слова: коммуникация; целевая аудитория; творческая редакция.

Тема корпоративных коммуникаций вызывает все больший интерес у исследователей не только в силу особого, междисциплинарного положения, но и в силу высокой активности практической и экономической значимости для существования компаний, фирм, других организаций [1, с. 18].

Она изучается коммуниктивистами, психологами, социологами, экономистами, активно разрабатывается практиками. Интерес к этой теме растет. Усложнение рыночных процессов, развитие информационных технологий требуют изменения бизнес-схем и принципиальных изменений коммуникаций, которые сегодня создают новые ценности, изменяют технологии, системы работы с клиентами [1, с. 54]. Так, информационные технологии позволяют эффективно реагировать на вызовы времени и сама информационная среда влияет на общие процессы экономического и социально-политического развития.

Понятие корпоративных коммуникаций заложено в природе, а развитие в современной России как профессиональной деятельности и осуществление этой деятельности в условиях стремительно меняющихся корпоративных реалий требует систематизации существующих теоретических знаний и соотнесения их с накопившимися практическими наработками. Корпоративные разработки, инновации и нестандартные методы в привлечении внимания аудитории сегодня становятся основным фактором, способствующим успешности компании. Это связано с тем, что современное общество перенасыщено идентичными видами коммуникаций [2, с. 74].

Сегодня в понятие корпоративных коммуникаций включается весь спектр информационных взаимодействий компании. В это поле включены внутрикорпоративные коммуникации, которые перестают сегодня занимать второстепенное место, именно на них должна строиться целостная система коммуникаций компании для удовлетворения новым требованиям в точности и актуальности современной информации. Так, с помощью профессионалов, знающих толк в коммуникациях, бренд компании и имидж руководителя можно сделать более узнаваемым. А с известностью приходит авторитет, который определяется как общепризнанное влияние человека, группы, социального института в определенных кругах и глазах общественности [5, с. 7].

В состав редакции творческого предприятия входит сплоченный коллектив, который выполняет задания руководителя, но имеющий некие отличия от традиционных трудовых коллективов. Основным функционалом редакционного коллектива является подготовка и выпуск печатного, радио- или телеиздания [3, с. 160]. Сотрудники, руководство творческого коллектива и все коммуникаторы сегодня являются представителями разных поколений. Здесь, несомненно, важным является полное взаимопонимание в работе, достижению которого способствуют коммуникации. Слаженная работа в коллективе – толчок к развитию и созданию креативной базы коммуникаций. В современном мире поиск каналов взаимодействия с целевой аудиторией стоит на первом месте, поскольку именно аудитория определяет потребность в том или ином товаре или услуге [8, с. 89].

Корпоративные коммуникации претерпевают постоянные изменения, в связи со сменой взглядов, ценностей и потребностей целевой аудитории. В современном мире сотрудники творческих организаций предпочитают гибкие графики, немедленное вознаграждение, баланс между личной жизнью и работой и общение исключительно в режиме онлайн. Источником для таких сотрудников по большей части служит сеть Интернет, формат материала – картинки, фото, видео и короткие текстовые сообщения. Информация потребляется в любое время суток, потому что эра современных смарт-

фонов и планшетов – неотъемлемая часть рабочего процесса. Сегодня все решают идеи – свежие, яркие, креативные, поскольку рынок конкуренции в сфере коммуникаций диктует новое правило – нужно выделиться, запомниться, понравиться целевой аудитории [6, с. 27].

Руководство процессом распространения информации в творческой организации повышает осведомленность о компании и создает репутацию. Творческой организации необходимо подробно изучить целевую аудиторию, на которую будет ориентировано издание, что позволит определить формат средства массовой информации [7, с. 58]. Также работа должна быть направлена на выстраивание стабильных связей со средствами массовой информации и реализацию стратегии корпоративной социальной ответственности организации.

Корпоративные коммуникации выполняют социально значимые функции: информационно-взаимодействующую, интеракционно-регулятивную и социально-культурную. Информационно-взаимодействующая функция охватывает процессы формирования, передачи и восприятия информации посредством воздействия на потребителя. Интеракционно-регулятивная – предусматривает организацию и согласование совместных коммуникативных действий для реализации поставленной цели, такая функция влияет на поведение личности при помощи изменения или сохранения системы ценностей, мотивов, намерений, установок, особенностей восприятия аудитории. Социально-культурная – заключается в формировании и развитии уровня культурной компетентности, который способствует включению человека в социум.

Из обихода современного мира коммуникаций постепенно выходят печатные газеты, журналы и другие материалы. Их место занимают внутрикорпоративные социальные сети, усовершенствованные медиапорталы, позволяющие участвовать в их наполнении, обновлении и использовании для реализации своих возможностей.

Как показывает практика, в работе одним из ключевых факторов является скорость реагирования и немедленное вознаграждение. Именно по этой причине в последнее время отличные результаты показывают компании, в которых коммуникации выстроены на основе принципов геймификации. Скучные и неактуальные инструменты уходят на задний план, на их место приходят новые инструменты, о которых еще несколько лет назад мало кто задумывался, с точки зрения использования в рабочей среде. Интернет-технологии, в частности, корпоративные социальные сети и «облачные сервисы», выстроенные с учетом потребностей сотрудников, можно назвать лидерами коммуникации. Именно посредством этих инструментов сегодня успешно решаются вопросы по обмену информацией, адаптации и развитию коммуникаций в организации, сбор мнений и проведение опросов [4, с. 129].

Таким образом, корпоративные коммуникации являются совокупностью различных типов информационного воздействия на целевые, корпоративные и межкорпоративные аудитории. Корпоративные коммуникации в настоящее время активно развиваются и выводятся в систему различных типов взаимодействия со всеми аудиториями организации. От того, насколько эффективно выстроены и согласованы внутрикорпоративные, межкорпоративные и внешние коммуникации компании, зависит ее успешность, прочность репутации, перспективы развития.

Изучение корпоративных коммуникаций основывается на теориях, подходах и моделях, в которых репрезентируется социально обусловленный процесс корпоративного взаимодействия всей организации в целом. Для достижения успеха необходимо грамотно спланировать свои действия. В период нестабильной ситуации на мировом рынке, экономического кризиса, особенно важно направить все усилия на достижение ожидаемого результата. Ведь если компания успешна во всем, то и имидж у нее будет, безусловно, один из самых надежных.

Список литературы

1. Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. М.: Дашков и К, 2013. 136 с.
2. Демин Д. Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений. М.: Альпина Паблишер, 2010. 138 с.
3. Долгина Е.С., Лукас В.А. Организация работы коллектива редакции в современных СМИ // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 160-162.
4. Макеев В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации. М.: Лепанд, 2015. 248 с.
5. Патрахина Т.Н., Долгина Е.С. Основы репутационного менеджмента: учебно-методическое пособие. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2014. 84 с.

6. Персикова Т.Н. Корпоративная культура: учебник. М.: Логос, 2012. 288 с.
7. Путенихина К.А. Основные требования к внутрикорпоративному изданию // Научное и образовательное пространство: перспективы развития: сборник материалов III Международной научно-практической конференции; в 2-х томах. 2016. С. 57-59.
8. Смирнова И.А. Корпоративная культура организации: психолого-акмеологические основы формирования и развития корпоративной культуры организации: учебное пособие. М.: КДУ, 2009. 194 с.

УДК 070

А.Р. Краснощек

студент

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

МЕДИАРЫНОК СУБЪЕКТОВ ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Аннотация. В статье анализируется история становления структуры медиарынка после развала Советского Союза. Автор раскрывает специфику формирования медиарынка субъектов постсоветского пространства: России, Украины и Белоруссии.

Ключевые слова: постсоветское пространство; медиарынок; средства массовой информации; субъекты постсоветского пространства; масс-медиа.

Развал Советского Союза (далее СССР) послужил толчком к созданию собственных медиарынков субъектами уже постсоветского пространства. В каждом суверенном государстве постсоветского пространства появились свои независимые от партии средства массовой информации (далее СМИ). В любой сфере деятельности, в том числе и в построении структуры медиарынка, важно изучение истории, важно проследить хронологию действий того или иного государственного органа. Именно поэтому во многих странах СССР медиарынки постсоветского пространства сохраняют свою актуальность. По той же причине в субъектах бывшего СССР, таких как: Россия, Украина и Белоруссия идет серьезное изучение действий власти в тот временной промежуток.

Однако при изучении, при составлении разнообразных сравнительных анализов, допуска к секретным документам, так и не было выявлено идеальной структуры построения медиарынка.

В российской науке изучение медиарынка постсоветского пространства нашло отражение в трудах Г.П. Бакулева, Н.В. Каледина, С.А. Нефёдова, В.В. Алексеева и др. Их труды внесли значимый вклад в развитие российского медиарынка. Результаты изучения медиарынка Украины представлены в работах С. Голубева, А.Ф. Бережного, Н.Л. Волковского, Л.П. Громова и др. Специфика белорусского медиарынка отражена в работах А. Гуляева, А. Тарасова и др.

Постсоветское пространство также известно как постпространство республик бывшего СССР, стран СНГ и Прибалтики или ближнего зарубежья – всех независимых государств, которые вышли из состава Советского Союза во время и после его распада в 1991 году [1, с. 64–68].

Государства, которые ранее входили в СССР, а далее стали субъектами постсоветского пространства:

- Россия (в свою очередь состоит из нескольких географических регионов: Центр, Юг, Сибирь, Дальний Восток и других);
- Прибалтика: Латвия, Литва и Эстония;
- Восточная Европа: Украина, Белоруссия и Молдавия;
- Закавказье: Грузия, Армения и Азербайджан
- Центральная Азия: Казахстан, Киргизия, Таджикистан, Узбекистан и Туркмения [2, с. 70].

Во времена существования, собственно, Советского Союза существовала жесткая цензура. Как правило, печаталось только то, что было одобрено свыше, самыми актуальными темами в журналистике того времени были политические и экономические проблемы, а также военная тематика. Существовавший в то время «Железный занавес» внес огромный вклад в торможение развития журналистики и медиарынка в целом.

В начале 90-х годов, когда процессы системной дезинтеграции в народном хозяйстве, социальной структуре, общественной и политической сфере Советского Союза, привели к прекращению его существования как государства в 1991 году [3, с. 66–77], произошло и падение «Железного занавеса», что послужило резким рывком к обмену опытом с европейскими странами и Америкой.

Рассмотрим специфику развития медиарынка Украины, Белоруссии и России.

Украина. Страна, унаследовавшая особенности партийных органов после провозглашения самостоятельности и началом демократии. Украинские СМИ в этот период получили стремительное развитие. Коммерческие СМИ внедрялись на рынок на фоне фактического отсутствия законодательной базы, которая могла бы регламентировать их развитие и устанавливать контроль за их деятельностью [4, с. 38–44].

Эти годы характеризовались большим количеством, как частных средств массовой информации, так и государственных и общественных СМИ. Если обращаться к мнениям исследователей, то они считают, что данный период является самым демократическим в истории украинских СМИ. В 1994 была проведена избирательная кампания, эта и последующие кампании стали сигналом для различных политических сил о необходимости контроля над масс-медиа [5, с. 42–43].

1994–2004 годы характеризуют окончательный переход Украины к системе свободного рынка и рыночных отношений. Это заставило СМИ искать альтернативные источники финансирования, также этот переход обусловил появление крупных предпринимателей. Вследствие чего произошло сближение СМИ и предпринимателей, которые и стали альтернативным источником финансирования. Началась «олигархизация» СМИ – концентрация медиаресурсов в руках крупных бизнесменов и финансово-промышленных групп, которые имели свой основной бизнес вне сферы СМИ и использовали подконтрольные масс-медиа главным образом не для получения прибыли, а для защиты собственных экономических интересов и оказания влияния на общественно-политическую жизнь. Подобная ситуация сохраняется до настоящего времени [6, с. 62–64].

Если предыдущий период был демократическим для украинских СМИ и рынка в целом, то этот период можно характеризовать как период давления государственных структур на СМИ. Но это самое давление осуществлялось не напрямую, как в советское время, а через давление на владельцев СМИ. Другими словами, это было прямое давление на их бизнес, а так как все хотели сохранить свой капитал, попадали под это давление государственных структур.

Многие исследования деятельности украинских СМИ во время избирательных кампаний этого периода свидетельствуют об использовании масс-медиа как одного из важных ресурсов действующей власти в рамках политической предвыборной борьбы, что выражалось, в частности, в дисбалансе эфирного времени и количестве упоминаний в новостных сообщениях в пользу кандидата, поддерживаемого властью [7, с. 10–17].

Давление государства на СМИ стало предметом критики со стороны международных правозащитных организаций. Так, в 1999 году Комитет по защите журналистов Нью-Йорка внёс президента Украины Леонида Кучму в список «десяти злейших врагов прессы». Основанием для этого послужили убийства украинских журналистов, распространение так называемых «темников». В рейтингах известных международных организаций: «Freedom House», «Репортёры без границ» – Украина классифицировалась, как «несвободная» страна, характеризующаяся множеством нарушений и проблем в сфере свободы слова, прессы и защиты прав человека [8, с. 36–41].

Два важнейших периода в истории становления масс-медиа Украины и медиарынка в целом, можно сказать, что они различны, один демократически свободный, а второй, к сожалению характеризуется государственным давлением.

Белоруссия. Беларусь, как и многие страны постсоветского периода, переживала переломные моменты в политике и экономике. Развитие масс-медиа имело свои отличительные особенности: во-первых, государственные структуры почти сразу начали вводить законы о контроле масс-медиа; во-вторых, стали создаваться общественные организации, например, Белорусский союз журналистов (БСЖ), Белорусская ассоциация журналистов (БАЖ). Данные организации выполняют функцию контроля соблюдения этических норм в сфере журналистики, так же функцию защиты, разрешения конфликтов и информирующую функцию. К примеру, БАЖ активно защищает права и интересы членов своей организации в судах [9, с. 7–12].

Современные эксперты отмечают, «к сожалению, мне нечем заниматься в Беларуси, ведь там нет коммерческого телевидения – только государственное» [10]. Действительно в Белоруссии как не существовало коммерческого телевидения тогда, так его нет и сейчас, а, как известно, коммерческие органы наделены большей свободой нежели государственные. Государственные субъекты подвержены жесткой цензуре. Если печатные издания коммерческого плана в Беларуси существуют, то теле-

визионных каналов нет. Телевидение в Республике Беларусь представлено как эфирными, так и кабельными телеканалами. Кабельные сети наполняют контент с помощью приема спутникового и эфирного телевидения, а также с помощью IPTV [4]. Другими словами, телевидение в Беларуси – государственное, коммерческое же – то, что транслируется кабельным телевидением с помощью спутника.

Масс-медиа Беларуси стремительно развивается, сегодня СМИ страны входят в следующие международные организации:

1. Европейский вещательный союз ЕВС (с 1993 г.).
2. Европейская организация спутниковой связи (с 1994 г.).

Это как раз свидетельствует о том, что масс-медиа Беларуси, начиная с постсоветского периода и заканчивая нынешним временем, стремительно развивается.

В настоящее время в Белоруссии работают следующие телевизионные каналы, которые функционируют постоянно и поставляют населению страны информацию:

1. Беларусь 1.
2. Беларусь 2.
3. Беларусь 3.
4. Беларусь 24.
5. Беларусь 5.
6. НТВ-Беларусь.
7. ОНТ.
8. СТВ.
9. РТР-Беларусь.
10. Мир [8].

Печатные издания Белоруссии:

1. «7 Дней».
2. «АРСНЕ Пачатак».
3. «Беларуская думка».
4. «БелГазета».
5. «Беларускі час» [8].

Редакции Беларуси:

1. Белорусский голос.
2. Минский листок.
3. Минское русское слово.
4. Минское слово.
5. Гомон.
6. Новости БНФ «Возрождение» [8].

Россия. После распада Советского союза 27 декабря 1991 года был принят закон №2124-1 «О средствах массовой информации», согласно второй статье этого закона СМИ обязаны регистрироваться в органах Роскомнадзора и предоставлять в библиотеки экземпляры своей печатной продукции, либо хранить в течение 1 года записи каждого выпуска (телерадиовещание) и т.д. [10]. В то же время СМИ предоставлены определенные права и гарантии и запрещена предварительная цензура.

В рамках этого закона под средствами массовой информации понимается:

1. Периодическое печатное издание.
2. Радиоканал.
3. Телеканал.
4. Видеопрограмма.
5. Кинохроникальная программа.
6. Сетевое издание.
7. Иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием).

Долгие годы, после выхода иных субъектов из СССР Россия перенимала опыт у европейских стран, подстраивала их алгоритм развития под себя и выстраивала свой собственный.

Стоит отметить, что свобода слова в России закреплена в Конституции страны:

1. Каждому гарантируется свобода мысли и слова.
2. Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства.

3. Никто не может быть принужден к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них.

4. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом.

5. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается [7].

С одной стороны, в стране довольно благоприятный для демократии климат облегчений законом о СМИ 1991 год и Конституцией 1993 года, но с другой стороны в современной медиасфере действуют квазирыночные отношения, то есть это делает журналистику зависимой от разнообразных «экономических групп», которые в свою очередь используют масс-медиа в своих интересах. К сожалению закон о СМИ не определяет юридические нормы и не регулирует отношения редакция – собственник. В медиапрактике имеются серьезные проблемы: в частности в законе прописаны четкие права и журналиста, и редактора, но ничего не говорится о местоположении собственника в структуре масс-медиа. В большей степени журналистика развивается в рамках отечественной (больше советской) традиции как политический инструмент в руках властей.

По данным отдельных источников, характерные черты отечественных СМИ – жёсткая цензура, давление властей, запугивания и насилие в отношении журналистов, тоталитаристский контроль государства над телевизионными каналами и просто дезинформация [10].

Несмотря на все существующие проблемы масс-медиа России, страна динамично развивается, пытаясь искоренить жесткое давление власти, диктатуру, постоянную цензуру. За все это время появилось большое количество телевизионных каналов, печатных изданий, интернет ресурсов, даже блоггинг быстро набрал обороты.

К примеру, как государственных, так и коммерческих насчитывается около 16 общероссийских телеканалов, около 117 спутниковых и кабельных телеканалов, 7 телеканалов, вещающих за пределы России, около 180 региональных телеканалов и около 30 каналов малых городов и сёл. Сегодня общее количество телеканалов примерно 330; печатных изданий более 51000; более 640 известных блоггеров [6, с. 74–79].

Таким образом, можно сделать вывод, что медиарынок каждой страны имеет индивидуальную траекторию развития, которая обусловлена спецификой исторического, экономического, политического и социального развития.

Список литературы

1. Бережной А.Ф., Волковский Н.Л., Громова Л.П. Журналистика русского зарубежья XIX–XX веков: учеб. пособие / под ред. Г.В. Жиркова. СПб., 2009. 87 с.
2. Голубев С. Система СМИ Украины в 1991–2014 гг. Основные этапы их развития и особенности. 127 с.
3. Закон о средствах массовой информации. Федеральный закон «О СМИ» от 27.12.1991. Общие положения. URL: <https://www.zakon-o-smi.ru/glava1.htm> (дата обращения: 26.11.2017).
4. Информация взята из личной беседы с бывшим белорусским журналистом Дмитрием Шепелевым, радиостанция «Unistar». URL: <http://www.nlr.ru/lawcenter/zd/index/html> (дата обращения: 18.11.2017).
5. Каледин Н.В. Постсоветское пространство: предпосылка и результаты регионализации // Балтийский регион. 2009. № 1. 201 с.
6. Кутыркина Л.В. Массовые коммуникации и медиапланирование. Рекламный медиарынок России (1991-2008): учебное пособие. М., 2008. 174 с.
7. Конституция Российской Федерации, Закон о «свободе слова», глава 2, статья 29, с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ).
8. Информационно-справочный портал ТамБУ. URL: <http://www.tamby.info/smi.htm> (дата обращения: 12.12.2017).
9. Нефёдов С.А., Алексеев В.В. Гибель Советского Союза в контексте истории мирового социализма // Общественные науки и современность. 2002. № 6. 237 с.
10. Тарасов А. «Второе издание капитализма» в России // Скепсис. URL: https://skepsis.net/library/id_2973.html (дата обращения: 26.11.2017).

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ ДЛЯ ЖЕНЩИН (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА COSMOPOLITAN)

Аннотация. В статье рассматривается понятие гендерного подхода в глянцевої журналистике. Особое внимание отводится рассмотрению понятию «глянцевый журнал» и его основным признакам. В соответствии с гендерным подходом анализируется журнал «Cosmopolitan», в котором выявляются основная тематика, типы иллюстративных материалов, заголовки и пр.

Ключевые слова: гендер; гендерный подход; средства массовой информации; глянцевої журнал; печатная периодика.

Гендерная структура общества оказывает мощное влияние на сегментацию потребительского рынка. Разделения на товары для мужчин и товары для женщин характерно и для рынка СМИ, что особенно ярко выражается в журналистике образа жизни и глянца. Периодические издания являются своеобразными «агентами социализации»: они играют большую, а иногда и решающую роль в формировании общественного мнения, оценок событий и задают массам некие стандарты жизни, формируют представления о том, что значит быть мужчиной или женщиной [5, с. 147].

В современную российскую науку понятие «глянцевый журнал» ввел Я.Н. Засурский, показывая этим, что в современной журналистской практике печатной периодики этим понятием определяется категория изданий, которая имеет свои характеристики [6, с. 259].

Обозначим перечень признаков, по которым издание можно отнести к глянцевой периодике:

1. Эти журналы выходят, как правило, раз в месяц, и намного толще, чем еженедельные. Они долго читаются, часто переходят из рук в руки. Поэтому из практических соображений печатаются на более плотной бумаге и имеют прочную глянцевую обложку.

2. Понятие «Стиль жизни». Читая журналы, человек получает более или менее полное представление о стиле жизни той социальной группы, к которой хочет принадлежать. Причем получает информацию, касающуюся самых разных сфер жизни.

3. Высокое полиграфическое качество. Иллюстрации в данных журналах являются ярким примером использования всех информативно-изобразительных и художественно-выразительных возможностей современной фотографии.

4. В глянцевых изданиях наглядность является доминирующей чертой, подчеркивая, что данная продукция предназначена для отдыха.

5. Так как глянцевый журнал рассчитан на отдых, в нем стараются обходить серьезные темы, что создает иллюзию праздника жизни. Выбираются темы, которые наиболее удалены от проблем и сложностей, что создает у читателя иллюзию собственной «глянцевой» жизни [4, с. 82].

Классификация глянцевых журналов делит их на гендерно-нейтральные и гендерно-чувствительные издания. Гендерно-нейтральными чаще всего являются специализированные издания, т.к. они посвящены определенной теме, а не определенному полу. Гендерно-ориентированные журналы представляют собой издания, материалы которых затрагивают все сферы мужской или женской жизни.

Суть глянцевой журналистики – это отсутствие проблем, которые нельзя решить. Она является противовесом потоку негативной информации. «Глянцевая» установка идет на то, что главное – это целеустремленность и позитивный, технологичный подход. При этом внимание уделяется не процессу внутренних изменений, а внешним факторам, которые влияют на включение той или иной установки. Характерной чертой данных изданий является счастливый конец большинства историй.

Журналы посвящены определенным областям. Соответственно, глянцевые издания имеют определенный перечень тем, главная цель которых – сделать так, чтобы читатель ощутил себя частью определенной аудитории. Набор обычно включает в себя: моду, отдых, хобби, путешествия, здоро-

вье, покупки, скидки, новинки техники, кино, музыку, звезды шоу-бизнеса и спорта и так далее. Освещаются вопросы, которые интересны определенному кругу людей. То есть, в глянцевых изданиях, как и в любом другом СМИ, освещается актуальная информация.

Влияние глянцевого журнала основывается на том, что они направлены на определенную аудиторию, то есть «гламурная» жизнь доступна далеко не всем. В то же время легкость подачи материала создает определенную иллюзию доступности для каждого, что формирует у читателя представление о достижимости любой цели и формирует определенные потребности и стремления.

Известно, что восприятие любой информации продиктовано индивидуальными качествами человека. Таким образом, есть аудитория, которая воспринимает глянцевого издания как чтение для досуга, и есть аудитория, которая воспринимает их слишком серьезно, то есть как руководство к действию. [7]. С другой стороны, считается, что чтение глянцевого журналов вредит самооценке. Тот факт, что глянцевая жизнь доступна не каждому, негативно влияет на читателя.

Самым популярным глянцевым журналом для женщин в России считается «Cosmopolitan». Данный журнал появился в России в 1994 году и является русским вариантом американского издания. Издание включает в себя статьи о взаимоотношениях и сексе, здоровье, карьере, самосовершенствовании, знаменитостях, а также моде и красоте.

Стоит отметить, что основные сюжеты женских изданий касаются ухода за собой, домом, устройства семьи, моды, путешествий, карьеры, формирования определенного образа жизни, характеризующегося подчиненностью временным циклам (неделя делится на будни, в году есть время отпусков и праздники). Этими циклами определяются занятия и образ жизни [1].

Авторы «Cosmo» рассказывают о способах самосовершенствования женщин, о возможностях гармоничных отношений с партнером, дают советы относительно успешной карьеры и поиска своего места в жизни, подсказывают читателям, как должна выглядеть уверенная в себе женщина. Чаще всего это выражается в интервью со звездами шоу-бизнеса, спорта и женщинами из мира предпринимательства. Не менее важной особенностью журнала является его трендовая направленность, отражающая тенденции моды на страницах издания, представляющая лучшие мировые бренды. Авторы стремятся приобщить читательниц к моде и красоте. Именно поэтому на страницах издания велика доля публикаций о моде, одежде, обуви, аксессуарах, косметике и парикмахерском искусстве.

Журнал стремится показать читателям такой образ женщины, которая от «бесполовых» производственных ролей перешла к чисто женским, даже физиологическим, сексуальным ролям. Женщина должна обладать искусством создания красоты. Поэтому журнал наполнен практическими советами и указаниями по уходу за своей внешностью. Если женщина следит за собой и выглядит хорошо, то у неё больше шансов найти хорошего мужа, престижную работу и стать успешной в жизни. Этой цели служат материалы, героини которых преуспевающие леди, нашедшие своё место в жизни и умело управляющие составляющими своего счастья, т.е. семьёй, работой, хобби и т.д.

Очень часто героини материалов занимают руководящие должности, но при этом прекрасно справляются со своими профессиональными, супружескими и родительскими обязанностями. Причём делают они это на удивление легко. Авторы материалов создают образ женщины, занимающейся саморазвитием. Она имеет высокий социальный статус, общественно активна, интеллектуально развита, успешна – поэтому несомненно выступает хорошим ориентиром для читательниц.

Основная часть заголовков в женском журнале имеет отсылку к женской разговорчивости: «Cosmo на связи», «Он сказал!», «Откровенно», «Спроси Катю», «Какие новости», «Смотри, какой!», «Есть мнение» «Спроси его о чем угодно» и другие. Присутствуют заголовки с отсылкой к свойственному женскому полу интересу к своей внешности и его атрибутам: «Урок красоты», «Личное меню», «Болезнь безупречности», «Требует ухода», «Рыжий, рыжий».

В целом, сама формулировка заголовков достаточно мягкая, без агрессивного подтекста («Уютные будни», «Сладкая жизнь»). Также, некоторые из них имеют налет романтизма и некоторую образность («Мой талисман», «Знак судьбы», «Голос звезд»), свойственную женскому мышлению. Также, присутствуют заголовки с эмоциональным аспектом: «Папина радость», «Ревность: хорошая плохая злая».

Агрессивные заголовки встречаются в рубриках, которые пришли из мужских журналов. «Упала, отжалась!», «Сбой без правил» – заголовки в рубрике о здоровье и фитнесе, «Призвать к ответу», «Замене не подлежит» в рубрике о карьере.

Характер женской прессы обусловлен женской эмоциональностью, особенностью их психологического склада в целом. Издания имеют мягкую тональность, доброжелательны, душевный настрой.

При выборе манеры подачи материала, предпочтение отдается душевной беседе, контактными приемам, которые находят отклик в душе, ориентируют на совместные размышления.

Глянцевое печатное издание включает в себя такие важные визуальные составляющие, как иллюстративное, графическое, цветовое оформление.

Так, Б. Карварис и М.Б. Ворошилова выделяют четыре типа иллюстраций по их функциональным отношениям с текстом:

- доминирующая иллюстрация, выполняющая ведущую роль по отношению к тексту;
- равноценная иллюстрация, выполняющая функцию визуализации текста и равноценная ему по информационной значимости;
- сопровождающая иллюстрация, используемая в качестве пояснения к тексту;
- декоративная иллюстрация, служащая эстетическим целям, украшающая текст [2, с. 63].

По этому же признаку исследователь газетного оформления С.И. Галкин выделяет три типа иллюстративных материалов: изображение, которое визуализирует текст, самостоятельный изобразительный материал и изобразительные элементы [2, с. 179].

«Cosmopolitan» можно отнести к журналам «для просмотра», а не для чтения. Фотоиллюстрации являются важной его составляющей. Положение иллюстрации в журнале зависит от рубрики и может выполнять любую из выше представленных функций.

Образы женщин, которые нам предлагает Cosmo можно условно разделить на группы:

- «Красивая женщина» или «женщина-модель». Этот образ формируется посредством фото-материалов, посвященных последним новинкам мира моды и бьюти-индустрии. Данная категория показывает прекрасному полу, как они должны выглядеть, начиная от образа в целом и заканчивая кончиками ногтей. Также сюда можно отнести рекламную фотографию.

- «Роковая женщина». Данный образ перекликается с предыдущим, но визуальная составляющая акцентируется на сексуальности женского тела и представляет его в качестве объекта сексуального желания.

- «Романтическая особа». Традиционный образ нежной и хрупкой барышни. Акцент в образе чаще всего идет на любовные, романтические отношения. Нередко женщина данного образа представлена на фото с кавалером.

- «Деловая женщина». Образ женщины в деловом костюме, ориентированной на карьерный рост. Данная женщина может изображаться на рабочем месте за ноутбуком, во время делового звонка и проч. Если данная женщина пришла на совещание, то чаще всего она единственная представительница прекрасного пола.

- «Сильная и независимая». Сюда можно условно отнести изображения женщин, занимающихся спортом или образ такой девочки-мальчика, занимающейся вандализмом или другими, характерными для мужчин, занятиями. Если данная героиня представлена в мужской компании, то она обычно является эдаким «своим парнем».

Характерной особенностью Cosmo является то, что любая героиня, воплощающая тот или иной образ, обязательно одета по последней моде. У нее всегда идеальный, чаще всего яркий макияж и маникюр, независимо от того, где находится героиня: на совещании или в спортзале, на модном показе или диком пляже.

Основная масса женских образов представлена «Роковыми» и «Романтическими» красавицами. Они молоды или даже юны – героиням большинства фотографий от 16 до 35–40 лет. Эти героини посещают модные показы, следят за собой, много времени отдают разного рода развлечениям и мужчинам, так же занимаются карьерой и спортом. Образ женщины-матери в данном издании почти отсутствует.

Героинями обложек журнала Cosmopolitan становятся молодые, известные и успешные девушки, которые транслируют те же два самых популярных образа.

Мужчины на страницах Cosmopolitan представлены намного реже и чаще всего это либо так называемый «Hot Boy» – звезда шоу-бизнеса, либо предстает в паре с девушкой на сопроводительном снимке в рубрике про отношения.

Чаще всего мужчина на страницах Cosmo предстает в образе романтика, героя-любownika, преуспевающего бизнесмена. Так же, как и девушки на страницах данного глянцевого издания, мужчины в Cosmo отличаются чувством стиля: они всегда аккуратны, причесаны, одеты по моде.

В каком бы образе мужчина не был представлен на странице данного женского журнала, если он не знаменитость, то он будет выступать дополнением – девушка на снимке будет главной, а мужчина рядом с ней становится счастливым. Если мужчина на фотографии все-таки изображен один, то такому герою характерен «флирт с читательницей»: протянуть ей цветок со страницы журнала, подмигнуть и т.д.

Возрастной диапазон у героев-мужчин журнала немного старше: от 20 до 45 лет.

В целом создается некий образ идеального мужчины: молодого, веселого, стильного, преуспевающего и, обязательно, романтического и страстного, который много времени посвящает своей даме.

Издания для женщин формируют у своих читательниц представление о том, что мужчина должен быть не только «мужчиной» в традиционном понимании и с соответствующими атрибутами, но также романтическим, заботливым, чуть ли не боготворящим женщину. Представленный образ формирует у девушек и женщин завышенные требования к противоположному полу.

Российское женское издание пытается продвигать идею феминизации общества. Поэтому транслирует своим читательницам идею и образ красивой, ухоженной, спортивной девушки, нацеленной на карьеру, умеющей и любящей жить для себя. Традиционный женский образ вроде бы отходит на второй план, но все эти «современные» девушки чаще являются нам в компании успешного мужчины. То есть современная женщина становится лучше и уверенней, чтобы привлечь уверенного и успешного мужчину. Таким образом, традиционная роль женщины, заключающаяся в выборе более перспективного партнера, остается. Эта роль трансформировалась в связи с требованиями современного социума и в обновленном виде транслируется нам со страниц глянцевого издания.

Однако, такие темы, как улучшение условий труда, повышение результативности программ по защите детства и материнства, улучшение качества дополнительного и основного образования, методы борьбы с наркоманией, преступностью, насилием – все это остается в стороне от женщин и их читательских интересов. А если подобные вопросы освещаются в женском глянце, то в небольшом объеме и в формате рассказов или рассуждений.

Список литературы

1. Васильева Т.С. Особенности иллюстрирования глянцевого журнала. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-i-struktura-glyantsevyh-zhurnalov> (дата обращения: 01.11.2017).
2. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению: монография. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013. 194 с.
3. Галкин С.И. Художественное конструирование газеты и журнала. М.: Аспект Пресс, 2005. 232 с.
4. Гут В.Г. Имидж глянцевого журнала. Особенности его формирования. М.: Дрофа, 2008. 176 с.
5. Долгина Е.С., Куликова Г.Е. История становления гендерного подхода в социальных науках // Восемнадцатая Всероссийская научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартковск, 5-6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартковск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 157–160.
6. Засурский Я.Н., Алексеева М.И. Система средств массовой информации России. М.: Аспект-Пресс, 2003. 259 с.
7. Ромах О.В., Слепцова А.А. Содержание и структура глянцевого журнала. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-i-struktura-glyantsevyh-zhurnalov> (дата обращения: 01.11.2017).

УДК 070

В.А. Лукас
студент

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижневартковск, Нижневартковский государственный университет*

ПОНЯТИЕ СЕТЕВОГО СМИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ЗАДАЧИ, ФУНКЦИИ

Аннотация. В статье анализируется понятие сетевых средств массовой информации, определяются основные отличия от традиционных СМИ. Среди основных функций сетевых средств массовой информации в статье рассматриваются функции: информационная, ценностно-регулирующая, социально-организационная, социально-креативная, развлекательная.

Ключевые слова: сетевые средства массовой информации; традиционные средства массовой информации; сеть Интернет; коммуникация.

За последние десятилетия развития коммуникаций в сети Интернет средства массовой информации в значительной степени трансформировались. Более того, новый вид СМИ – сетевых – стал весьма влиятельным сегментом медиа пространства в мире. Логичен и тот факт, что данное явление стало предметом целенаправленного научного интереса. Существует большой массив публикаций, в том числе работы, которые описывают разнообразные специфические черты функционирования сетевых СМИ как в России, так и за ее пределами [4, с. 21]. Тем не менее, по заключению многих исследователей, понятие «сетевые СМИ» при долгой теоретической и эмпирической традиции изучения остается весьма иллюзорным и неопределенным. Один из ключевых вопросов, который нуждается в дальнейшем рассмотрении, связан с выбором концептуального подхода к данной дефиниции, для чего необходимо рассмотреть различные вариации.

В правовых документах «сетевые издания» рассматриваются как «сайт информационно-телекоммуникационной сети Интернет», который был зарегистрирован в качестве СМИ соответствующими органами согласно «Закону О СМИ» [7]. То есть с точки зрения законодательства, основным отличием сетевых СМИ является их размещение в Интернете. Однако подобная формулировка не дает иных четких признаков онлайн-СМИ, которые бы однозначно указывали на принадлежность того или иного сайта или портала к средствам массовой информации. Российский исследователь И.А. Растопина при рассмотрении вопроса о сущности сетевых СМИ делает упор на их взаимосвязи с сетевой или интернет-журналистикой, под которой она подразумевает «разновидность журналистской деятельности, заключающуюся в сборе, обработке и распространении общественно важной информации в сети Интернет, позволяющей организовывать регулярное информационное вещание на широкую аудиторию без развертывания особой инфраструктуры» [14, с. 47].

Другой отечественный исследователь А.В. Водолагин определяет сетевые СМИ в качестве формы «систематического и регулярного распространения информации посредством сетевых мультимедийных технологий» [3]. В статье И.Ю. Пучкиной и А.С. Федосеевой сетевые СМИ трактуются как инновационные каналы коммуникации современного медиа пространства [13, с. 256]. Упор в понимании дефиниции делается на важности сети Интернет для информационного пространства, вследствие чего СМИ, функционирующие в онлайн, являются такими же источниками информации, как и их офлайн-версии. Указанная позиция также не обладает полнотой освещения термина и не раскрывает его отличительных характеристик, за исключением методов распространения.

Более полное определение сетевых СМИ содержится в работе А.А. Базаровой, которая предлагает следующее определение: «регулярно обновляемый информационный веб-сайт, пользующийся определённой популярностью и авторитетом, определяющий своей задачей выполнять функции средства массовой информации в сети Интернет» [2, с. 151]. Однако и этот материал не в полной мере освещает исследуемую дефиницию.

Так как единого подхода к терминологии сетевых СМИ так и не было сформировано, группой исследователей с факультета журналистики МГУ вместе с «Российским общественным центром интернет-технологий» (РОЦИТ) и «Rambler Group» были сформулированы следующие основные характеристики сетевых медиа [15]:

- профессиональный характер производственного процесса журналистского материала;
- компания и ресурс специализируются на данной деятельности;
- информационные ресурсы сами позиционируют себя в качестве СМИ;
- подобного рода медиа-компании также имеют «выходные» данные – информацию о редакции, учредителе, авторском коллективе, реквизиты предприятия, его адрес и контакты, свидетельство о государственной регистрации.

К указанному списку на основе анализа литературных источников можно также добавить следующие ключевые признаки сетевых изданий:

- определенная системность и регулярность публикаций;
- наличие постоянной аудитории;
- применение современных мультимедийных технологий при производстве журналистского продукта;
- текст сетевых СМИ в существенной степени отличается от традиционных журналистских продуктов за счет особенностей аудитории и потребления информации.

Ко всему вышеизложенному отметим, что исследователи в сфере журналистики все чаще отмечают, что «если журналистика XX в. так или иначе имела дело, прежде всего, с вещественным продуктом (газета, журнал, фильм, дискретный телевизионный продукт), то формирующаяся сетевая, цифровая журналистика все больше имеет дело с виртуальным продуктом» [11, с. 17]. То есть журналистика вместе со СМИ активно меняются именно под действием современных технологий, что при-

водит к существенному изменению самой сущности работы масс-медиа. Согласно данному замечанию, современные сетевые СМИ не только функционируют в онлайн-среде, но и производят принципиально новый медийный продукт.

Средства массовой информации в сети Интернет можно условно разделить на две категории – собственно сетевые СМИ и онлайн-версии «традиционных» СМИ [9, с. 231]. Однако, как уже указывалось выше, не все сетевые ресурсы можно отнести в интернет-СМИ: необходимо, чтобы сайт обладал определенными перечисленными выше признаками и свойствами. При этом интернет-издания неоднородны по своей структуре, формату и происхождению [6, с. 147].

Особенно резкий поворот к разнообразию содержания и форм материалов сетевых медиа произошёл с использованием сообществами цифровых и сетевых технологий. В цифровом пространстве господствует свобода от типологических канонов и стандартов, которые определяют конструкцию традиционных СМИ. На смену иерархии традиционных медиа пришли слабо структурированные информационные потоки, которые часто перекрещиваются и смешиваются друг с другом. Этот эффект получил точное описание: «Если раньше одни режимы общения опосредовали межличностные связи (разговор лицом к лицу, письма, телефон), а другие охватывали массовые аудитории (радио, газеты, телевидение), то теперь, благодаря цифровому коду и интернет-технологиям, практически любую коммуникацию в любой социальной области можно осуществлять по одним и тем же проводам и эфиру, используя одни и те же протоколы и стандарты. Что хорошо для большого по размеру, то хорошо и для малого, а также для среднего» [16]. Данная общая характеристика должна приниматься во внимание при оценке деятельности медиа на современных цифровых платформах.

Таким образом, основное отличие сетевых СМИ заключается в том, что, в отличие от распространённых теоретических подходов, новые медиа в своей практике представляют собой не столько медийные организации с точно очерченными функциональными координатами, сколько особенное коммуникативное пространство, гибкое по назначению, содержанию и способам функционирования [8, с. 216].

Сетевые ресурсы имеют ряд серьезных преимуществ перед традиционными СМИ [1, с. 58]:

- мультимедийность;
- интерактивность;
- гипертекстуальность.

Для влияния сетевых СМИ не существует не только географических, но и культурных, цивилизационных границ. Они формируют свою аудиторию и её мировоззрение, задают ориентиры мировосприятия, определяют ход мыслей, побуждают к действиям и т.п. [5, с. 114] Отметим также специфику аудитории таких медиа. Традиционно аудиторией сетевых масс-медиа считается образованная прослойка общества, владеющая необходимым минимумом знаний для работы на компьютере и в сети Интернет, имеющая достаточно средств и времени для подобного времяпрепровождения и в то же время желание изучать независимые и зачастую противоречащие друг другу СМИ. Чаще всего портрет такого потребителя информации характеризуется как человек в возрасте от 16 до 45 лет, с высшим или средним специальным образованием [12, с. 96].

Сетевые СМИ являются неотъемлемой частью медиасистемы России, и, соответственно, к ним применимы типологические характеристики традиционных медиа. Среди них различают интернет-газеты, интернет-журналы, интернет-радиостанции, интернет-телепрограммы и интернет-информгентства. В указанном массиве выделяются две большие группы [5, с. 115]:

- 1) издания-«гибриды» (бумажно-сетевые) – модифицированные сетевые форматы традиционных СМИ, имеющие свои интернет-редакции;
- 2) сугубо интернетовские издания (чисто сетевые).

Однако о том, что интернет-СМИ входят в медиасистему, говорит тот факт, что этот вид медиа обладает такими же функциями, что и традиционные каналы коммуникации, а именно [10, с. 63]:

- коммуникативная функция – служит для общения между людьми, где с одной стороны коммуникативной цепи – профессиональный производитель информации, а с другой – множество анонимных пользователей. Особенностями этой функции для Интернета является ее трансграничный характер и возможность двусторонней коммуникации;
- информационная функция – обеспечение всех слоев населения информацией об окружающей действительности с возможностью формирования повестки дня и влияния на общественное мнение. Особенность этой функции для интернет-СМИ состоит «в асинхронности получения информации пользователями и особой сложности формирования общей повестки дня» из-за растущего количества пользователей;

– ценностно-регулирующая функция – формирование ценностей, установление норм, накопление опыта и поддержка традиций среди населения. Интернет дает возможности поиска своей точки зрения, так как расширяется степень свободы получения и обмена информацией. Эта функция также отражается в «отборе сообщений, их комментирование, расположение в определённой последовательности, на определенных страницах»;

– социально-организационная функция – участие в «формировании реальных социальных общностей и институтов»;

– социально-креативная функция – формирование социальных общностей, существующих только благодаря коммуникации (например, сообщество в интернет-сфере), что укрепляет чувство идентичности между пользователями. Особенность сетевых СМИ заключается в том, что пользователь имеет возможность вступать и быть создателем любых социальных связей, несмотря на то, что как правильно эти связи непрочные и неустойчивые;

– развлечение – присущ всем видам медиа, тем не менее сетевые СМИ преуспели в разнообразии интерактивных возможностей и форм.

Кроме указанных функций, интернет-СМИ имеют и другие, присущие только им. Так, например, функция форума и канала социального участия возможна только при двусторонней коммуникации. Функция форума проявляется в возможности СМИ организовать площадку для обсуждений, обмена мнениями и информацией. Несмотря на попытки создания канала социального участия в рамках традиционных СМИ, Интернет позволил расширить возможности граждан взаимодействовать друг другом, влиять на решения властей, занимая активную гражданскую позицию. СМИ в сети Интернет все чаще и активнее становятся площадкой для рассуждений и обсуждений среди общества, власти и бизнеса.

Список литературы

1. Астахова Я.А. Система СМИ / под ред. М.Б. Серпиковой. М.: МГУПС (МИИТ), 2014. 90 с.
2. Базарова А.А. Гипертекстуальность как базовая характеристика интернет-СМИ // Актуальные вопросы филологических наук: материалы междунар. науч. конф. Чита: Издательство «Молодой ученый», 2014. С. 151–152.
3. Водолагин А.Л. Интернет-СМИ как арена политической борьбы. URL: ict.informika.ru/ft/003985/6.pdf (дата обращения: 20.11.2017).
4. Володенков С.В. Развитие современных информационно-коммуникационных технологий как фактор формирования парадигмы общества сетевых коммуникаций // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2016. №2. С. 21–34.
5. Грабельников А.А., Нгуен Т.З. Образ России во вьетнамских сетевых СМИ // Социально-гуманитарные знания. 2017. №8. С. 114–127.
6. Долгина Е.С., Гуржий Д.А. Проблема современных традиционных СМИ в России // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 147–150.
7. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.07.2017) «О средствах массовой информации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 20.11.2017).
8. Корконосенко С.Г., Бережная М.А. Сетевые медиасообщества: соотношение коммуникаций онлайн и деятельности оффлайн // Социально-гуманитарные знания. 2017. № 8. С. 216–234.
9. Кравченко Ю.О. Типологические модели волгоградских сетевых СМИ // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2016. № 14. С. 231–233.
10. Лукина М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика. М.: Аспект пресс, 2011. 348 с.
11. Мансурова В.Д. «Цифровая каллиграфия» современного журналиста: власть digital контента // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2017. № 4. С. 17–33.
12. Меркушина Е.А. Аудитория региональных сетевых СМИ: глобализация или локализация? // Державинский форум. 2017. № 1. С. 96–102.
13. Пучкина И.Ю., Федосеева А.С. Спортивные массмедиа: специализированные сетевые СМИ как источник информации о спортивных событиях // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2017. Т. 1. № 1-1. С. 256–260.
14. Распопина И.А. Российская интернет-журналистика: история становления и характеристика современного состояния // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 208–214.
15. Чугунов А.В. Программы изучения российской интернет аудитории. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16216207/> (дата обращения: 20.11.2017).
16. Kelly J. Pride of Place: Mainstream Media and the Networked Public Sphere. URL: https://cyber.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Pride%20of%20Place_MR.pdf (дата обращения: 20.11.2017).

РОЛЬ МОТИВАЦИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Аннотация. В статье анализируется роль мотивации в управлении персоналом организации. На сегодняшний день эффективность управления напрямую зависит от вовлеченности в трудовой процесс всех работников, что, в свою очередь, недостижимо без мотивации. Мотивация как функция менеджмента выполняет значимую функцию во всей управленческой системе современной организации, поскольку мотивированный работник – это важная составляющая конкурентоспособности любого предприятия в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: управление персоналом; мотивация; менеджмент.

В современной действительности большую роль играет ориентация на эффективность управления. Реализация функций управления является одним из факторов, от которого зависит эффективность управления любой организацией в условиях рыночных отношений. По мнению автора учебников по управлению А.Я. Кибанова, среди управленческих функций мотивацию следует выделять, как важную общую функцию управления, без которой немыслима эффективная деятельность любого руководителя, а соответственно, любой организационной структуры [2, с. 245].

Проблема мотивации является малоисследованной. В научной литературе мотивацию относят по степени актуальности на второй план. Среди ученых можно встретить мнение о том, что мотивация по сравнению с другими функциями управления имеет вторичный характер.

Однако как справедливо отметил современный российский исследователь Кузнецов В.И., мотивацию не следует рассматривать как второстепенную, а стоит изучать в процессе реализации всех управленческих функций [3, с. 152].

В последние десятилетия произошли серьезные изменения в управлении. В связи с трансформацией содержания труда в условиях научно-технического прогресса, широкой автоматизации и информатизации производства, в результате повышения уровня образования и социальных ожиданий работников, значение мотивации в управлении персоналом возрастает [6, с. 543]. Не вызывает сомнения, что человеческий фактор является залогом долгосрочного успеха работы организации. Грамотный высококвалифицированный и организованный в своей деятельности персонал в условиях рыночной экономики определяет перспективы абсолютно любого предприятия. На сегодняшний день эффективность управления напрямую зависит от вовлеченности в трудовой процесс всех работников, что, в свою очередь, недостижимо без мотивации.

По мнению российских исследователей, ошибки в процессе мотивации персонала приводят к серьезным затратам времени и финансов, что может стать причиной снижения конкурентоспособности, а иногда и гибели организации [4, с. 155].

Ф. Тейлор, основатель классической школы менеджмента считал, что необходимыми условиями обеспечения успешной работы предприятия являются удачная формулировка системы целей, их четкое доведение до каждого работника, мотивация персонала на основе оценки вклада каждого работника в достижение поставленных целей [5, с. 298]. Только зная, что побуждает человека к деятельности, зная основы мотивации его работы, мы можем разработать эффективную систему управления поведением работника. Следовательно, от эффективной мотивации напрямую зависит успешное ее существование.

На сегодняшний день должным образом еще не разработаны теоретические и методологические основы мотивации труда в экономической литературе. Рассмотрены лишь отдельные аспекты этой проблемы, например, заработная плата, стимулирование труда и т.д. Недостаточно отражены такие важные аспекты, как взаимосвязь рыночных отношений и мотивации труда, материальная мотивация, формирование мотивационного механизма эффективной трудовой деятельности и т.п. мотивация трудовой деятельности никоим образом не согласована с хозяйственной практикой, отраслями и

видами экономической деятельности, формами собственности, категориями работающих. Не определена специфика мотивации труда на микро-, мезо- и макро-уровнях управления и хозяйствования. Не акцентировано внимание на демографических аспектах и факторах мотивации труда, что не позволяет рассматривать мотивацию трудовой деятельности через призму пола, возраста, образования, трудового стажа, региональных особенностей, миграции экономически активного населения и т.п. Не придано значение гендерным аспектам мотивации труда, хотя практически во всех без исключения странах мира во все времена имело место гендерное неравенство на рынке труда и в обществе, что приводило к негативным последствиям.

С развитием технологических способов производства экономическая наука изучает человека не только как ресурс, но и как личность, ориентируясь на социальную, компетентную, моральную модель человека-работника и неизбежно повышает рост производительности труда, влияя на рост ее доходов.

Наилучшему формированию, сохранению и повышению эффективности использования человеческого капитала способствуют современные персонал-технологии, такие как кадровый маркетинг. При этом особую актуальность в вопросах мотивации работников приобретает решение проблем координации, согласования потребностей, мотивов и целей работников и предприятия в целом [8, с. 155].

Эффективное побуждение менеджерами подчиненных к высокоэффективной деятельности обеспечивается пониманием сущности процесса мотивации.

На сегодняшний день имеются различные диагностические методики, алгоритмы схем мотивации, научные исследования в области индивидуальных и групповых способах мотивации. Одна из моделей диагностики системы мотивации работников представлена в Таблице 1.

Таблица 1

Модель диагностики существующей системы мотивации

Факторы	Способы влияния	Методы диагностики
Организационная культура. Стиль руководства	Несовпадение представление сотрудников и руководителей об организационной культуре и стиле руководства снижает мотивацию	Опросник «Диагностика типа организационных культур» (Л. Константин). «Диагностика стиля руководства» (А. Журавлев)
Соответствие между усилиями – результатами- вознаграждением	Несоответствие снижает мотивацию сотрудников	Специально разработанный опросник «Мотивация сотрудников»
Удовлетворенность трудом	Неудовлетворенность снижает мотивацию сотрудников	Специально разработанный опросник «Удовлетворенность трудом»
Представление сотрудников о критериях оценки труда, о целях организации, ее будущем	Незнание критериев оценки труда, целей и будущего организации приводит к снижению мотивации	Собеседование, глубинное интервью по специально разработанным вопросам
Структура потребностей личности, степень удовлетворенности актуальных потребностей	Неудовлетворенность потребностей снижает мотивацию сотрудников	Опросник «Парные сравнения» (И.Д. Ладанов)
Ценностные ориентации каждого сотрудника и группы в целом	Значительные расхождения в ценностных ориентациях могут быть потенциальной почвой для конфликтов	Опросник «Ценностно- ориентационное единство» (М. Рокич)

Н.М. Пилипенко считает, что данная модель, базирующаяся на теоретическом анализе, дает возможность разработки практической технологии диагностики эффективности мотивационной системы. Такая система мотивации включает в себя четыре этапа [7, с. 176].

1. На этапе собеседования можно выделить порядка двадцати параметров сбора необходимой для организации дальнейшей работы информации. Руководитель в рамках собеседования выявляет сформировавшееся в коллективе мнение по определенным параметрам. К примеру, объективность и лояльность характера управленческих воздействий. Затем путем сравнительного анализа определяется степень расхождения или соответствия между сформировавшимися представлениями у работников и руководства.

2. Психодиагностические методики, направленные на изучение организационного контекста и на изучение психологических характеристик коллектива и каждого сотрудника, позволяют произвести сбор дополнительной информации.

3. Аналитический этап предполагает обработку данных, полученных в процессе собеседования и диагностик, по различным направлениям: степень согласованности представлений всех сотрудни-

ков об организационной культуре, степень адекватности реализуемого стиля руководства и т.д. [1, с. 187]

4. Формулировка коррекционных мер системы мотивации и составление плана их реализации.

Данная модель диагностики системы мотивации позволяет решить ряд задач:

1. Определить ожидаемые конечные результаты, связанные с трудовой деятельностью.
2. Спрогнозировать факторы трудового поведения.
3. Выстроить систему управления деятельностью коллектива.

На основании вышеизложенного можно констатировать, что российские ученые и эксперты в своих исследованиях приходят к единодушному мнению, что мотивация как функция менеджмента выполняет значимую функцию во всей управленческой системе современной организации. Мотивированный работник – это важная составляющая конкурентоспособности любого предприятия в современных рыночных условиях. Весьма значимым является факт необходимости грамотной организации мотивационной системы, в частности диагностика эффективности послужит практическим шагом в реализации данного процесса.

Список литературы

1. Дергунов Т.И. Формула менеджмента. Практическое пособие начинающего руководителя. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 256 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация: учеб. пособие для вузов. М.: Экзамен, 2013. 416 с.
3. Кузнецов В.И. Управление персоналом. М.: ВЛАДОС, 2012. 282 с.
4. Ладанов И.Д. Практический менеджмент. Управление персоналом: Секреты современного бизнеса: пособие для руководителей и предпринимателей. М.: Ника, 2010. 496 с.
5. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия. М.: Дрофа, 2010. 312 с.
6. Патрахина Т.Н., Урсу М.И. Мотивация персонала как механизм повышения экономической эффективности организации // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 2–3 апреля 2015 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. ун-та, 2015. С. 543–547.
7. Пилипенко Н.М. Формирование квалифицированных рабочих кадров. М.: Экономика, 2010. 176 с.
8. Сидоров В.А. Образование и подготовка кадров в условиях новой технической реконструкции. М.: Высш. шк., 2013. 271 с.

УДК 070

В.А. Москова

студент

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ПОНЯТИЕ «ЖАНР» В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ

Аннотация. В статье рассматривается понятие «жанр» с позиции современной науки и дается определение жанру в журналистской практике. Определяются основные жанрообразующие факторы. С позиции журналистики приводятся примеры различных жанровых форм журналистских текстов по структуре и функционалу.

Ключевые слова: жанр; публицистический текст; морфология жанра; жанрообразующие принципы.

Понятие жанр происходит от французского слово «genre», что в точном переводе означает – род, вид. Жанр – эта форма, в которой читателю (слушателю или зрителю) представляется уже заранее подготовленный материал. Однако, исходное значение термина вовсе не помогает прояснить, что такое жанр в целом. Проблемой является то, что единого определения жанра не существует и потому трактуется оно по-разному [1, с. 11]. Этому объяснению есть несколько причин: жанр, вид и род –

смежные понятия, и очень часто путаются; жанры изменялись, пропадали и вновь появлялись в результате исторического развития искусства, литературы и журналистики, поэтому границы между ними очень туманны, но это не помешало некоторым ученым установить, что означает понятие «жанр» и каково его значение в различных современных науках.

По мнению Л.Е. Кройчика, жанр является особой формой организации жизненного материала, в основе которой лежит синтез структурных и композиционных свойств. При этом дело абсолютно не в случайной совокупности черт, а в системе элементов формы. Он считает, что жанр является конкретно исторической категорией, которая не терпит изменений.

Например, у структуры заметки одна задача – сообщить о новости оперативно и предельно быстро, у интервью – ведение диалога и поддержание интереса аудитории к собеседнику, с которым журналист и ведет диалог. Отчет описывает события, которые воспроизводит в существенных элементах, однако не исключает произвольного изложения происходящего (т.е. вне пространства и времени и при этом, не нарушая последовательность). У репортажа структура воспроизводит процесс в его реальных пространственно-временных границах: наглядность возникает благодаря последовательному описанию происходящего в подробных деталях.

Жанр – это типологическая категория, обладающая устойчивыми и постоянными признаками. Способ отражения действительности в каждом жанре свой и определяется с помощью познавательных задач, решаемых публицистом. Жанр является гносеологической категорией. Появление в эфире радио и по ТВ (или газетной полосе) того или иного жанра всегда определяется теми задачами, которые решает сам публицист, – с какой целью и какими средствами он пользуется. Жанр – это и морфологическая категория.

Особой формой произведения является публицистический текст. Объем познаваемого материала в заметке, интервью, отчете, репортаже, статье, корреспонденции отличается друг от друга, что предопределяет структуру повествования – развернутую и достаточно объемную в статье и очень сжатую и краткую в заметке. Итак, морфология жанра определяется особенностями повествовательной структуры; фактологическим местом в повествовании; повествовательным построением образов; особенностями постановки проблемы/конфликта.

Но это не всё. Жанр – аксиологическая категория, содержащая определенную оценку действительности самим публицистом: в таком случае любой текст либо что-то отрицает, либо наоборот, подтверждает. Система ценностной ориентации автора целиком зависит от его мироощущения, мировоззрения, мировосприятия. Жанр – творчески-созидательная категория. Публицист создает текст благодаря фактам, ситуациям, насущным проблемам, что позволяет смоделировать определенную модель мира. В связи с различным толкованием понятия «жанра» разными исследователями, публицистический текст каждый раз создает новое представление о действительности в виде понятийно-образной модели. Чем полнее и убедительнее эта модель, созданная публицистом, тем активнее воспринимается она аудиторией [2, с. 132].

В.В. Смирнов определил жанр как родовую память творческих сфер деятельности (музыки, литературы, кино, театра, изобразительного искусства и публицистики) [4, с. 99]. Е.И. Пронин характеризовал жанры как сформировавшиеся, целостные, устойчивые виды общего текста, отличающиеся согласно методу изучения жизненного материала. Данный метод подбора, является своего рода алгоритмом необходимых и достаточных для достижения определенной пропагандистской цели выразительных средств журналистики и структурирования их в целую публикацию, наиболее подходящую действительной ситуации, появившейся в общественной практике [3, с. 72]. В искусстве и литературе жанр – объединение художественных произведений, формировавшееся в ходе исторического развития на основе их самоопределения по предметному смыслу [2, с. 124].

Под журналистским жанром А.А. Тертычный подразумевает устойчивые виды публикаций, связанные схожими содержательно-формальными признаками. Данные признаки называются жанрообразующими факторами. Факторы могут помочь отчетливо показать истоки и особенности возникновения тех или иных жанров периодической печати. В современной теории журналистики выделяются в качестве первостепенных, следующие жанрообразующие факторы: предмет отражения, целевая конструкция (роль) отражения, способ отражения [5, с. 212].

М.М. Бахтин в своей известной метафоре высказал мысль, что жанр – это образец творческой памяти в ходе её литературного развития [2, с. 154].

Таким образом, можно сделать вывод, что жанр многообразен и исторически сформирован. Он не имеет единого определения и потому представляет собой черты всех вышеперечисленных терминов. Так что жанр – это особенная форма жизненного материала, делящегося на категории (конкретно историческая, типологическая, гносеологическая и морфологическая категории), это типы или виды

произведений, объединенных в определенную единую структуру (систему) и имеющих определенные факторы, что именуются жанрообразующими факторами, это и память для всех творческих сфер (включая и публицистику кстати), которая в последствии формирует принадлежность текста к тому или иному жанру. Благодаря принадлежности текста к тому или иному жанру и рождается целостный текст, вбирая в себя необходимые жанровые элементы и покоряясь логике автора.

Список литературы

1. Безбородова Ю.В., Долгина Е.С. Жанры газетной журналистики: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 031300.62 «Журналистика» (профиль «Деловая журналистика»); 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»). Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2014. 106 с.
2. Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студ. вузов по спец. «Журналистика». СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. 272 с.
3. Пронин Е.И. Выразительные средства журналистики. М.: МГУ, 1980. 91 с.
4. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2002. 289 с.
5. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000. 312 с.

УДК 070

К.А. Путенихина

ассистент

Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛА КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЙ

Аннотация. Статья посвящена вопросам организации работы в корпоративных изданиях. Актуальность данного вопроса не вызывает сомнений, поскольку именно корпоративные издания помогают налаживать связи, как с внешней целевой аудиторией, так и с внутренней. Руководителям предприятий необходимо уделять должное внимание взаимоотношениям в коллективе и за его пределами. Это возможно делать посредством корпоративного СМИ.

Ключевые слова: средства массовой информации; корпоративное издание; редакционный коллектив; внутрикорпоративная газета.

Редакция корпоративного издания – это сплоченный коллектив, выполняющий задания руководителя, но имеющий некие отличия от традиционных трудовых коллективов. Основным функционалом редакционного коллектива является подготовка и выпуск корпоративного издания [2, с. 160]. Основу редакционного коллектива составляют журналисты и работники технической службы, которые в совершенстве умеют пользоваться знаниями и умениями, необходимыми для выпуска корпоративного издания [1, с. 56].

Корпоративное издание помогает руководству сообщать сотрудникам о планах, нововведениях компании, рассказывать, как она развивается и какие перемены ждут предприятие в ближайшем будущем [3, с. 225]. Сотрудники, в свою очередь, понимают смысл и ценность своей работы, в чем заключается главная миссия компании. Внутрикорпоративная газета воздействует на восприятие корпоративной культуры организации и формирует общественное мнение. Именно поэтому важно чтобы целевая аудитория усвоила идеи, взгляды, нравственные и политические ценности компании [4, с. 59].

Для создания корпоративного издания можно привлечь PR-агентство. Это довольно выигрышный вариант, так как там работают сотрудники, которые в совершенстве владеют всеми техниками исполнения корпоративных СМИ.

Если мы заинтересованы в создании корпоративного издания своими силами, необходимо следовать главному правилу: в числе работников отдела по связям с общественностью (зачастую именно в этом отделе занимаются подготовкой корпоративных СМИ) должны быть дипломированные спе-

циалисты в своей отрасли. Это связано с тем, что на выходе компания заинтересована получить хороший продукт, который будет представлять организацию в лучшем свете.

Для полноценной работы над корпоративным изданием из числа сотрудников отдела нам понадобится главный редактор, журналист, дизайнер и корректор.

Рассмотрим должностные обязанности каждого из сотрудников:

Главный редактор разрабатывает содержание издания в целом и контролирует процесс подготовки материалов и выхода издания. Ведет полноценную работу со специалистами, занимается подготовкой сопутствующих организационных материалов.

Корректор осуществляет стилистическую обработку материалов, корректирует тексты и подготавливает их к верстке.

Дизайнер работает над внешним видом издания, разрабатывает его макет, ведет подбор иллюстраций, фотографий, осуществляет верстку издания.

Журналисты занимаются написанием статей, поиском новостей, информации по заданным темам.

Во главе корпоративного издания необходимо назначить сотрудника с опытом работы в данной компании, так как он займет должность главного редактора.

Основной целью выпуска корпоративного издания является, прежде всего, создание положительного имиджа организации, улучшение рабочей среды внутри коллектива, формирование и поддержание корпоративной культуры, а не получение дохода. Внутрикорпоративные газеты ориентированы на сотрудников предприятия и являются товаром, поэтому издание должно пользоваться спросом и удовлетворять потребности читателей.

Сегодня многие фирмы идут в ногу со временем и зачастую пользуются аутсорсингом, т.е. прибегают к услугам сторонних агентств. Это означает что сотрудники фирмы, выпускающей корпоративное издание, несут ответственность за содержательную часть издания, а вопросы дизайна и верстки ложатся непосредственно на профессионалов своего дела.

Заключение договора с агентством, которое будет заниматься созданием корпоративного издания, определяется финансированием, выделенным на выпуск корпоративного СМИ. Если бюджет ограничен – можно привлекать на страницы издания рекламодателей.

Внутрикорпоративные издания можно подразделить на журналы, газеты, информационный бюллетень, настенную печать. По мнению автора книги «Паблик рилэйшнз» Фрэнка Джефкинса, при создании корпоративной газеты необходимо учитывать следующие факторы:

В первую очередь, организация должна определить и подробно изучить целевую аудиторию, на которую будет ориентировано внутрикорпоративное издание. Проведя сегментацию и проанализировав интересы, потребности, образ жизни и другие факторы, которые позволят изучить потенциальных читателей со всех сторон, можно с легкостью определить к чему лежит интерес читателей, каким образом газета должна подавать информацию и какой у нее должен быть формат.

Немаловажную роль здесь играет тираж газеты. Ведь от этого зависит способ печати издания и качество публикуемого материала.

Что касается периодичности издания, публиковаться газета должна регулярно, по датам или дням недели. Зачастую публикации корпоративных изданий осуществляются периодами: ежеквартально, ежемесячно, один раз в 10 дней или еженедельно.

Периодичность выхода издания в свет напрямую влияет на работу отдела корпоративного издания. По закону «О средствах массовой информации» все издания, тираж которых превышает 1000 экземпляров, подлежат обязательной регистрации, которая влечет за собой финансовые вложения. Именно поэтому во многих фирмах тираж издания не превышает 999 экземпляров и выпускаются, к примеру, два издания – для клиентов и для сотрудников, а это уже двойная работа и увеличение штата сотрудников. Для организации работы отдела корпоративного СМИ важен и формат издания. Если фирма заинтересована в выпуске газеты, которая в свою очередь несет за собой актуальность в подаче информации, оперативность и меньшую стоимость, для ее создания достаточно будет тех сотрудников, о которых мы говорили выше. Если же фирма проявит интерес к журналу, тогда число сотрудников придется увеличить, так как журнал предполагает собой большее количество дизайн-макетов и аналитических материалов.

Таким образом, правильно организованная работа отдела – неотъемлемая часть успешного выпуска корпоративного издания. Грамотно подобранный штат сотрудников обеспечит успех при подготовке материалов и представит компанию в лучшем свете. Профессионалы своего дела подготовят достойное корпоративное издание для сотрудников и клиентов, обеспечивая тем самым положительный имидж фирмы.

Список литературы

1. Гуревич С.М. Основы научной организации журналистского труда. М., 1987. 303 с.
2. Долгина Е.С., Лукас В.А. Организация работы коллектива редакции в современных СМИ // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 160-162.
3. Долгина Е.С., Путенихина К.А. История возникновения корпоративных СМИ // Современные научные исследования и разработки. 2016. № 6(6). С. 223–225.
4. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: учебник для ВУЗов. М.: Изд-во «Аспект пресс», 2002. 287 с.

УДК 070

О.А. Романова

студент

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижневартовск, Нижневартковский государственный университет*

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ В БЛОГОСФЕРЕ

Аннотация. Статья посвящена понятию «блог». Для ведения блога используется платформа, предоставляющая пользователям место для размещения записей или «постов» и программного обеспечения, тем самым облегчая ведение блога и популяризируя термин «блог» и все производные от него. Понятие «блогосфера» стремительно вошло в обиход средств массовой информации. Сегодня под термином «блогосфера» понимают единое множество всех блогов в качестве социальной сети с динамичной информационной оболочкой.

Ключевые слова: блог; блогер; блогосфера; веб-страница; онлайн-дневник.

Появление блога исторически связывают с необходимостью в использовании различных форм получения обратной связи от пользователей, которую предоставили создатели различных Интернет-ресурсов. Но вскоре подобный вид деятельности получил самостоятельное развитие в Интернет-среде.

Блог является новой коммуникативной информационной средой, новым жанром, новым источником новостей, новым средством выражения общественного мнения. В настоящее время блог выступает как инструмент, который делает возможным формирование сетевых сообществ, являющихся одним из видов коммуникации, но функционирующих по тем же принципам. На данный момент существует большое количество определений термина «блог». Рассмотрим некоторые из них.

Блог определяется как веб-страница, которая в своей основе содержит онлайн-дневник, на который оставляют отзывы, комментарии [3, с. 279]. Основное содержание данного веб-сайта регулярно пополняется всевозможными записями, картинками, мультимедиа. Блоги в своей основе содержат небольшие записи. Основное назначение блога – предоставление пользователям инструмента для самопрезентации, поиска собеседников и единомышленников, построения сетей взаимодействия [4].

В самом полном англоязычном словаре Merriam-Webster блог представляется как сетевой частный дневник, содержащий размышления автора, комментарии, гиперссылки [1]. Так, блог может быть как личным, так и групповым, и предоставляет возможность для комментирования любой записи [5, с. 35]. Исследователь блогосферы С. Херинг считает, что блог содержит в себе записи, расположенные в обратном хронологическом порядке [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что блог по форме является веб-сатом, в котором содержится записи, которые предполагают возможность просмотра и оставления комментариев и которые располагаются в обратном хронологическом порядке.

В свою очередь, блоггером считается человек, который активно ведет блог, вовлечен в электронную коммуникацию. Буквы и другие символы, появляющиеся на экране, общение с виртуальными собеседниками заменяют во многом для него действительность действия и традиционные формы

человеческой коммуникации, причем коммуникации неофициальной, интимной, существующей обычно в устной форме [7, с. 84].

Блоггер в интернете является не только адресантом, но и адресатом, в связи с чем возможности блога становятся безграничными. Здесь можно проследить особый характер концепции адресата. Он состоит в том, что адресатами являются известные блоггеру постоянные читатели, знакомые лично с ним люди, близкие друзья, коллеги, с которыми сам автор блога может полемизировать в комментариях и т.д. С другой стороны, блоггер должен понимать и осознавать то, что его записи могут быть прочитаны совершенно незнакомыми ему людьми, изначально не входящими в круг его адресатов. Таким образом, круг потенциальных читателей может расширяться до почти всех пользователей Интернета, кто знает язык записи.

В ходе проведения опроса блоггеров Массачусетским технологическим институтом в 2017 году было выявлено, что 81% участников в своих блогах себя самоидентифицируют; 55% опрошенных при ведении блога используют свои реальные имя и фамилию; 22% используют лишь вариант своего имени. Некоторое количество пользователей вписывают настоящие имя и фамилию в имени пользователя, другая часть использует их в названии блога в разделе «информация о пользователе», «о себе» и другие. Более того, часто пользователи выкладывают собственные фотографии, сопровождающие «посты», записи, или в раздел «картинки пользователя». В других случаях личность блоггера будет известна де-факто только постоянным читателям его записей, комментариев, реальной жизни, личных знакомств, сообщений в СМИ и других источников.

Под совокупностью всех блогов понимается термин «блогосфера» (от англ. *blogosphere*), аналогичный термину «ноосфера» и подобных ему. В мире существуют десятки миллионов блогов, которые нередко тесно взаимодействуют друг с другом: авторы блогов читают и комментируют сообщения друг друга, ссылаются на публикации, тем самым создавая виртуальную коммуникационную субкультуру. Само понятие «субкультура» делает упор на одно из основных отличий блогов от обычных сайтов: связанные между собой блоги составляют динамичную информационную оболочку.

К началу XXI века общественность, в связи со стремительным развитием блогосферы, стала задаваться вопросом, могут ли блоги заменить на информационном рынке «традиционные СМИ». К настоящему моменту многие пришли к выводу, что и блогосфера (так называемая «любительская» или «гражданская» журналистика), и журналистика традиционная способны дополнять друг друга, в связи с тем, что преимущества одной стороны дополняют недостатки другой, и наоборот. Одной и особенно развивающихся направлений в блогосфере являются социальные сети. Наиболее мобильные, активные, быстроразвивающиеся и доступные, они смогли завоевать большую часть аудитории, имеют своих последователей и привлекли в свои «сети» множество журналистов и информационных компаний. Ни одно издание, ни одна радио- или телекоммуникационная компания не обходится без собственной странички в социальных сетях.

Социальная сеть в Интернете – веб-сайт с возможностью указания какой-либо информации о себе (школа, институт, дата рождения, любимые занятия и др.), позволяющей другим участникам электронной коммуникации найти пользователя. Основной чертой социальных сетей является наличие системы «друзей» и «групп» [6].

Исходя из статистических данных и личного опыта, наиболее активными пользователями блогов и социальных сетей были, есть и будет молодежь. Данная возрастная категория обычно еще не имеет устойчивого круга единомышленников и остро нуждается в самоуважении и поддержке. Блогосфера дает им такую возможность, поскольку важной особенностью публикации является не новизна информации и оригинальная подача, а ее популярность, выражающаяся в количестве комментариев. Так как молодежь, в большинстве своем, – люди, часто не обладающие устойчивым социальным статусом, студенты и безработные, то именно они и стремятся к приобретению хоть и символического, виртуального, но статуса в Интернете. Подобное явление в сети получило термин «самопрезентация».

Самопрезентация – одна из наиболее очевидных мотиваций. Авторы хотят продемонстрировать себя знакомым и широкой публике. Сами по себе блоги обладают рядом свойств субкультуры – особым языком и сленгом, каналами коммуникации между участниками, системой фиксации группового статуса.

Таким образом, блог нельзя сравнивать с дневником или, к примеру, письмом. У поста нет точного адресата, как это принято в эпистолярном жанре. И в то же время это не дневник, который ведется исключительно для себя. Для современных блоггеров становится все более актуальным быстро и качественно обновлять посты на своей странице и публиковать своевременную информацию. В

этой задаче оперативности им помогают быстро развивающиеся информационные технологии или, говоря проще, гаджеты: смартфоны, планшеты, мобильные ПК и т.д.

Список литературы

1. An Encyclopedia Britannica Company Merriam-Webster, 2000-2017. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/blog> (дата обращения: 30.10.2017).
2. Herring S.C. Gramma and Electronic Communication. NJ: Wiley-Blackwell, 2017. URL: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/e-grammar.2017.pdf> (дата обращения: 03.10.2017).
3. Nowson S. The language of weblogs: a study of genre and individual differences: PhD Thesis. University of Edinburgh, 2006. 315 p.
4. Академик: Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшенз, 2000–2017. URL: http://advertising_pr.academic.ru/60/Блоги (дата обращения: 03.10.2017).
5. Попов А.В. Блоги. Новая сфера влияния. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 327 с.
6. Социальная сеть // Свободная энциклопедия Википедия, 2001–2017. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть_\(Интернет\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть_(Интернет)) (дата обращения: 30.10.2017).
7. Сидорова М.Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение. М.: «1989.py», 2006. 190 с.

УДК 070

Р.А. Супрович

студент

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СПЕЦИФИКА МОТИВАЦИИ ЛЮДЕЙ ТВОРЧЕСКИХ ПРОФЕССИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются основные виды творческой деятельности. Автор анализирует общие методики работы с персоналом, выделяя характерные особенности управления людьми творческих профессий.

Ключевые слова: мотивация; творческие профессии; специфика мотивации.

В любой сфере для успешной деятельности предприятия требуется правильная мотивация персонала, которая напрямую влияет на результаты труда и качество проделанной работы. Для сотрудников СМИ вопрос мотивирования имеет особую значимость, так как в индустрии масс-медиа не существует строго определенной формы труда. Мотивацию сложно измерять или планировать, а результаты работы не поддаются стандартным методам оценки и стимулирования.

Относительно слабая система мотивации персонала – распространенная проблема в современной России. Так как в настоящее время специфика работы с творческим персоналом в СМИ не нашла отражения в трудах советских и зарубежных авторов, перед менеджером встает трудная задача по составлению мотивационной модели журналистов на основе традиционных теорий. Однако данные теории не учитывают особенностей журналистского творчества.

Общепринятые западные исследования мотивационного менеджмента основываются на работах основоположников теорий потребностей и соответствующих им стимулов: теории мотивации потребностей Маслоу; теории приобретенных потребностей Мак-Клелланда; теории двух факторов Герцберга; теории ожиданий Врума; модели Портера-Лоулера.

Существующая отечественная научная литература, посвященная управлению в целом, мало уделяет внимания проблемам управления особыми группами персонала. Существует большое количество исследований российских авторов, раскрывающее общую методологию изучения информационного общества и мотивационной модели производства (Р.Ф. Абдеев, В.Л. Иноземцев, В.Н. Маркин, И.И. Юзвишин и др.). Кроме того, имеется ряд работ, разработанных в рамках православной философии, где подчеркивалась значимость духовности, морали и этики (Н.А. Бердяев, С.Н. Булгаков, И.А. Ильин, Н.О. Лосский, В.С. Соловьев).

Результаты зарубежных и отечественных исследований излагаются в многочисленных пособиях по менеджменту, управлению, и трудовой мотивации (Дж. Адаир, Д. Шульц и С. Шульц, Н.С. Пряжников, Б.Г. Ребзуев, С.Б. Каверин и т. д.).

Несмотря на обилие практической и научной литературы в сфере управления персоналом, в целом проблема мотивации журналистов в современной России остается слабо разработанной.

Для того чтобы понять, в чем же заключаются особенности мотивации творческого персонала и работы с ним, нужно определиться с самим понятием творческой профессии.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 28 апреля 2007 г. № 252 «Об утверждении перечня профессий и должностей творческих работников СМИ, организаций кинематографии, теле- и видеосъемочных коллективов, театров, театральных и концертных организаций, цирков и иных лиц, участвующих в создании и (или) исполнении (экспонировании) произведений, особенности трудовой деятельности которых установлены Трудовым кодексом РФ» существует следующий перечень профессий, относящихся к творческим:

- артист (все видов и направлений);
- балетмейстер;
- редактор (различных видов и направлений);
- художник (различных видов и направлений);
- кинооператор (различных видов и направлений);
- каскадер (различных видов и направлений);
- звукооператор (различных видов и направлений);
- модельер (различных видов и направлений);
- монтажер (различных видов и направлений);
- чтецы и многие другие [3].

То есть творческими являются все профессии, так или иначе связанные с культурной сферой. Работа в этой сфере предполагает большую долю самовыражения, самореализации и делает упор на эксплуатацию умственного труда. Лишь немногие исследователи в сфере менеджмента поднимали проблему управления работниками творческих специальностей. Одним из таких специалистов является П. Друкер, который в своей книге «Энциклопедия менеджмента» выделил шесть факторов производительности работников умственного труда, которые в равной степени можно отнести и к творческому персоналу:

1) необходимость четкого ответа на вопрос: «В чем заключается производственное задание?» – в отличие от работников других сфер, творческий персонал спрашивает себя не «как выполнить?», а «в чем заключается задание?»;

2) полная самостоятельность и ответственность работника – творца сложно контролировать, так как вся ответственность лежит только на нем;

3) непрерывная инновационная деятельность – поиск новых путей самовыражения, как неотъемлемая часть творчества;

4) такие работники должны постоянно учиться, равно, как и учить;

5) работа не измеряется количеством или объемом – главным показателем является ее качество;

6) на такого работника нужно смотреть не как на «издержки», а как на «капитал» – в отличие от работников других сфер, которые не владеют средствами производства, работники творческого труда скорее нужны работе, чем она им [1, с. 365-381].

Еще одной особенностью таких людей является самоотдача. Нынешняя ситуация в России тому пример: многие актеры, писатели, музыканты и художники работают за небольшую плату, притом карьерный рост в культурной сфере практически отсутствует. И здесь нагляднее, чем в любой другой отрасли, прослеживается потребность в самовыражении и удовлетворении процессом работы. Компенсацией за плохо оплачиваемый труд и отсутствие карьерного роста становятся внутренние вознаграждения вроде морального удовлетворения, признания и причастности.

Именно из-за специфичного восприятия производственного задания, процесса производства и вознаграждений, работа с творческими людьми предусматривает учет нескольких особенностей построения деловых отношений:

– при работе с творческим персоналом, необходимо четко определять, в чем заключается его производственное задание;

– следует обозначать границы независимости и степень ответственности;

– необходимо создавать условия для саморазвития работника;

– знать и умело использовать психологические приемы общения, убеждения и управления на практике;

– выражать свое признание работнику и его таланту, без культивирования личности.

Как мы видим, менеджмент не может всесторонне контролировать и вмешиваться в творческий процесс, однако, в его силах предоставить работнику все условия для максимальной реализации его «капитала». Также администрации под силу заинтересовать работников культурной сферы идеями, свободой самовыражения и системой ценностей, подкрепленной миссией организации. Как отмечают современные исследователи, важно понимание руководства, что потребности, ценности, приоритеты человека носят индивидуальный характер и мотивация персонала должна быть прозрачной, понятной и индивидуально ориентированной [2, с. 543].

Список литературы

1. Друкер П.Ф. Энциклопедия менеджмента / пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 432 с.
2. Патрахина Т.Н., Урсу М.И. Мотивация персонала как механизм повышения экономической эффективности организации // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартковск, 2-3 апреля 2015 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартковск: Изд-во Нижневарт. ун-та, 2015. С. 543–547.
3. Постановление Правительства РФ от 28 апреля 2007 г. N 252 «Об утверждении перечня профессий и должностей творческих работников средств массовой информации, организаций кинематографии, теле- и видеосъемочных коллективов, театров, театральных и концертных организаций, цирков и иных лиц, участвующих в создании и (или) исполнении (экспонировании) произведений, особенности трудовой деятельности которых установлены Трудовым кодексом Российской Федерации» / Система ГАРАНТ: информационно-правовое обеспечение. URL: <http://base.garant.ru/191058> (дата обращения: 30.10.2017).

РЕКЛАМА И PR: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

УДК 659.4.011

У.Г. Ахундова
магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л.В. Коростелева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ПОНЯТИЕ «ИМИДЖ» В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ

Аннотация. В данной статье рассматривается научная база, понятие и особенности «имиджа» в современной науке; междисциплинарный характер исследований как понятия «имидж», так и самого явления. Отмечается отсутствие единого подхода к определению понятия «имидж»; рассматриваются функции имиджа.

Ключевые слова: имидж; образ; имидж организации; функции имиджа; имиджелогия.

Понятие «имидж» широко используется в современном обществе, его актуальность связана с проблемой формирования имиджа для отдельной личности и для организации, что и обусловило интерес к данному термину в различных научных исследованиях (В.М. Шепель, В.Г. Константинова, Л.Н. Мухамадиева и другие).

Имидж изучается социологией управления, политологией, психологией, имиджелогией и многими другими науками и прикладными дисциплинами. Этим обусловлен тот факт, что общей научной базы и общепринятого определения имиджа в науке не имеется.

Понятие «имидж» ввел в науку американский ученый К. Болдуинг во второй половине XX в. и обосновал его важность для делового успеха. В России исследователь В.М. Шепель обосновал имиджелогия как научно-практическую отрасль.

Введённое в научный оборот понятие «имидж» быстро получило признание. Интерес к имиджу и имиджелогии возрастает.

«Имидж» (от англ. Image) переводится на русский язык как «образ». В.М. Шепель определяет имидж как «создаваемое визуальное впечатление о личности или структуре общества» [3, с. 25]. Л.Н. Мухамадиева определяет имидж как собирательный образ, компонентами которого являются «атрибутика организации, внутренние и внешние деловые и межличностные отношения»; имидж организации – это «мнение о ней у социальных групп на основе ее сформированного образа» [2, с. 180–186]. Также «имидж» ученые рассматривают как социальную установку, стереотип, символ, проявляемые в психике и сознании людей [3, с. 54].

Благодаря имиджу проявляются лучшие личностные и деловые качества личности. Так, образ руководителя, педагога, менеджера обязательно должен быть привлекательным.

В.Г. Константинова отмечает, что категорию «имидж» можно рассматривать в научном плане в широком и узком смысле. В широком смысле под ним понимается «представление о совокупности естественных и специально сформированных свойств субъекта», в узком – «сознательно сформированный образ субъекта, наделяющий его дополнительными ценностями» [1, с. 222].

Функции имиджа – это активные формы проявления его сущности и содержания.

Ценностные функции имиджа: личностно возвышающая. Формирование вокруг человека или организации ореола привлекательности влияет на их популярность и социальную востребованность.

Функция комфорта межличностных отношений выражается в том, что демонстрация обаяния способствует симпатии и доброжелательности в общении, коммуникации.

Психотерапевтическая функция имиджа выражается в том, что устраняется психологический дискомфорт.

Категория «имидж» получила широкое использование в разных сферах научного знания. В настоящее время она является междисциплинарной, формирует категориальный аппарат различных отраслей, в том числе прикладных [2, с. 181–186].

Философия относит имидж к области социального познания. Реальность рассматривается как субъективный продукт сознания, когда средством ее познания становится имидж [2, с. 181–186].

Актуальность исследований имиджа в философии в том, что он может быть отнесен к сфере регулятивной деятельности общества и является одним из условий адаптации индивида к социальному бытию [1, с. 221].

В психолого-педагогической сфере профессиональный имидж рассматривается как искусственное образование, выражающее профессиональные и личностные качества педагога, психолога [2, с. 180–186].

Психологические исследования рассматривают имидж личности. В психологии феномен имиджа выступает средством индивидуализации личности [1, с. 223].

Социология изучает имидж социальных групп и институтов. Методологические основы категории «имидж» в социологии базируются на теориях: ценностей, социологии личности. Социология изучает детерминированность имиджа от политических и социальных факторов.

Активно развивается в науке новое понятие «имидж организации» («корпоративный имидж»).

По мнению Л.Н. Мухамадиевой, имидж компании должен соответствовать ряду требований, он должен быть оригинальным и устойчивым [2, с. 180–186].

На основании изучения научной литературы мы определяем имидж как специально формируемое впечатление о личности или структуре общества. Благодаря имиджу проявляются лучшие личностные и деловые качества человека. Категория «имидж» является междисциплинарной, она формирует категориальный аппарат многих отраслей знания, в том числе прикладных. Действительно, по нашему мнению, имидж способствует формированию системы ценностей и картины мира человека.

Список литературы

1. Константинова В.Г. Феномен имиджа в научных исследованиях // Вестник Костромского университета. 2011. № 4. С. 221–226.
2. Мухамадиева Л.Н. Формирование имиджа компании // Научное сообщество студентов: сб. ст. по мат. XI междунар. студ. науч.-практ. конф. 2016. № 8. С. 180–186.
3. Шепель В.М. Имиджелогия: учебное пособие. М.: Народное образование, 2012. 576 с.

УДК 659.19

Д.С. Виняцкая
студент

*Научный руководитель – канд. филол. наук, ст. преп. Ю.В. Корнейчук
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ПОНЯТИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ И ЕГО СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Аннотация. В статье рассматривается понятие фирменного стиля, раскрываются его основные аспекты и составляющие; выявляется важность наличия фирменного стиля в компании.

Ключевые слова: фирменный стиль; корпоративная культура; логотип; слоган; фирменные цвета.

Стремительно набирающая важность в условиях современного рынка корпоративная культура становится неотъемлемой частью любой, даже самой небольшой компании. Высокая конкуренция диктует необходимость выделяться, запоминаться, формировать представление на уровне первого же (визуального) контакта аудитории и фирмы. Таким образом, в нынешнем бизнес-обществе важным фактором развития организации становится фирменный стиль. Эта та составляющая компании, которая позволяет визуально показать принципы деятельности организации как внешней аудитории (клиентам, потребителям), так и внутренней (сотрудникам). «Позиционирование организации, предпри-

ятия или фирмы во всемирной сети происходит через формирование собственного стиля, информирование общественности – предоставления оперативной, качественной и полной информации, установление и поддержание эффективного двустороннего общения, а также создание механизма обратной связи и изучения общественного мнения» [3, с. 153–155].

Понятие фирменного стиля в том виде, в котором оно существует на данный момент, считается относительно молодым. Но отдельные его проявления наблюдаются в истории с древних времен. Примером этому служит тот факт, что наиболее известные ремесленники обозначали свою продукцию определенным личным клеймом. Это давало возможность покупателям выделить предпочитаемый товар среди ряда подобных, служило неким гарантом качества, а также являлось рекламным средством для самого изготовителя. Наиболее четко развитие фирменного стиля просматривается в эпоху средневековья, когда каждая знатная семья, каждый рыцарь имели свой герб. Официальные послания составлялись на «фирменном бланке», где присутствовал тот же герб. Одежда слуг, как правило, тоже отражала цвета семьи. В середине XIX века понятие фирменного стиля выходит на новый уровень в связи с мощным развитием промышленности. Появляется понятие торговой марки. А уже во второй половине XX столетия появляется такое направление маркетинговых коммуникаций, как разработка фирменного стиля. Возросшая рыночная конкуренция диктует необходимость работы над продвижением и рекламой товара.

Фирменный стиль – это единство постоянных художественных, текстовых, цветовых, дизайнерских, акустических, видео, типографских элементов (констант) во всех рекламных разработках и средствах рекламы предприятия (деловых бумаг, рекламных буклетов, интерьера, одежды сотрудников), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления [1, с. 139]. Это общепринятое определение наиболее полно раскрывает сущность рассматриваемого понятия.

Большой проблемой является неправильное понимание данного понятия. Многие современные руководители оценивают его только с точки зрения визуальных проявлений, таких, например, как логотип, цветовое решение. При этом из внимания упускается не менее важная составляющая – смысловое единство. На этом аспекте фирменного стиля базируются все остальные визуальные константы. По сути это некоторая философия компании, которая, транслируясь через логотип, слоган и другие элементы, доходит до аудитории. Важно понимать, что вкладывается в те или иные элементы фирменного стиля конкретной компании, для правильного их использования и налаживания нужного контакта с сотрудниками и потребителями.

Как инструмент корпоративной культуры фирменный стиль имеет набор основных функций:

- идентификация – фирменный стиль позволяет потребителю без особых усилий узнать нужную компанию (ее товар, услугу) по определенным внешним признакам;
- доверие – само по себе наличие у компании закрепленного стиля вызывает доверие, так как такая компания воспринимается более серьезно. В случае, если потребитель ранее сталкивался с данной фирмой (ее товарами, услугами) и остался удовлетворен, доверие сможет повлиять на дальнейшее сотрудничество с этой организацией (доверие к другим товарам и услугам данной фирмы);
- реклама – все объекты, отражающие фирменный стиль компании, являются элементом рекламы, что позволяет компании сократить расходы на рекламу и PR. В данном случае основная задача фирменного стиля – закрепить в сознании аудитории положительные эмоции, связанные с конкретной организацией (ее товарами, услугами). Кроме того, наличие фирменного стиля значительно повышает эффективность рекламы.

Фирменный стиль наделяет организацию особыми преимуществами, среди которых в первую очередь объединение сотрудников, повышение корпоративного духа. Ощущение причастности к общему делу воспитывает в членах компании лояльность, что отражается на успешности организации.

Наличие фирменного стиля гарантирует компании, что ее аудитория легко и безошибочно выделит ее среди подобных на рынке. Это также касается продуктов или услуг, которые производит фирма.

Особый стиль организации является важным для внешней аудитории (потребителей) и для внутренней аудитории (сотрудников), потому что указывает на стабильность и долговременность конкретной организации. Этот фактор повышает экономическую состоятельность компании (за счет потребителей) и делает ее привлекательным местом работы для ценных кадров.

Понятие фирменного стиля включает в себя множество элементов, которые в комплексе составляют мощный инструмент корпоративной культуры:

- фирменное название;
- торговый знак;

- логотип;
- слоган;
- фирменные цвета;
- фирменный блок;
- комплект шрифтов.

Название фирмы – один из самых важных элементов фирменного стиля. Это первый компонент, с которым контактирует аудитория компании. Важность названия обуславливается тем, что оно оказывает непосредственное влияние на имидж и репутацию организации. Подбор наименования фирмы – непростой процесс, требующий знаний в различных областях, например, в лингвистике, художественной литературе, психологии. Благозвучность и оригинальность вызовут приятные ассоциации у аудитории, краткость и лаконичность обеспечат хорошую запоминаемость. Стоит помнить о том, что вновь созданное название должно олицетворять деятельность фирмы и быть отличным от уже существующих наименований.

В научной литературе выделяют следующие принципы создания/выбора наименования организации [2, с. 107]:

1. Название предприятия должно быть кратким, не вызывающим негативных ассоциаций и не несущим уничижительного смысла.
2. Осторожное отношение к сокращениям и аббревиатурам (в особенности для новых компаний).
3. По возможности, отказ от употребления иностранных слов в названии, а также внимательное отношение к написанию и воспроизведению русских слов – они должны легко воспроизводиться для аудиторий разных языковых групп.

Название предприятия может быть именовым, предметным или комбинированным. В первом случае речь идет об имени владельца или собственном наименовании. Предметное наименование содержит указание на вид деятельности. Комбинированное же совмещает оба эти подхода. Считается, что третий подход наиболее удачен, так как, во-первых, сразу же ясно, с какой организацией приходится иметь дело, а во-вторых, дается ее дополнительный отличительный признак в виде собственно-наименования.

Товарный знак – обозначение (словесное, изобразительное, комбинированное или иное), служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей [4].

Товарный знак выполняет ряд функций:

- информативная;
- рекламная;
- охранная;
- гарантийная;
- психологическая.

В случае, когда все эти функции действуют в комплексе, товарный знак повышает конкурентоспособность компании (ее товаров и услуг), способствует повышению лояльности аудитории, как внешней, так и внутренней, облегчает позиционирование организации на рынке. Качественно разработанный и тщательно продуманный товарный знак становится гарантом качества при взаимодействии с конкретной компанией.

Существенную роль призвана играть рекламная функция товарного знака. Для этого сам знак должен стать объектом рекламы, т.е. использоваться во всех своих визуальных проявлениях: на вывесках, в газо-световой рекламе, сувенирах, печатных изданиях, оформлении выставочных и служебных помещений.

Логотип – оригинальное начертание или сокращенное наименование фирмы, товарной группы, производимой данной фирмой, или одного конкретного товара, выпускаемого ею. Логотип визуализирует ценности, культуру, способы поведения и установки организации [1, с. 141]. Грамотно разработанный логотип несет в себе некоторую информацию о компании: ее миссии, предназначении, позиции и статусе.

Множество исследований подтверждают, что форма и цвет эмоционально воздействуют на сознание человека. Важно учитывать этот факт при разработке логотипа организации.

Касательно цветовой гаммы логотипа, специалисты рекомендуют использовать два-три цвета при создании уникального логотипа.

В словаре-справочнике в области рекламы и полиграфии следующий элемент фирменного стиля – слоган, представлен как рекламная формула, постоянный рекламный девиз; четкая, ясная и лако-

ничная формулировка основной темы рекламного обращения. Фирменный слоган определяет характерные уникальные особенности деятельности рекламодателя и является элементом фирменного стиля. Удачный слоган может оказаться не менее эффективным, чем товарный знак. Его легче запомнить, т. к. он воздействует не только на зрение, но и на слух.

Фирменный цвет (набор цветов) – это принятые в компании цвета, отражающиеся во всех остальных визуальных элементах фирменного стиля.

Давно известно, что каждый цвет имеет свое значение, свою ассоциацию и вызывает определенные эмоции. Поэтому при разработке и подборе фирменных цветов компании, прежде всего стоит задуматься о том, какие ассоциации, эмоции и настроения руководство ждет от своих сотрудников и клиентов; каким образом конкретный цвет будет отражать цель и позицию организации. Среди основных цветов можно выделить красный, желтый, зеленый, синий, черный и белый. Каждый из них, наделен собственным значением, которое непосредственно оказывает влияние на элемент фирменного стиля, для которого он применяется.

Фирменный блок представляет собой традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля. Чаще всего это – изобразительный товарный знак, логотип, слоган и фирменный цвет.

Фирменный комплект шрифтов – определенный шрифт для оформления печатной продукции и деловых бумаг. Наличие этого элемента не обязательно в отличие от вышеперечисленных, так как он только подчеркивает уже созданный фирменный стиль, его особенности.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что фирменный стиль имеет множество важных составляющих (слоган, фирменные цвета и т.д.) и идеологических (объединение сотрудников компании, идентификация фирмы) составляющих. Их правильное сочетание и использование во многом способствует развитию организации, укрепляя ее положительную репутацию, делая ее узнаваемой и предпочитаемой среди потребителей.

Список литературы

1. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламной деятельности: учебное пособие для вузов. М.: Юнити-ДАНА, 2004. 414 с.
2. Вачугова Д.Д. Курс менеджмента: учебное пособие для студентов вузов. Ростов н/Д: Изд-во «Феникс», 2003. 344 с.
3. Корнейчук Ю.В. Web-сайт предприятия как PR-инструмент и способ взаимодействия со СМИ и другими целевыми аудиториями // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы II междунар. науч. конф. (г. Москва, февраль 2014 г.). М.: Буки-Веди, 2014. С. 153–155.
4. Ст. 1477 «Товарный знак и знак обслуживания» IV части Гражданского Кодекса Российской Федерации.

УДК 659.1

Ю.В. Воронцова

магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Ю.В. Безбородова
Нижегородский государственный университет*

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПРОМЫШЛЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Аннотация. В статье рассматриваются основные проблемы интегрированных маркетинговых коммуникаций (далее ИМК), особенности восприятия социумом тех или иных способов донесения коммерческой информации, а также принципы эффективного взаимодействия с целевой аудиторией компании.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации; социологические исследования; маркетинговый аудит; принципы ИМК; оценка эффективности ИМК.

Современное общество пронизывает огромное множество информационных потоков, и каждому отдельному потребителю порой сложно сориентироваться в многообразии поступающей информации. Зачастую, человек попросту не фильтрует поступающие знания на достоверность, актуальность, правдивость, и поэтому впоследствии понимает, что стал жертвой информации обмана или преувеличенных достоинств рекламируемого продукта. На этом фоне возникает недоверие ко многим источникам информации, в особенности, связанной с деятельностью той или иной фирмы, так как это воспринимается как рекламный источник. В связи с этим перед многими фирмами, которые имеют высококачественный товар, встает вопрос, как донести информацию до потенциального клиента таким образом, чтобы она автоматически не воспринялась, как попытка обмануть или навязать продукцию.

Этим вопросом занимаются множество авторов современных учебников для специалистов по рекламе и связям с общественностью, среди них: Борис Кретов, Александр Репьев, Евгений Ромат, Константин Середа, Феликс Шарков.

Для создания качественных коммуникаций, которые бы не воспринимались как надоевшая реклама, специалист должен обладать живым творческим мышлением, а также знать психологию, социологию, экономику и быть хорошим копирайтером. Многие фирмы, имеющие качественный товар, не достигают успеха на рынке, просто потому, что комплекс маркетинговых коммуникаций не выстроены грамотно.

Интегрированные маркетинговые коммуникации включают в себя все «постмаркетинговое» пространство, все коммуникации фирмы: контакты, связи, межличностное общение, которые влияют на успешность работы фирмы.

Интегрированные маркетинговые коммуникации – концепция планируемых маркетинговых коммуникаций, которая связана с добавленной стоимостью, обеспечиваемой общим планом, оценивающим стратегическую роль таких коммуникационных дисциплин, как реклама, продвижение, PR, и соединяющим эти дисциплины для обеспечения ясности, согласованности и максимального коммуникационного воздействия [1, с. 25-27].

Словарь бизнес терминов дает следующее определение понятию интегрированные маркетинговые коммуникации: «это единая многоканальная синхронизированная коммуникация, объединяющая в единое целое три разных направления продвижения товара: маркетинг, рекламу, PR, а также ориентированная на установление двусторонних отношений с целевой аудиторией» [4].

Любой компании, функционирующей на рынке, необходимо четко знать потребности клиентов и удовлетворять их. Грамотное выстраивание коммуникаций позволит всегда знать запросы потребителей и вовремя на них реагировать, что поможет в формировании позитивного восприятия компании. Маркетологу необходимо уметь вживаться в образ клиента, думать как клиент. Профессионал сможет понять эмоциональное состояние клиента, его привычки, его поведенческие характеристики и дать потребителю то, что ему необходимо в этот момент. Естественно, у маркетолога в арсенале огромный запас различных способов изучения потенциального клиента, и это облегчает задачу.

К способам изучения и выявления целевой аудитории относятся социологические методы, такие как наблюдение, опрос, эксперимент, фокус-группы, а также маркетинговый аудит.

Маркетинговый аудит – это независимое периодическое всестороннее исследование компанией маркетинговой среды, стратегий и деятельности с точки зрения выявления проблем и скрытого потенциала, а также разработки плана действий по улучшению маркетинга. Такой аудит включает в себя десятки вопросов, объем и содержание которых зависит от целей исследования и множества других обстоятельств. Обычно анализируются следующие позиции:

- основные характеристики фирмы;
- маркетинговая политика;
- реклама;
- продукты (товары и услуги);
- поставщики товаров и/или комплектующих и партнеры;
- сопутствующие сервисные и прочие услуги;
- рынок;
- регион;
- сегментирование;
- целевые аудитории каждого сегмента;
- внешняя среда;
- конкуренты;

- научно-технические достижения.

Результатом аудита является информация о продающих моментах фирмы и ее продуктах по категориям и сегментам, а также типичные возражения и подтверждающие факты. На основании этих результатов разрабатывают рекомендации, проводят рекламные и маркетинговые кампании [2, с. 115].

Интегрированные маркетинговые коммуникации включают в себя следующие элементы:

- связи с общественностью;
- директ-маркетинг, или прямой маркетинг включает в себя прямую адресную рассылку сообщений клиентам, посредством почты, e-mail, sms-сообщений, и т.д.;
- реклама;
- стимулирование сбыта;
- брендинг;
- личные продажи (установление личного контакта с представителями целевой аудитории с целью продать продукт);
- pos-материалы (маркетинговые обращения в местах продажи товара);
- упаковка товара;
- сувениры;
- спонсорская деятельность;
- предоставление лицензий (продажа права на использование фирменных символов компании);
- сервисное обслуживание.

Все эти элементы взаимодействуют и дополняют друг друга.

Эффективные интегрированные маркетинговые коммуникации невозможны, если не знать основных их принципов:

1. Оперативность. Предполагает наличие стратегически запланированных мероприятий, однако, при внеплановых ситуациях фирма готова быстро на них отреагировать.

2. Открытость. Присутствие горизонтальной формы коммуникаций: взаимовыгодное сотрудничество с определенными фирмами. Ярким примером такой коммуникации является кобрендинг – размещение в одном рекламном поле информации о двух или более брендах, сообщающей потребителю об определенной программе.

3. Персонализация. Формирование персонального характера отношений с каждым клиентом.

4. Синергизм. Грамотное взаимодействие всех составляющих ИМК.

Фирме недостаточно определить приемлемую цену товара, обеспечить его доступность и организовать сбыт. Необходимо обеспечить действенные коммуникации с покупателями, посредниками, поставщиками и другими партнерами по маркетинговой деятельности, а также создание атмосферы взаимопонимания и открытости. Должно быть сформировано впечатление непрерывной заботы о нуждах потребителей и своих партнеров [3, с. 281].

Периодическая оценка эффективности использования ИМК фирмой поможет сократить расходы на каналы, которые не являются результативными.

Для проведения такой оценки можно воспользоваться экономическим моделированием: составление графика, где показывается изменение прибыли фирмы в зависимости от какого-либо фактора. Для проведения данного анализа необходимо знать историческую статистику данных (3–4 года). В комплексе можно рассмотреть влияние на успешность фирмы следующих компонентов: ВТЛ, сезонность, экономика, конкуренты, дистрибуция, цена, реклама и т.д., и оценить влияние этих факторов на КРІ (ключевые показатели эффективности).

Качественное проведение данного метода оценки эффективности позволит:

- выделить основные факторы, влияющие на успех работы фирмы;
- оптимизация медиапланирования;
- оптимизация ценовой политики;
- оценка эффективности промо-акций.

Таким образом, можно сделать вывод, что для успешного существования фирме на современном рынке необходимо не только производить качественную продукцию в достаточных объемах, а также грамотно формировать коммуникацию с целевыми аудиториями. Выбор каналов размещения информации, содержание послания, эмоциональное наполнение – все это влияет на образ и имидж компании в глазах потенциальных потребителей, партнеров, конкурентов, а также всей внешней и внутренней среды фирмы. Для правильного понимания потребностей всех, кто взаимодействует с

фирмой, будет полезно постоянно проводить социальные исследования и построение коммуникации на основании результатов этих исследований.

Список литературы

1. Голова А.Г. Маркетинг в России и за рубежом // Интегрированные маркетинговые коммуникации. 2006. №6. С. 25–27.
2. Репьев А.П. Мудрый рекламодатель. М.: Эксмо, 2005. 352 с.
3. Ромат Е.В. Реклама; 6-е издание. СПб.: Питер, 2003. 560 с.
4. Словарь бизнес-терминов. URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/business/> (дата обращения: 05.10.2017).

УДК 659.19

А.А. Ермакова

студент

*Научный руководитель – канд. филол. наук, ст. преп. Ю.В. Корнейчук
Нижегородский государственный университет*

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ НЕЙМИНГА ЗА РУБЕЖОМ

Аннотация. В данной статье раскрывается суть понятия нейминг и его роль на современном рынке товаров и услуг; рассматриваются ключевые вехи в истории развития нейминга, приводится пример наиболее успешного неймингового агентства.

Ключевые слова: нейминг; название; история нейминга; виды нейминга; нейминговые агентства.

На сегодняшний день в мире существует большое количество брендов. Поэтому для них очень важна уникальность, которая позволит им быть узнаваемыми среди конкурентов. Важную роль в этой уникальности занимает само название бренда или нейм.

История нейминга начинается в прошлые века. Владельцы собственного «бизнеса» и не думали изобретать для своих «компаний» оригинальные названия – они давали им собственные имена или фамилии. Практически все дожившие до сегодняшнего дня старые компании, начиная с самых древних, носили имена своих основателей. Однако пришел 19 век с его технологическими прорывами, ростом производства, ассортимента и конкуренции. Рынок наполнился огромным количеством больших товаров, неразличимых с точки зрения покупателей. В единой однотипной массе, стало необходимо выделять свой товар, компанию или услугу. Именно тогда и началось зарождение нейминга.

В конце 19 века, в Америке, когда борьба за потребителя приобрела масштабный размах, была заложена база нейминга. В начале 20 века нейминг появился, как сфера профессиональной деятельности [1]. Многие специалисты связывают это с выходом книги Дж. Томпсона в 1900 году, в которой автор уделил большое внимание созданию названий. В двадцатом веке нейминг становится неотъемлемой частью маркетинга.

Еще долгое время «имяобразование» было интуитивным и описательно-ассоциативным методом. К такого рода исследованиям начали привлекаться специалисты из разных областей – филологи, лингвисты, маркетологи, психологи. Изучалась история, ставились опыты. С их помощью – выдвигались, опровергались или подтверждались множество гипотез. В результате в подборе названий стал применяться академический подход. Нейминг стал учебной дисциплиной.

Со временем, когда нашлась заинтересованная в нейминге аудитория, он превратился в весьма недешевую услугу. Специально созданных организаций не было, так как в условиях несформированного рынка они бы мгновенно обанкротились. Ее в основном предоставляли рекламные агентства.

Первое нейминговое агентство – NameLab – открылось в Сан-Франциско в 1981 году. Его основателем стала Айра Бахрах, доктор лингвистики и инженер-электрик. Используя методы структур-

ной лингвистики, она положила в основу «имяобразования». Главной особенностью нейминга от NameLab является конструирование названий из морфем – минимальных значимых единиц слова, которые представляют собой фундаментальную оставляющую слова и обладают смыслом. Айра Бахрахе только использовала специфическим для английского языка набором морфем, но и провела собственные лингвистические изыскания, результатом которых явилось увеличение словаря морфем с точки зрения нейминга.

Айра Бахрах расширила смысл существующих частиц и включила корни из греческого, латинского, и некоторых других языков. В итоге ее обширной лингвистической работы появился удобный «конструктор» с большим комплектом элементов. С использованием данного «конструктора» компания NameLab создает нейм с требуемым звучанием и значением. Позднее такие агентства начали распространяться и в Европе.

Существует много определений понятию нейминг, ниже представлены некоторые из них, которые более точно передают его суть:

Нейминг – это «одна из дисциплин маркетинга, посвященная разработке имен и названий» [2].

Нейминг – «профессиональная деятельность по имя образованию, представляющая собой подбор (поиск, придумывание) подходящего наименования для всего того, что с точки зрения заказчика нуждается в собственном оригинальном имени» [4].

Нейминг – «это процесс создания оригинальных, запоминающихся названий с целью обеспечить конкурентоспособность объекта нейминга» [3].

Итак, нейминг – разработка названия, состоит в подборе или придумывании слова. Этот процесс не так прост, как может сначала показаться. В процессе придумывания нейма необходимо знать, что всякое слово – это система коммуникации, взаимодействия. Информация, которую несет в себе слово, выстраивается на нескольких уровнях: ментальном и эмоциональном, сознательном и подсознательном.

Слово имеет:

- лексическое значение;
- эмоциональную и стилистическую окраску;
- историю (этимологию);
- структуру (морфологию);
- эстетику (внутреннюю ритмику, графичность, благозвучность и т.п.).

Создание имени можно разделить на 6 основных этапов [2]:

1. Позиционирование. Сбор информации по нужному товару и согласование с заказчиком понимания того, что должно будет выражать название;

2. Генерация неймов. Нарботка базы потенциальных названий, записываются все создаваемые идеи;

3. Анализ созданных неймов. Все предложенные слова подвергаются анализу на предмет соответствия различным требованиям и критериям, выдвинутым заказчиком и обусловленным ситуацией на рынке;

4. Оценка заказчиком. На оценку заказчику предоставляются все имена, отобранные на предыдущем этапе;

5. Тестирование. Все отобранные на предыдущих этапах слова, проходят тестирование в «полевых условиях» – тестирование на фокус-группах. На этом же этапе происходит проверка юридических аспектов придуманного имени;

6. Завершающий этап. На этом этапе заказчику предоставляется отчет, содержащий имена, прошедшие все вышеперечисленные этапы. В нем указываются результаты тестирований, а так же юридические справки, на основе которых можно будет зарегистрировать наиболее подходящий нейм. На основе полученных данных заказчик принимает или не принимает название.

Нейминг можно подразделить на следующие виды.

- Говорящие названия.

Они позиционируют и отражают деятельность компании. Название содержит некоторую форму описания, поскольку говорит само за себя. Покупателю становится не сложно догадаться, что производит та или иная фирма.

- Неологизмы.

В данном случае названия придуманы, что-то конкретное они не отображают.

- Составные названия.

Основываются на нескольких корнях или целых словах.

- Креативные названия.

Создаются на игре слов.

- Аббревиатурные
- Фамильные

Как правило, вызывают больше доверия, потому что конкретный человек является гарантом качества продукции. Например: Быстров, Коркунов, Дымов [5].

Таким образом, возможности нейминга как способа продвижения магазина часто недооцениваются. Между тем, существуют систематические данные, которые свидетельствуют о том, что название магазина оказывает существенное воздействие на восприятием продаваемых в них товаров и соответственно на его успешность.

Список литературы

1. Нейминг и его история. URL: <https://studfiles.net/preview/2781998/page:2/> (дата обращения: 09.11.17).
2. Нейминг. История имен придуманных. URL: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/reklama-radar/65154-neyming-istoriya-imen-privdumannyyh> (дата обращения: 02.11.17).
3. Нейминг как новый объект права интеллектуальной собственности. URL: <http://www.konspekt.biz/index.php?text=53685> (дата обращения: 02.11.17).
4. Что такое нейминг. URL: <http://fb.ru/article/164683/effektivnyiy-neyming-eto-pоловина-uspeha> (дата обращения: 02.11.17)
5. Что такое нейминг. URL: <http://bbcont.ru/business/chto-takoe-neiming.html> (дата обращения: 28.11.2017).

УДК 659

К.Н. Заря, А.В. Раянова

студенты

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ – ИНСТРУМЕНТ ВНУТРЕННЕЙ КОММУНИКАЦИИ ВУЗА

Аннотация. Социальные сети рассматриваются как эффективный инструмент коммуникации.

Приведен анализ социальных сетей ВКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram по количеству подписчиков, публикаций, комментариев, просмотров.

Ключевые слова: коммуникация; социальная сеть; ВКонтакте; Facebook; Twitter; Instagram.

Социальные сети сегодня – самый глобальный проект интернета. По сути, именно сети оказывают наибольшее влияние на умы людей по всему миру, постепенно вытесняя и телевидение, и прессу. Изначально социальные сети были задуманы в большей степени как развлечение, но постепенно различные сферы профессиональной деятельности начали осознавать их пользу и использовать.

Термин «социальная сеть» ввел социолог из Манчестерской школы – Джеймс Барнс. В 1954 году он использовал эту фразу при написании своей книги «Классы и собрания в норвежском островном приходе». Тогда этот термин не имел никакого отношения к интернету, он касался человеческих взаимоотношений, но смысл был сформулирован вполне чётко: социальная сеть – это нечто, что объединяет группы людей по интересам [4].

Появление и динамичное развитие социальных сетей кардинальным образом изменили не только процесс коммуникаций, но и процесс ведения профессиональной деятельности. Благодаря социальным сетям люди могут не просто общаться, но также делиться профессионализмом, советами, продавать, покупать, продвигать свои интернет-ресурсы и т.д. Сегодня социальная сеть – это современная маркетинговая площадка для продвижения. Страницы социальных сетей публикуют различные обзоры и комментарии, размещают фотографии и видеоролики, презентационные материалы, ведут постоянный диалог с посетителями посредством опросов.

Социальные сети – одна из лучших площадок для общения сотрудников между собой в организации. Она способствует формированию корпоративного духа и дружеских отношений между со-

трудниками, мотивации персонала, а также увеличению степени его вовлеченности и лояльности. Серьезным преимуществом является отсутствие острой необходимости в формальном стиле общения, а также получение быстрой обратной связи. Другими словами, социальные сети – важный инструмент внутренней коммуникации, использование которого влияет на успех и процветание современной организации в целом.

Внутренние коммуникации – это коммуникации внутри организации, они могут быть устными или письменными, непосредственными или виртуальными, личными или групповыми [2].

К внутренней целевой аудитории организации высшего образования относятся: преподаватели, студенты, семьи преподавателей и студентов.

Коммуникации являются, наряду с мотивацией и профессиональной компетентностью, ключом эффективности. Сегодня работники образовательной организации проводят достаточно много времени в общении в той или иной форме, независимо от их положения в иерархии, поэтому развитие коммуникаций становится актуальным процессом. В этом контексте становится очевидным, дорога к большей эффективности управления образовательной организацией идет через постоянное развитие внутренних связей, в расширении и оптимизации их.

Анализ научных работ отечественных и зарубежных исследователей позволяет сделать вывод о том, что проблема управления коммуникациями вуза на рынке образовательных услуг по сей день активно рассматривается, и многие аспекты данного вопроса были уже в той или иной степени исследованы российскими специалистами: С.В. Ласковец, Д.А. Исаевой, Л.Г. Бехтерева, А.В. Фещенко, А.А. Морозовой и др. Вклад в развитие теории внутренней коммуникаций внесли работы таких авторов, как Е.А. Первушиной, С.С. Херцан, Ю.В. Науразбаевой, О.А. Солоповой и др. Проблематика темы социальных сетей как средства коммуникации рассмотрены в трудах С.Г. Ушкина, Г.А. Коваленко, Н.Ю. Демдоуми, Н.С. Мрочковской, Д.А. Губанова и др.

Степень изученности проблемы обусловили выбор и постановку цели исследования: проанализировать эффективность использования социальных сетей при организации внутренних коммуникаций вуза (на примере Нижневартковского государственного университета). Для достижения данной цели был проведен коммуникационный аудит социальных сетей: ВКонтакте, Twitter, Facebook, Instagram, за период: с 1 января 2017 по 13 ноября 2017 года.

Под коммуникационным аудитом будем понимать анализ организационного построения, компетентности, содержательной деятельности структур и специалистов в области PR и рекламы; изучение производимых ими посланий; системы связей и каналов, в рамках которых данные структуры/специалисты/послания функционируют [1, с. 107]. Цель коммуникационного аудита – проверка информационной деятельности и определение системы рекомендаций по оптимизации внутренних коммуникаций.

Рассмотрим краткие характеристики социальных сетей, по которым проводился аудит.

ВКонтакте (далее ВК) – самая популярная и самая молодая социальная сеть Рунета. Ежемесячная аудитория насчитывает более 52 миллионов человек. Большая доля пользователей – это студенты и школьники. Как показывает статистика, пользователи ВК активнее всего общаются в группах, а также интересуются видео- и аудиоконтентом.

Facebook – международная социальная сеть. Ежемесячно ее посещает около 25 миллионов человек, большинство из которых (67%) в возрасте от 25 до 54 лет. Основная аудитория: маркетологи, IT-специалисты, менеджеры, руководители, а также люди, имеющие много контактов за рубежом. Пользователи Facebook, по сравнению с остальными сетями, менее охотно переходят по внутренним ссылкам. Наиболее подходящий формат общения: пост на 150-200 символов и картинка.

Twitter – всемирная сеть, русская аудитория включает 11,6 миллионов человек. Особенность Twitter – быстро писать, быстро читать, легко делиться. Отсюда и маленькое среднее время на визит – всего 1,8 минуты. В основной аудитории Twitter – это генераторы контента, которым для общения нужен повод и возможность высказаться. Здесь хорошо обсуждать новости, важные события. Формат SMM – цепляющий заголовок и ссылка, например, на сайт или в блог.

Instagram – одна из самых быстро развивающихся сетей мира. Instagram прекрасно подходит для продвижения тех сфер бизнеса, где есть много интересного фотоконтента. Преимущественно женская аудитория – 68% и всего 32% мужская [3].

Общие результаты по количеству подписчиков, публикаций, комментариев, просмотров и активности предоставлены в Таблице 1.

Общие результаты по количеству подписчиков, публикаций, комментариев, просмотров и активности в социальных сетях НВГУ

Социальная сеть	Вконтакте	Instagram	Twitter	Facebook
Название	Нижевартовский государственный университет НВГУ	НВГУ	НВГУ	НВГУ Уни-верситет
Количество подпис-чиков	4918	836	302	349
	Пол М – 1203, Ж – 2818 (898 скрыто)		Ж – 104, М – 68 Сообщества – 82	
	Возраст: до 17 лет – 66, 18-20 лет – 787, 21–24 года – 1223, от 25 лет – 2019 (823 скрыто)		48 – неизвестно	
	У 86 пользователей скрыт пол У 11 пользователей скрыт возраст			
Всего публикаций	351	150	208	119
Мне нравится	3,945	9376	13	40
Поделиться	244	-	4	2
Комментариев	99	38	-	3
Просмотров	38044	-	-	-
Последняя актив-ность	13 ноября 2017	13 ноября 2017	13 ноября 2017	13 ноября 2017

С помощью сервиса «AntiDogs» было определено количество удаленных и заблокированных подписчиков группы во «Вконтакте», сервис указывает на критический уровень удаленных пользователей («собачек» 16%), см. рис. 1 [5].



В группе критический уровень «Собачек»

Рис. 1. Результаты сервиса «AntiDogs» по анализу количества удаленных и заблокированных подписчиков группы во «Вконтакте» НВГУ

Количество постов НВГУ в социальных сетях представлено на рисунках 2–5.

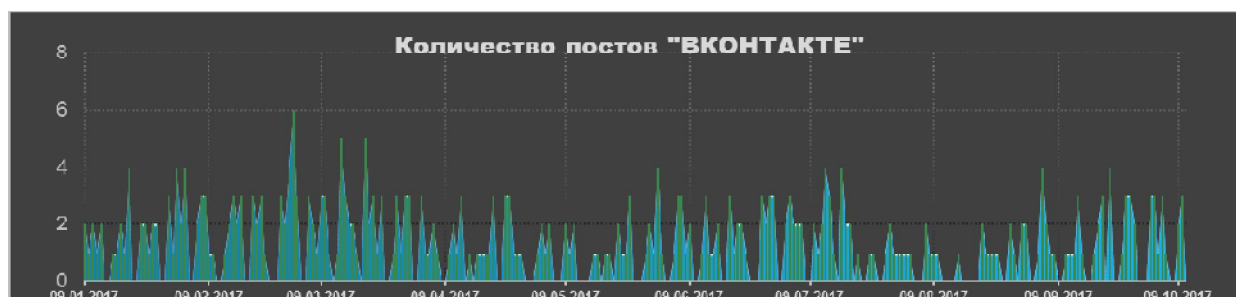


Рис. 2. Количество постов НВГУ в ВКонтакте

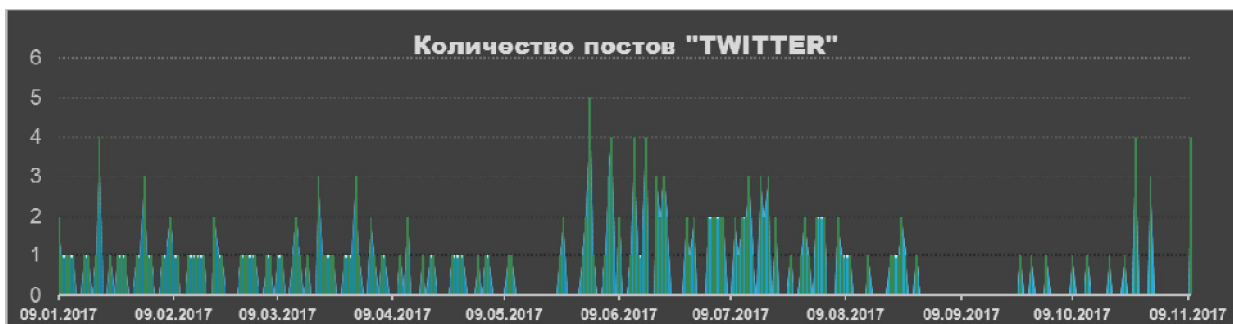


Рис. 3. Количество постов НВГУ в Twitter

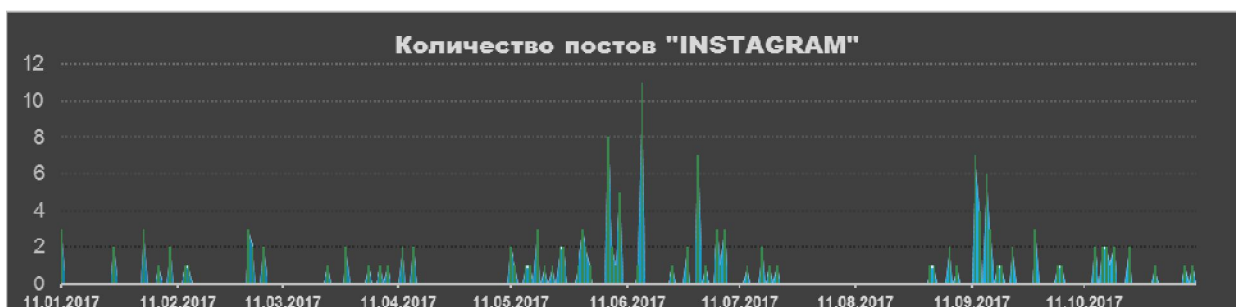


Рис. 4. Количество постов НВГУ в Instagram



Рис. 5. Количество постов НВГУ в Facebook

Анализ тематики публикаций НВГУ в социальных сетях представлен на рисунках 6–10.



Рис. 6. Анализ тематики публикаций НВГУ в ВКонтакте

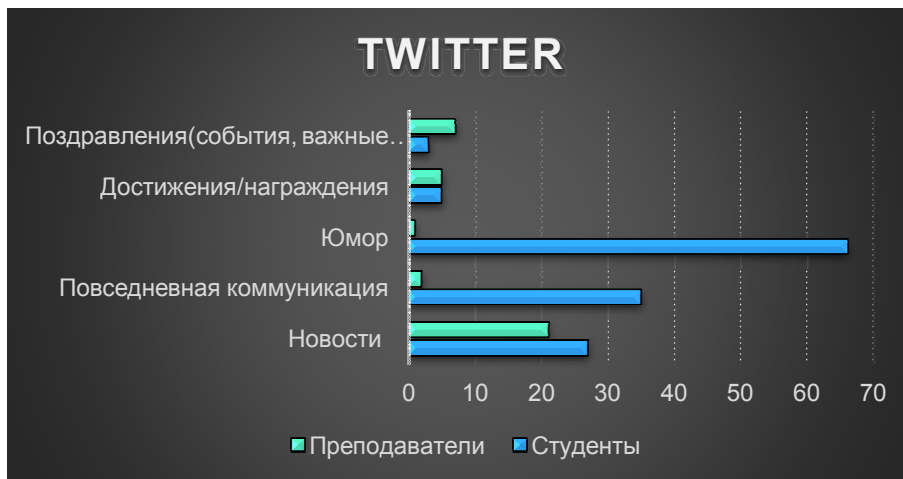


Рис. 7. Анализ тематики публикаций НВГУ в Twitter

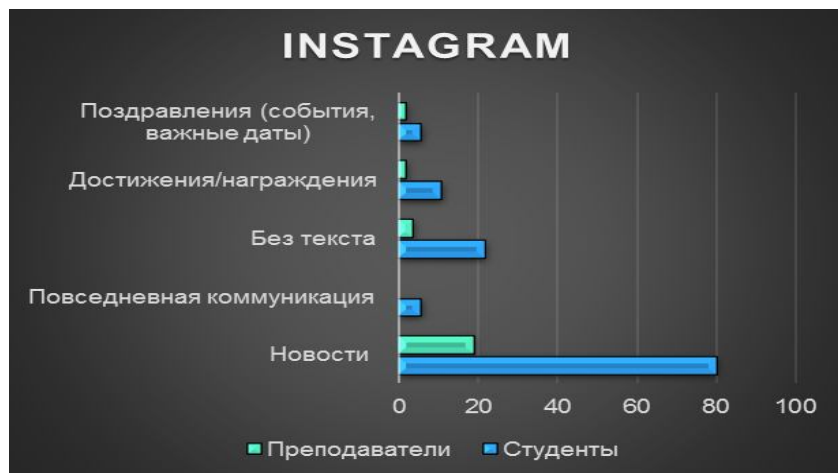


Рис. 8. Анализ тематики публикаций НВГУ в Instagram

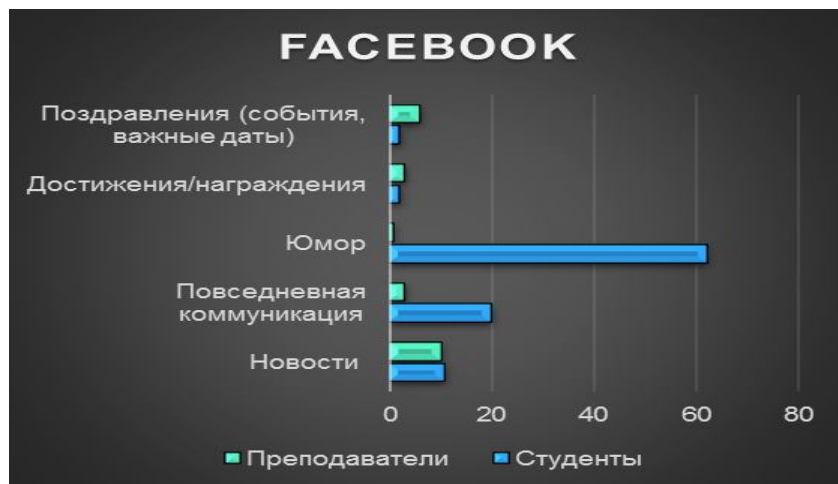


Рис. 9. Анализ тематики публикаций НВГУ в Facebook

Анализ социальных сетей продемонстрировал, что Twitter и Facebook менее популярны у внутренних целевых аудиторий вуза. Подписчиками преимущественно являются лица женского пола, причем участники редко комментируют оставленные записи.

В Facebook и в Instagram частота публикаций достаточно низкая и нестабильная, примерно 1–2 поста в неделю. В Twitter – средняя частота обновлений, однако виден спад за последние 2 месяца, в сентябре новостной контент мало обновлялся. В Вконтакте публикации достаточно регулярны.

Анализ сообщений во всех социальных сетях контент направлен в основном на студентов и школьников. Большинство постов дублируется между социальными сетями. В Twitter и Facebook преобладают публикации юмористического характера, в Вконтакте новостного.

Подводя итоги, можно отметить, что при формировании контента стоит учитывать специфику социальных сетей, каждая из них создана для определенных целевых аудиторий. В качестве одного из направлений развития можно рассмотреть оптимизацию работы на целевую аудиторию преподавательского состава и их семей. Ввести формат форумных обсуждений и опросов, розыгрышей с призовым фондом. Активизировать информационные сообщения о жизнедеятельности преподавателей и студентов, для формирования персональных брендов работников и обучающихся.

Соблюдение вышеперечисленных рекомендаций будет способствовать увеличению количества участников, а также к укреплению взаимосвязи аудитории открытому высказыванию своих мнений и выражению эмоций.

Социальные сети сегодня являются мощным и эффективным средством внутренней коммуникации и коммуникации в целом. На примере НВГУ можно сказать, что у образовательной организации есть перспективы в использовании всего потенциала социальных сетей, как площадки внутренней коммуникации. В целом можно констатировать, что как показывает практика, вузы сегодня осознают значимость и необходимость подобной работы в онлайн-среде, и популярность социальных сетей как внутренней коммуникации вуза стремительно растет с каждым днем.

Список литературы

1. Бочаров М.П. Коммуникационный аудит: вопросы теории и современная практика // Коммуникология. 2015. Т. 3. № 4. С. 106–115.
2. Внутренние коммуникации. URL: <http://www.polylog.ru/ru/help/internal-communications> (дата обращения: 13.10.2017).
3. Обзор социальных сетей Рунета и их роль в продвижении сайта. URL: <https://1ps.ru/blog/dirs/overview-of-social-networks/> (дата обращения: 12.10.2017).
4. Социальные сети. URL: <https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php> (дата обращения: 13.10.2017).
5. AntiDogs. URL: <https://memedia.ru/spec/antidogs.php> (дата обращения: 13.10.2017).

УДК 659

М.Ю. Ильина

магистрант

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В ЭНЕРГЕТИКЕ

Аннотация. В статье рассматривается актуальность использования технологий связей с общественностью в энергетическом секторе. Это обусловлено тем, что основной упор в энергетических компаниях делается на устойчивое развитие, которое обеспечивает спрос на энергоносители. В соответствии с этим определяется цель PR-деятельности в энергетике, направленной на создание и поддержание позитивного имиджа и деловой репутации посредством создания положительного общественного мнения.

Ключевые слова: Public Relations; PR-технологии; PR-деятельность; PR-служба; энергетический сектор.

Энергетическая промышленность ставит две основные задачи для специалистов по связям с общественностью. В первую очередь, PR-отдел должен установить контакты с заказчиками, служащими и акционерами, так как именно обеспечение сотрудничества будет решающим в достижении успеха. Во-вторых, продвижение товаров и услуг на топливно-энергетический рынок посредством PR-технологий.

Соответственно, основной задачей PR-службы будет: создание и установление позитивного имиджа энергетической компании на рынке услуг.

Для достижения поставленной задачи, специалистам по связям с общественностью следует:

- создавать условия для взаимопонимания между обществом и компанией;
- содействовать в побуждении руководящего состава к реагированию на запросы общественности;
- управлять конфликтными ситуациями в отношениях общества и компании, во внутрикорпоративных отношениях;
- следить за корпоративной этикой и культурой предприятия.

Основными направлениями PR-деятельности любой компании являются:

- отношения со СМИ;
- внутрикорпоративные связи с общественностью;
- PR в социальной сфере;
- благотворительность и спонсорство.

Отношения со средствами массовой информации: данная деятельность PR-отдела направлена на информирование общественности о новых услугах и товарах, качестве выпускаемой продукции, проведении акций и PR-мероприятий компанией и др. посредством СМИ. Помимо этого задачей PR-отдела является реакция на негативные и ложные высказывания о компании в средствах массовой информации с целью опровержения подобных суждений. Топливо-энергетические компании должны фигурировать в СМИ как субъект действия, а именно создавая информационные поводы и тем самым регулярно освещая основную деятельность компании в своей отрасли. Результатом такого действия в прессе сложится положительный имидж энергетической компании как лидера в своей области.

Внутрикорпоративные связи с общественностью являются важной частью корпоративной культуры предприятия. Они направлены на внутрикорпоративные отношения между сотрудниками, сплочение коллектива, укрепления корпоративного духа и др. Формы корпоративных мероприятий разнообразны: стратегические, развлекательные, торжественные и обучающие.

К видам внутрикорпоративных мероприятий следует отнести:

Анкетирование – вид мероприятия на выявление мнения сотрудников с помощью анкеты. Может быть именная или анонимная (приводит к более честным и обоснованным ответам опрашиваемых). Опрашиваемые заполняют письменно и сдают анкеты для дальнейшего анализа полученных данных. Анкетирование направлено на выявление требований сотрудников компании, что поможет руководящему составу построить систему мотивации персонала, которая является одной из главных составляющих управления персоналом, поскольку выступает непосредственной причиной поведения сотрудников [9, с. 543].

День Рождения компании – самое популярное из PR-мероприятий среди сотрудников компании, имеющей широкую региональную сеть.

Конференции – организованное собрание людей, направленное на обсуждение значимых научных и практических проблем [1, с. 349].

Презентации могут иметь значение любого уровня: внутрикорпоративное, отраслевое, региональное, международное и т.д. [2, с. 27] Презентация – это представление организации, проекта, продукта, персоны аудитории [1, с. 347]. Презентация является самостоятельной акцией и может сочетаться с любым PR-мероприятием, но чаще выступает в деловой форме. Направлена как на решение внутрикорпоративных проблем, так и на определение позиций внешней политики компании.

Собрания коллектива направлены на информирование сотрудников компании, обсуждение насущных вопросов, согласование рабочих графиков, утверждение коллективного договора и др. Могут нести в себе информацию о состоянии и перспективах энергетического рынка и позиции компании на нем, о принятых решениях руководящего состава о тех или иных задачах, стоящих перед предприятием [6, с. 166].

Соревнования (спортивные), дни здоровья – это мероприятия, направленные на поддержание физической формы и пропаганду здорового образа жизни. Корпоративы, данные мероприятия направлены на поддержание корпоративного духа и формирование корпоративной культуры.

Teambuilding – это тренинги по командообразованию. Компания ставит перед собой задачу создать условия для возможности взаимодействия всех членов команды в рамках тренинга. Являясь эффективным инструментом управления персоналом, тимбилдинг позволяет развить командный дух и улучшить отношения внутри коллектива компании.

Фокус-группы – групповое исследование в форме дискуссии, это социологическое исследование, проводимое в форме групповой дискуссии на определенную тему с участием небольшого количества респондентов. Данное исследование позволяет выявить точку зрения сотрудников по поставленному вопросу и выяснить основные мотивы выбора и логику поступков.

Таким образом, внутрикорпоративных мероприятий довольно много. Их можно разделить на деловые и праздничные. Деловые мероприятия направлены на формирование среди сотрудников принципов командообразования, совершенствование образования, повышение квалификации. Праздничные мероприятия направлены на укрепление здорового духа, корпоративной культуры, отдых. Организация этих мероприятий в комплексе укрепит внутрикорпоративную культуру и создаст благоприятную атмосферу в коллективе.

PR в социальной сфере, благотворительность и спонсорство. Энергетические компании, как и компании других отраслей, активно занимаются социальными вопросами, спонсорством и благотворительностью. PR социальной сферы в энергетической компании направлен на гармонизацию отношений компании и социума. PR-отделы должны обеспечить: понимание общественностью миссии компании; формирование социальных каналов общения с людьми; привлечение средств; распространение идей, соответствующих миссии организации [5, с. 269]. Эта работа направлена на создание позитивного мнения о компании. Это возможно при ведении экологической и природоохранной политики со стороны предприятия.

PR социальной направленности поможет компании создать и поддержать позитивный имидж посредством благотворительности и долгосрочных социальных программ. Рейтинг компании повысится, если интересы компании будут совпадать с общественными и общество будет выступать как равноправный субъект рыночных отношений. Социальная ответственность бизнеса предполагает уделение внимания таким отраслям, как образование, здравоохранение, культура, поддержка социально незащищенных слоев, детства и др. Для позиционирования себя как социально ответственного бизнеса энергетические компании используют социальную рекламу, необходимую для формирования и поддержания социально одобряемых моделей поведения, ценностей и норм [4, с. 192]. Являясь некоммерческой, социальная реклама направлена на привлечение внимания к проблемам современного социума [3, с. 182] и играет важную роль в формировании определенного психологического поведения человека [8, с. 219].

Благотворительность энергетических компаний направлена по безвозмездную помощь нуждающимся лицам. Достоинство данной PR-технологии заключается в том, что не требует особо емких организационных затрат. Результатом подобных акций является завоевание симпатии целевой аудитории и создание информационного повода для средств массовой информации [5, с. 270].

Спонсорство направлено на следующие возможности [10, с. 369]: высокая степень узнаваемости и позитивный имидж энергетической компании; дополнительная (в том числе и скрытая) реклама; увеличение числа информационных поводов; привлечение участников спонсируемых акций к другим собственным проектам; успешный спонсорский проект является предметом гордости в конкурентной среде.

Немаловажной задачей PR-деятельности энергетической компании становится позиционирование себя на рынке труда. Отсюда и развитие такого направления, как имидж работодателя [7, с. 101]. Это свидетельствует о потребности энергетических компаний в высококвалифицированных сотрудниках. Для привлечения и мотивирования сотрудников руководство компаний используют маркетинговые методики и приемы. Деятельность энергетических компаний является товаром, который должен привлечь внимание соискателей. PR-специалисты работают над имиджем компаний как работодателя.

Таким образом, PR-деятельность энергетической компании направлена на позиционирование себя как социально ответственного бизнеса, который заботится об экологической безопасности регионов и развитии социума. Энергетические компании активно используют современные средства продвижения имиджа и продукции концерна: благотворительность, спонсорство, социальную рекламу, ряд внутрикорпоративных мероприятий.

Список литературы

1. Алёшина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: учебник. М.: ИКФ «ЭКМОС», 2006. 480 с.
2. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2004. 246 с.
3. Долгина Е.С., Демин И.В. Роль социальной рекламы в формировании гражданско-патриотического движения // Восемнадцатая Всероссийская научно-практическая конференция Нижневартковского государст-

венного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 182–185.

4. Долгина Е.С., Татарина К.А. Виды социальной рекламы в г. Нижневартовске // Восемнадцатая Всероссийская научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 192–195.

5. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учебник для студентов вузов; 2-е изд., доп. и перераб. М.: Аспект Пресс, 2007. 302 с.

6. Паблик рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса / под ред. В.М. Журавлева. М.: «Гандем»; ЭКСМОС, 2001. 352 с.

7. Патрахина Т.Н. Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в формировании HR-бренда предприятия // Югра, Сибирь, Россия: политические, экономические, социокультурные аспекты прошлого и настоящего: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 25-летию высшего филологического образования в Ханты-Мансийском округе-Югре / отв. ред. А.В. Себелева. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2013. С. 100–103.

8. Патрахина Т.Н., Точеловская Э.В. К вопросу об использовании социальной рекламы в фитнес-индустрии (на примере фитнес-клуба «Ультрафит» г. Нижневартовска) // Восемнадцатая всероссийская научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 219–221.

9. Патрахина Т.Н., Урсу М.И. Мотивация персонала как механизм повышения экономической эффективности организации // Семнадцатая региональная студенческая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2015. С. 543–547.

10. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М.: Дрофа, 2006. 552 с.

УДК 070

Я.С. Ишбулдина

магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.В. Себелева
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ПЕРЕХОД ПЕЧАТНЫХ СМИ В ИНТЕРНЕТ (НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЯ «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»)

Аннотация. В данной статье анализируется переход печатной газеты «Комсомольская правда» в Интернет. Рассматриваются специфические признаки интернет-изданий, а также классификация интернет-СМИ. Повествуется об истории создания печатной версии «Комсомольская Правда», а также её аналога во Всемирной сети. Анализируется печатная и интернет-версия вышеупомянутых изданий.

Ключевые слова: Интернет; интернет-СМИ; «Комсомольская правда»; гипертекстуальность; мультимедийность; тиражность; интерактивность.

Получение информации сегодня немислимо без Интернета. В этой связи популярны интернет-СМИ. Интернет-СМИ – это регулярно обновляемый информационный веб-сайт, пользующийся определенной популярностью и авторитетом, и ставящий своей задачей выполнять функцию средства массовой информации в сети Интернет. Стоит отметить, что многие газеты и журналы имеют свои представительства в Интернете, где часто выкладывают материалы своих выпусков или создают самостоятельные интернет-издания.

Как и любое СМИ, интернет-издания имеют свои отличительные признаки. Лукина М.М., Фомичева И.Д. в издании «СМИ в пространстве Интернета» выделили следующие признаки [3, с. 85–90]:

Первый – потенциально неограниченная тиражность и неограниченный объем материалов. Новости в Интернете выходят несколько раз за день.

Второй – это гипертекстуальность. Это технология работы с текстом, устанавливающая ассоциативные связи с другими текстами. С помощью неё можно читать текст не только линейно, но и просматривать его вглубь благодаря внутренним и внешним ссылкам на разнообразные источники.

Третий – мультимедийность. Это качество характеризуется использованием наряду с текстом звукового ряда, видеоряда и иных знаковых систем.

Четвертый – интерактивность. Интерактивность СМИ построена на их взаимосвязи, взаимодействии и взаимовлиянии с аудиторией.

Также, учёные подразделяют Интернет-СМИ на массу различных групп. А.А. Калмыкова и Л.А. Коханова в учебнике «Интернет-журналистика» [1, с. 75–80] классифицируют их на трех основаниях:

Первая классификация определяется отношением к оффлайновому сектору. То есть издание может иметь свой прототип в Сети, а может и не иметь. К первой группе относятся «клоны» и «гибриды». Клоны полностью копируют контент оффлайнового издания, «гибриды» же возникают на почве оффлайнового издания, однако имеют свою специфическую политику.

Также выделяют издания, которые существуют только в Сети. Это информационные порталы и электронные газеты.

Другая группа интернет-СМИ имеет в качестве основания природу основной информации. Выделяют текстовые, изобразительные, звуковые и мультимедийные интернет-СМИ. Помимо прочего их подразделяют на региональные и межрегиональные. Первые включают в себя один регион: республиканские, областные и районные. Вторые вмещают в себя два и более регионов: национальные, международные.

Отметим, что в данной статье мы задались целью проанализировать переход печатной газеты «Комсомольская Правда» во Всемирную Сеть. Поэтому, расскажем немного об истории возникновения этого издания.

Первый Всероссийский съезд союзов рабочей и крестьянской молодежи начал свою работу 29 октября 1918 года с целью объединения молодежных организаций в единый Российский коммунистический союз молодежи или коротко «Комсомол». Главной задачей этого союза стояло воспитание в молодом поколении доверия к руководству коммунистической партии. Соответственно, комсомолу, как системной разветвленной организации необходим был свой печатный орган. Таковым спустя семь лет после создания организации стала газета «Комсомольская правда». Она отражала деятельность союза, его идеи и работала на созидание молодого социалистического государства. Первый номер вышел в свет 24 мая 1925 года. Он был выполнен в черно-белом цвете. Тираж составил 31 тысячу экземпляров. За время своего советского существования газета отражала идеологию партии и настроение общества. В связи с переменами в стране, менялась и организация работы в редакции. В 90-е годы XX века, например, руководство газеты ввело следующую политику популяризации издания: переход в газеты формат А3, а также изменение верстки и шрифтов [5].

В 1998 году появился сайт «Комсомольской правды». Первым редактором был Леонид Захаров. На сегодняшний день сайт «КП» популярен среди пользователей Интернета. Во-первых, в нём отсутствуют агрессивные рекламные форматы. Во-вторых, имеются удобные приложения для пользователей мобильных устройств [6].

Итак, перейдём к анализу вышеупомянутых изданий. Начнем с газеты. Обложка печатного издания «КП» выполнена в ярких цветах: красный, синий, желтый. Название – в черных и синих цветах. По региону распространения «КП» является и национальной, и региональной. Она выпускается один раз в неделю в стране. Этот выпуск в народе называют «толстушкой». По учредителю издание является негосударственным. Центральный выпуск печатается в ЗАО ИД «Комсомольская правда». Тираж центрального издания в среднем за этот год составил 1 785 347 экземпляров. Самый маленький – 1 761 463, самый большой – 1 950 744. Объём «толстушки» – 24 полосы. В центральном выпуске постоянных рубрик всего пять: «Клуб любознательных», «Окно в природу», «Детская страничка», «Родительское собрание» и «Очень личное».

Немного другая картина в сетевом издании. Сайт «КП» имеет свой логотип – желто-красная птица с надписью КП. Название написано черным цветом. На сайте, в отличие от печатного издания, больше постоянных рубрик. Это новости, спорт, политика, экономика, общество, происшествия, здоровье, звезды, наука, авто, дом, семья. Также сайт содержит в себе все признаки интернет-СМИ, выделенные А.А. Калмыковым и Л.А. Кохановым в учебнике «Интернет – журналистика»: неограниченная тиражность, гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность.

В соответствии с делением интернет-СМИ, представленном в учебнике «Интернет-журналистика» сайт является «гибридом», по природе основного компонента – текстовым.

Таким образом, можно сделать вывод, что два анализируемых вида СМИ имеют как общие черты, так и различные. Объединяет их то, что в газете, так же как в Интернете преобладают яркие цвета: красный, жёлтый, синий. Основной жанр материалов для обеих версий изданий – информационный.

Однако отличаются они тем, что в печатной версии больше аналитических материалов. Поскольку рассуждение в аналитическом жанре требует печатной страницы, поэтому в печати есть развернутые обширные статьи на полосу. В онлайн-версии «КП» материалы представлены преимущественно короткими заметками. Также онлайн-версия имеет значительно больше постоянных рубрик, чем печатное издание.

Но, несмотря на различия этих изданий, можно сказать, что и печатная версия «Комсомольской Правды», и сетевое издание стали более популярными после перехода газеты в Интернет. Поскольку, большинство людей узнают новости именно во Всемирной Сети.

Список литературы

1. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 383 с.
2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. 287 с.
3. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве интернета. М.: Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. 87 с.
4. Реснянская Л.Л. Общероссийские газетные издания. М., 1999.
5. «Комсомольская правда»: история и нынешний день газеты. URL: <https://ria.ru/spravka/20100524/236957896.html> (дата обращения: 29.11.2017).
6. Комсомольская правда. URL: [https://www.wikizero.com/ru/Комсомольская правда](https://www.wikizero.com/ru/Комсомольская_правда) (дата обращения: 20.11.2017).

УДК 659

Д.Д. Кинякина

студент

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ: ЭТАПЫ И МЕТОДЫ

Аннотация. Вся рекламная деятельность организации есть совокупность рекламных кампаний. Она состоит из одного или нескольких рекламных мероприятий (акций), которые объединены одной целью (целями), охватывают определенный период времени, в котором мероприятия распределены в хронологической и логической последовательности так, чтобы одно мероприятие дополняло другое и повышало эффективность рекламной деятельности. В рекламной деятельности процесс планирования мероприятий играет важную роль. Так, во время разработки программы рекламной деятельности необходимо принять важные решения: сформулировать задачи; разработать бюджет и осуществить медиапланирование; разработать рекламное обращение; выбрать средства и каналы распространения информации; провести оценку эффективности рекламных мероприятий.

Ключевые слова: реклама; рекламная деятельность; рекламная кампания; медиапланирование.

Реклама в современном мире стала неотъемлемой частью жизни, без нее трудно представить современные средства массовой информации [2, с. 43]. Мероприятия, проводимые в рамках рекламной кампании, зависят от маркетинговых стратегий, которые могут быть связаны с захватом доли рынка или рынка в целом; удержанием захваченных позиций; внедрением в определенную нишу и т.д.

Рассмотрим классификацию рекламных кампаний. А.Н. Пономарева, в своей работе «Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности» он приводит следующую классификацию рекламных кампаний: по отношению к объекту рекламы; по основному объекту

рекламирования; по преследуемым целям; по территориальному охвату: локальные; региональные; национальные; международные; по интенсивности воздействия; по направленности; по использованию средств рекламы; по использованию каналов распространения информации [7, с. 152].

Специалисты в области рекламы Г.А. Васильев и В.А. Поляков дают аналогичную классификацию рекламных кампаний. Отличительной особенностью классификации является критерий «По срокам проведения»: краткосрочная; среднесрочная; долгосрочная [5, с. 255].

Эффективность любой рекламной кампании зависит от соблюдения этапов ее проведения. В настоящее время нет единообразного подхода к определению количества этапов.

Рассмотрим позиции отечественных исследователей. Е.В. Ромат и Д.В. Сендеров, выделили следующий перечень этапов проведения рекламной кампании:

1 этап. Определение цели. В начале рекламной кампании нужно грамотно сформулировать ее цель. Она должна быть конкретной и однозначной. Для удобства лучше придать ей количественную определенность.

2 этап. Определение целевой аудитории. На данном этапе обозначается и изучается целевая аудитория, на которую будет направлено рекламное воздействие. Целевая аудитория – это основная наиболее важная для компании категория субъектов коммуникации, получателей обращения, которая включает потенциальных покупателей продвигаемого товара или услуги [3, с. 361].

3 этап. Расчет стоимости. Необходимо определить предварительную сумму, которая будет выделена на проведение рекламной кампании.

4 этап. Назначение ответственных сотрудников. На данном этапе определяется число сотрудников, которые будут отвечать за проведение рекламной кампании. Им будут переданы необходимые полномочия, определена степень их ответственности за успех или провал кампании. В это же время принимается решение о привлечении к проведению кампании рекламных агентств. Определяются функции рекламных агентств в рамках кампании.

5 этап. Определение идеи. Этот этап состоит в определении рекламной идеи, на основе которой разрабатывается концепция рекламной кампании.

6 этап. Выбор средств рекламы. Определяются эффективные средства рекламы и наиболее оптимальные каналы коммуникации, которые будут использованы.

7 этап. Разработка мероприятий. На следующем этапе разрабатываются рекламные обращения и мероприятия других форм коммуникаций: стимулирование сбыта, личные продажи, директ-маркетинг.

8 этап. Составление сметы. На данном этапе составляется смета – финансовый план компаний, получающие средства из соответствующего бюджета и других источников для производства расходов, обеспечивающих функционирование чего-либо [10, с. 1067]. Она сопоставляется с предварительными расчетами. В случае необходимости осуществляется корректировка.

9 этап. Составление плана и графика мероприятий. Составляется детальный и развернутый план основных мероприятий рекламной кампании с указанием сроков проведения. Продолжительность и цикличность публикаций определяются в графике использования средств рекламы. Там же определяются средства и носители, которые будут использоваться. Выявляются последовательность и приоритеты рекламных мероприятий.

10 этап. Осуществление производства и закупки. На данном этапе происходит производство рекламоносителей, закупаются места и время в средствах массовой информации.

11 этап. Практическая реализация мероприятий. Происходит реализация подготовленных мероприятий, установленных планом и графиком.

12 этап. Оценка эффективности. Этот этап является последним лишь по списку, но не по значению, так как контроль и оценка эффективности проведения мероприятий происходит практически на всех этапах [8, с. 523].

В свою очередь, специалисты в области рекламы Г.А. Васильев и В.А. Поляков сузили процесс рекламной кампании до 5 этапов, рассмотрим их содержание.

1 этап. Ситуационный анализ рекламодавца. На начальном этапе рекламной кампании исследуются: отрасль экономики (ее тенденции развития, характеристика спроса на предоставляемую продукцию); рынок (сегменты рынка, его география и потенциал, тенденции изменения, доля определенного товара, занимаемого фирмой, потребитель и т.д.); конкуренция (определение конкурентов, их сильные и слабые стороны, маркетинговая, в том числе рекламная, политика конкурентов, доля рынка которую занимает конкретный конкурент и т.д.).

Также обязательно необходимо знать историю компании, сферы ее деятельности, репутацию, тенденции развития, позиционирование относительно конкурентов и т.д. При этом лучше всего ис-

пользовать SWOT-анализ – вид ситуационного анализа, позволяющий оценить текущую и будущую конкурентоспособность товара компании на рынке с помощью анализа внутренней и внешней среды организации. Далее следует изучить: товар; ценовую политику; сбытовую политику; коммуникационную политику.

На основе полученных данных с помощью ситуационного анализа принимается решение – разрабатывать рекламу самим или обратиться к рекламному агентству.

2 этап. Разработка целей и задач. На этом этапе происходит разработка целей и задач, а так же их ранжирование по степени значимости, и, соответственно, последовательность их выполнения. Из основных целей рекламной кампании можно выделить: увеличение спроса; улучшение имиджа; вывод на рынок нового товара; увеличение объема продаж и т.д.

Формулировка цели должна быть конкретной и однозначной, по возможности, выраженной количественно и с определенными временными рамками. Для этого можно использовать технологию SMART. Далее на данном этапе необходимо проанализировать товар относительно: преимуществ перед аналогами конкурентов; соответствия важным запросам потенциальных покупателей; доступности для покупателей; узнаваемость и отличие от товаров конкурента.

Цель рекламы определяется на основе данных рекламно-маркетингового анализа, потому что правильно и точно сформулировать цель рекламы без знания специфики рынка, потребителя, товара и т.д. невозможно [1, с. 120].

Также следует определить возможные целевые аудитории (ее размеры, демографические и психографические показатели, географию сбыта). Затем необходимо проанализировать рекламу конкурентов для того, чтобы четко позиционировать свой товар или услугу.

По мнению современных исследователей, выводом для данного этапа будет выражение цели в виде уникального торгового предложения (далее УТП), которое представляет собой неповторимую и привлекательную идею, выгодно отличающую конкретное предложение от других, существующих в данной сфере. Оно должно наглядно демонстрировать потенциальному покупателю выгоды, получаемые в результате выбора вашей фирмы.

3 этап. Стратегическое планирование рекламной кампании. На данном этапе ведется разработка рекламной стратегии. Она определяет то, как фирма будет реализовывать маркетинговые цели.

Суть рекламной стратегии заключается в донесении до потребителя конкретной выгоды, решения проблемы или другое преимущество материального или психологического свойства, которое дает приобретение товара.

С помощью рекламной стратегии, организатор рекламной кампании сочетает четыре важных элемента:

1) Целевую аудиторию, которая является объектом рекламного воздействия. При охвате аудитории используется три вида стратегий: стратегия ниши (концентрация рекламы на одном сегменте); выборочная стратегия (воздействие рекламы на несколько); монополярная стратегия.

2) Концепцию товаров и его атрибуты. Под атрибутом, понимается необходимый, постоянный признак, принадлежность чему-либо [4, с. 41]. Концепция товара выражается формулировкой его главных атрибутов или полезных качеств, представляющих интерес целевой аудитории. Ключ лежит в способности превращать атрибуты в преимущества для удовлетворения желаний потребителей. Необходимо разработать четкую концепцию, а именно как этот товар будет представлен.

3) Выбор рекламных средств. Стратегия использования средств рекламы (или медиа-стратегия) предполагает ответы на два важных вопроса: где (выбор средств рекламы) и как часто. Также необходимо определить соотношение между средствами рекламы, если их будет несколько.

4) Рекламное обращение. Творческая составляющая считается наиболее важной в разработке стратегии рекламного сообщения. Творческая рекламная стратегия должна отражать цель рекламной кампании и формулироваться на основе глубокого изучения особенностей целевой аудитории, ее потребностей и мотивов покупки, а также анализа рекламируемого товара, его преимуществ перед конкурентами [9, с. 105]. По мнению Т.Д. Масловой, С.Г. Божук, А.К. Ковалика, стратегия состоит из 3 элементов: текстовая основа; художественная основа; использование технических средств [3, с. 281].

4 этап. Тактическое планирование рекламной кампании.

Данный этап завершает творческую составляющую рекламного процесса осуществлением рекламной стратегии. Необходимо рассчитать бюджет, потому что только точные расчеты позволят осуществить заготовленные творческие концепции и решения [9, с. 107]. Для этого подсчитываются расходы на достижение всех поставленных целей по каждому из рассматриваемых рынков, затем к этому прибавляются расходы для каждой отдельной цели по всем рынкам, и полученная общая сумма сравнивается с отпущенными средствами.

Далее выбираются каналы распространения рекламы в зависимости от цели рекламной кампании и бюджета, а затем вспомогательные средства рекламы, путем анализа учитывая такие факторы как: охват; стоимость; частота; степень воздействия; продолжительность рекламных обращений.

На основе полученной информации разрабатываются рекламные материалы и мероприятия. Они должны быть не только подчинены одной творческой стратегии, но и иметь общее оформление (одну гамму цветов, шрифтов, общих героев, один слоган, одинаковую композицию и пр.) и вместе составлять единое целое [6, с. 316].

Таким образом, на данном этапе планирования выполняется составление развернутого плана рекламной кампании, а также организация и проведение рекламной кампании.

5 этап. Контроль и эффективность.

Это заключительный этап и основное внимание здесь обращено на следующих действиях: мониторинг каждого этапа; контроль над выполнением запланированных мероприятий; оценка полученных данных; создание возможности для необходимой корректировки целей и задач [5, с. 257].

Таким образом, рекламная кампания как процесс представляет собой набор определенных этапов, выстроенных в строгой последовательности. Количество этапов интерпретируется в зависимости от авторского подхода.

Список литературы

1. Антипов К.В. Основы рекламы: учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашко и Ко», 2009. 328 с.
2. Долгина Е.С., Ильина М.Ю. Роль рекламы в формировании имиджа компании на примере ООО ЧОО «Периметр» г. Нижневартовска // Экономическая наука и практика: материалы IV Международной научной конференции. Сер. «Молодой ученый». 2016. С. 43–46.
3. Маркетинг: учебник для вузов / С. Божук, Л. Ковалик, Т. Маслова и др. СПб.: Питер, 2012. 448 с.
4. Ожегов С.И. Словарь русского языка; 25-е издание. М.: Оникс, 2006. 1328 с.
5. Основы рекламы: учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 719 с.
6. Подорожная Л.В. Теория и практика рекламы: учебное пособие. М.: Омега-Л, 2011. 344 с.
7. Пономарева А.М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2009. 240 с.
8. Реклама: учебник для вузов / Е.В. Ромат, Д.В. Сендеров. СПб.: Питер, 2013. 512 с.
9. Чертова Т.Н. Формирование механизмов устойчивого развития предприятий в современных условиях // Вестник Военного университета. 2011. № 1 (25). С. 103–107.
10. Экономика и управление, финансы и право: словарь-справочник / Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. М.: Вуз и школа, 2004. 1072 с.

УДК 659

В.В. Козьмиди
студент

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ЕЕ ВИДЫ И ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ

Аннотация. В статье представлено описание действующих видов социальной рекламы. Автором рассмотрены основные этапы процесса создания социальной рекламы.

Ключевые слова: социальная реклама; виды социальной рекламы; создание социальной рекламы.

У большинства потребителей термин «реклама» ассоциируется исключительно с коммерческой сферой деятельности. Однако уже в древние времена, уже оформился такой вид рекламы, как политическая реклама, а примерно 20 лет назад в России появилась и социальная реклама. Основное предназначение социальной рекламы – это влияние на установки людей в отношении тех или иных социальных проблем: преступность, наркомания, здоровья и прочего. В соответствии с федеральным

законом «О рекламе» социальная реклама представляет «общественные и государственные интересы и направлена на достижение благотворительных целей» [3]. Главная функция социальной рекламы – это гуманизация общества и формирование у него нравственных ценностей и закрепление определенных установок в подсознании социума. Немаловажно, что социокультурные процессы, которые проходят внутри общества, находят отражение в социальной рекламе и влияют на поведение социума посредством информационного воздействия [1, с. 192].

В современной науке изучению социальной рекламы в целом посвящено достаточно большое количество исследований, среди авторов можно отметить научные труды М.Ю. Рогожина, М.И. Пискуновой, В.В. Ученовой, Л.Н. Федотовой, О.О. Колокольцевой, О.О. Савельевой и др. Можно с уверенностью констатировать, что тема социальной рекламы актуальна, об этом свидетельствует достаточно обширный перечень научных публикаций.

По мнению современных экспертов, в настоящее время социальная реклама делится на несколько видов:

1) Пропаганда здорового образа жизни. Данный вид предполагает реализацию двух базовых целей. Первая – это формирование здорового образа жизни среди людей и молодежи в частности: рациональное питание, защита от СПИДа и гепатита, образование и укрепление семьи. Вторая цель – это борьба с негативными социальными явлениями, такими как алкоголизм, наркомания, курение.

2) Пропаганда законопослушности и правопорядка. Этот вид социальной рекламы предполагает формирование в сознании общественности необходимости соблюдения конституции и других прав человека, защиту общественных интересов, исполнение обязанностей перед государством и развития правосознания.

3) Адресная реклама. Данный вид социальной рекламы информирует о том, где расположены государственные службы и общественные организации, с их адресами и контактными телефонами.

4) Событийная пропаганда. Социальная реклама, информирующая о предстоящих праздничных и торжественных событиях, преследующих цель сплочения нации.

5) Пропаганда благотворительности и милосердия. Социальная реклама, информирующая о том, каким образом можно помочь конкретному человеку или оказать денежную помощь храму или другой какой-либо организации [4].

Стоит отметить, что важную роль при подготовке социальной рекламы, так же как и коммерческой, играет соблюдение технологии процесса создания. Соблюдение технологии – важный аспект, т.к., социальная реклама, должна «достучаться» до подсознания своей целевой аудитории, а это возможно только при условии грамотно организованного процесса. Рассмотрим этапы создания социальной рекламы. Сегодня принято выделять четыре этапа создания социальной рекламы (см. рис. 1).

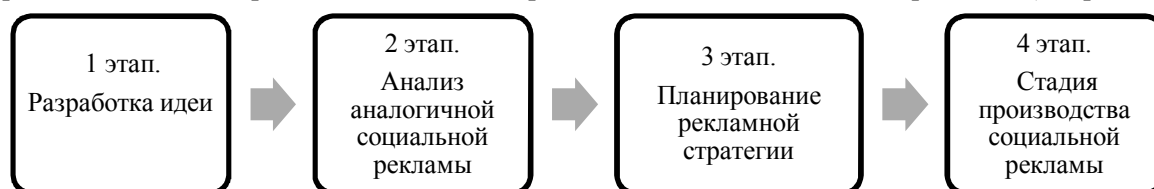


Рис. 1. Этапы создания социальной рекламы

Первый этап. Стадия разработки идеи.

Идея социальной рекламы рождается, как правило, из тех проблем, которые являются актуальными для современного общества. Специалисты предлагают при создании социальной рекламы ответить на ряд вопросов:

- Какова проблема и каковы причины ее появления?
- Какое решение проблемы можно предложить на данном этапе?
- Кто является целевой аудиторией? Место и способ обращения к ней?
- Ожидаемая реакция вашей целевой аудитории?
- На какую психологическую «кнопку» нужно нажать, чтобы получить эту реакцию?

Получив ответы на эти вопросы, можно начинать работать над созданием коммуникационного сообщения и рекламного материала.

Второй этап. Проведение анализа сходной социальной рекламы. На этом этапе нужно проанализировать действующую аналогичную социальную рекламу, по всем аспектам. Главная цель – выяснить, дала ли она ожидаемый эффект, какова была реакция целевой аудитории.

Третий этап. Выработка творческой рекламной стратегии и рекламной идеи. Выбор тона и стиля обращения.

На данном этапе важно грамотно выбрать стиль обращения к целевой аудитории, учитывая специфику ее восприятия.

Четвертый этап. Стадия производства социальной рекламы со всеми этапами ее технологического цикла.

На этапе производства рекомендуется использовать следующие приемы: метафора, образ юмор как элемент противопоставления страху и запугиванию; обращение к ценностям людей и их позитивным моделям; применении видов коммуникаций, в том числе неожиданных, нестандартных, создание логичных, инструктивных сообщений, которые в экстремальных ситуациях легко всплывают в памяти.

Хронометраж видео и аудиороликов стоит выбирать в пределах 30 секунд.

Специалисты рекомендуют в процессе оформления плакатов, билбордов и полиграфической продукции избегать мрачных и темных тонов.

Очень важно, чтобы социальная реклама не только информировала о наличии проблемы, но и предлагала пути выхода из сложившейся ситуации. Также важно, чтобы социальная реклама была гибкая, а не транслировала абсолютные нормы.

Таким образом, можно констатировать, что в настоящее время классификация социальной рекламы насчитывает четыре вида: пропаганда здорового образа жизни, пропаганда законопослушности и правопорядка, адресная реклама, событийная пропаганда, пропаганда благотворительности и милосердия.

Говоря о процессе создания социальной рекламы, необходимо соблюдать технологию и этапы процесса. В целом, социальная реклама – это один из наиболее эффективных инструментов воздействия на аудиторию при решении социальных проблем общества. Как отмечают современные исследователи, именно данный вид рекламы играет важную роль в формировании определенных психологических и поведенческих установок индивида [2, с. 219].

Список литературы

1. Долгина Е.С., Татарина К.А. Виды социальной рекламы в г. Нижневартовске // Восемнадцатая Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5-6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 192–195.

2. Патрахина Т.Н., Точеловская Э.В. К вопросу об использовании социальной рекламы в фитнес-индустрии (на примере фитнес-клуба «Ультрафит» г. Нижневартовска) // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5-6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 219–221.

3. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ // СЗ РФ. 2006. N 12. Ст. 1232. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 10.11.2017).

4. Социальная реклама / Энциклопедия маркетинга. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/social_adv.htm (дата обращения: 03.11.2017).

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПОКУПОК В Г. НИЖНЕВАРТОВСКЕ

Аннотация. В статье анализируются особенности поведения потребителей России и г. Нижевартовска на основе данных от аналитических компаний. Также анализируются особенности современных торгово-развлекательных центров России, склонности жителей РФ к осуществлению покупок онлайн и офлайн.

Ключевые слова: потребитель; Нижевартовск; торгово-развлекательный центр; Nielsen; покупки онлайн; покупки офлайн; рекламные каналы; интернет-реклама.

Согласно Закону РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) «О защите прав потребителей»: «потребитель – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» [1].

Потребитель в наше время имеет выбор между 2-мя способами приобретения товара онлайн или офлайн, каждый из данных форматов имеет свои преимущества и недостатки. Торговля онлайн и офлайн постоянно конкурирует между собой, что и приводит к появлению новых сервисов и благ для покупателей. А то, как преподнесут данные инновации оба способа торговли решит реклама, а иными словами их маркетинговая стратегия.

В 2016 г. 88% потребителей России, опрошенных онлайн, сообщили, что, хотя бы однажды совершали покупку в интернете, при этом показатель достаточно стабилен второй г. подряд (в 2015 г он составил 89%), по данным полученным от глобальной компании-измерителя Nielsen.

Самыми частыми покупками в сети, о которых говорят россияне, является одежда и аксессуары, 53% респондентов отметили, что имеют такой опыт, 38% имеют опыт покупки книг и музыки, столько же электроники. Заказывают билеты на мероприятия 34%, 33% косметику и средства для ухода за собой и 30% приобретали путевки, оплачивали отели и билеты. Самый низкий рейтинг для онлайн шопинга в России имеют свежая продукция, всего 3% и упакованные продукты питания 5%.

По мнению Дмитрия Швецова, директора по работе с предприятиями розничной торговли Nielsen России, взаимовлияние онлайн- и офлайн-торговли непрерывно увеличивается. Все больше потребителей обращаются к интернету, для получения информации о желаемом товаре, а затем отправляются в магазин за покупкой. Другие же делают это наоборот, изучают офлайн и уже, потом заказывают с сайта. Вместе с тем при покупке FMCG-категорий (FMCG – от английского fast moving consumer goods (быстро оборачиваемые потребительские товары)) россияне в большей степени склонны приобретать в офлайн-каналах. Нарастание популярности онлайн-рынка в индустрии FMCG требует огромной и кропотливой работы ритейла над обеспечением полной информации о продуктах и условиях их приобретения. Да и во много сложность развития онлайн продажи FMCG состоит в том, чтобы добиться более выгодного предложения по сравнению с офлайн ценами и более широкого ассортимента для удержания прибыли ритейлера [11].

Также нужно отметить, что в России предпочтения онлайн-покупателей в отношении к каналам продаж разнятся в зависимости от категорий товаров. Так 56% тех, кому необходима путевка, билеты или отели, склонны обращаться к интернету, и 12% говорят, что в большинстве случаев отправляются в туристическое агентство. Несмотря на то, что многие имеют опыт покупки одежды и аксессуаров онлайн, 45% отмечают, что чаще всего приобретают их в обычных магазинах, 33% – онлайн и офлайн с одинаковой периодичностью, 22% чаще в интернете.

Касаемо свежих продуктов, 74% россиян преимущественно ходят в обычный магазин, 19% используют онлайн и офлайн каналы и лишь 7% делают заказы в сети. Но вместе с тем в мире доля онлайн-покупателей свежей продукции заметно выше – 23%, и при этом 33% глобальных покупателей совмещают покупки в интернете с офлайн точками продаж. За упакованными продуктами (напитки,

снеки, консервы и так далее) 66% россиян чаще всего отправятся в локальные точки продаж, 12% – в интернет, 22% лояльны к обоим каналам продаж. По миру 29% чаще все заказывают такую продукцию в сети, 36% совмещают онлайн и офлайн, 35% предпочитают физические точки продаж [8].

Современный потребитель устал от постоянной привычки посещения торговых центров только ради покупок, он хочет получать полный спектр услуг, включая питание и развлечение. Поэтому основными трендами 2016 г. стали расширения развлекательных зон, к ним добавилась площадь вокруг торговых центров. Примерами могут послужить колесо обозрения на территории ТРЦ «Радуга-парк» в Екатеринбурге. Московский «Вэйпарк» запустил у себя «во дворе» горнолыжный склон и аэротрубу для катания, также можно заметить тенденции торговых центров, которые стремятся перевести на себя и стать теми местами где будут проходить местные празднования городских, национальных и прочих праздников. В общем наблюдаются тенденции создания концепции «Семейный парк». Торговые центры постепенно превращаются в места для проведения мастер-классов, спортивных мероприятий, кружков для детей и взрослых. В общем потребителя все больше подводят к тому, чтобы он остался в торговом центре на весь день, за счет увеличения игровых мероприятий с розыгрышем разного рода призов, скидок. Также наблюдалась тенденция формата – здоровый отдых, появление в ТРЦ фитнес-клубов, бассейнов, аквапарков, но данный тренд прошел, на смену ему пришли океанариумы и зоопарки, так в 2015 г. открылись океанариумы в ТРЦ «Арена» (г. Барнаул), ТРЦ «Ритейл-Парк» (г. Пенза). Постоянное изменение трендов говорит о изменении в предпочтениях, но также говорит о стремлении ТРЦ им следовать. Помимо бума на квест-румы в 2016 г., в следующем г. посетителям стоит ожидать рост числа батутных и веревочных парков, скалодромов, мини-зоопарков [5; 8; 9].

Питание становится неотъемлемой частью торгово-развлекательных центров, помимо стандартных точек быстрого питания как Макдоналдс, KFC, BURGER KING и т.д., в торговых центрах начинают появляться достаточно нетривиальные точки питания реализующие натуральную продукцию от фермеров, такие как «LavkaLavka», «ОбедБуфет» и др. Также достаточно интересная идея была реализована в торговом центре «Мега», совмещение питания и развлечений, теперь посетители во время посещения фуд-корта смотрят концерты, выставки и участвуют в мастер-классах, лекциях.

В тоже время происходит увеличение числа творческих-мастер классов: игра на гитаре, обучение дефиле танцю, танцы, пение, рисование и другие, например, иркутский ТРЦ «СИЛЬБЕР молл» активно развивает мастер-классы с привлечением ведущих экспертов города: «тренировка в домашних условиях» по бодибилдингу, уроки по игре в бильярд от экспертов. Еще одним привлекательным шагом на встречу посетителям стало решение о предоставлении отдыха в бассейне и на катке реализованное «Тюмень Сити Молл» в конце ноября 2016 г. Также запускаются уникальные форматы обучающих развлечений, представителем такого рода центром является «КидБург» в московском ТРЦ «Ривьера», данный вид развлечения представляет собой кварталы, где детей знакомят с определенными профессиями. Например, мультизона стройки или больницы. Для юных археологов воссоздали древний Херсонес [7–9].

В общем, создатели ТРЦ стремятся создать такую атмосферу, где потребитель будет готов оставаться долгое время и давать прибыль, эти действия вызваны потребностями самих людей, а удовлетворения этих потребностей дает пользу всем участникам.

Нижевартовские торговые центры не отстают от тенденции России МФК «Европа Сити» и ТРЦ «Югра Молл» используют подобные мероприятия для привлечения покупателей, «Югра Молл» на площади рядом с центром размещает крупные объекты по типу цирка, дельфинария, проводит концерты, внутри достаточно часто проходят выставки экзотических животных, индийских товаров, «Динозал» и др. [3; 10].

Траты средств на покупки, развлечения и отдых раньше всегда приходились на наличные средства, но в наше время, банковские карты и другие способы оплаты получили широкое распространение. Много изменилось, у людей появился выбор способа оплаты. За 2016 г. доля безналичной оплаты товаров и услуг выросла с 27,3% до 32,2% в общем объеме операций с картами, следует из статистики ЦБ. Всего россияне совершили операций по картам на 38,2 трлн. руб., подавляющее большинство (25,9 трлн. руб.) по-прежнему приходится на снятие наличных в банкоматах. Также нам сообщается о том, что в 2016 г. на покупки приходится 80% транзакций, проведенных физлицами, – рекордный показатель за последние пять лет. Если в 2009 г. из 100 платежей, совершенных компаниями и гражданами, лишь 21 совершался с использованием банковских карт, то в 2016 г. этот показатель возрос в 3,4 раза до 71 платежа. Небольшая часть населения согласна платить только картами 15%, согласно данным Mastercard. В основном пользователи карт оплачивают покупки раз в неделю и больше, 59% россиян. Среди основных стимулов безналичного расчета держатели карт перечисляют:

- 1) удобство;
- 2) высокую скорость оплаты;
- 3) безопасность;
- 4) возможность получить скидку или бонус [4].

Также стоит отметить о современных особенностях к совершению покупок. В наше время это происходит множеством способов. А конкретно начнем с появления потребности. Под потребностью понимается желание или необходимость обладать (пользоваться) данным товаром (услугой), нужным для самого воспроизводства жизни (в производственной сфере – обеспечения производственного цикла) и поддержания определенного уровня жизни. Потребность в том или ином товаре может возникнуть, после просмотра рекламы и всех косвенно возможных проявлений, который могут выражаться в том, что подобный товар есть у друзей, родственников или людей, которыми восхищается человек. Также потребности могут возникнуть в связи с утратой товара, изменением культурного уровня, географического места жительства и иными факторами, что могут на это повлиять.

После появления определенных потребностей в наше время открывается огромный спектр по получению информации о товаре:

- 1) Друзья и знакомые;
- 2) Кумиры и звезды;
- 3) Реклама;
- 4) Форумы и видеосерверы;
- 5) Места продажи;
- 6) Специалисты [2].

Такие огромные возможности для получения информации имеют как положительный, так и отрицательный результат. Так как не все источники несут полностью объективные данные, современному человеку нужны умения, чтобы отбирать полезную для себя информацию.

В итоге происходит приобретение товара либо онлайн, либо офлайн. За 2016 г. оборот розничной торговли составил 28317,3 млрд. рублей, а онлайн 920 млрд. рублей.

Оба варианта как онлайн, так и офлайн имеют свои плюсы и минусы, но итогом будет то, что онлайн сфера хорошо подходит для сбора и анализа информация, а офлайн сфера все же в большинстве своем имеет большой спрос, так как многие хотят перед покупкой испытать все интересующие их свойства товара, а также они не готовы долго ждать или переплачивать за быструю доставку [11].

Проанализировав основные показатели розничной торговли, современные форматы и особенности потребительского поведения жителей г. Нижневартовска, хочется отметить, город имеет положительную тенденцию развития в розничной торговли и является достаточно перспективным по этим показателям. В городе увеличивается торговая площадь, появляются новые розничные сети и форматы торговли, которые в большей степени стремятся удовлетворить потребителя. По факту потребительская культура г. Нижневартовска соответствует среднестатистическим показателям по России. Но за счет того, что город достаточно небольшой, он не является привлекательным, для всех современных форматов. Но по прогнозам, город имеет положительную тенденцию, даже в пессимистичном варианте, что привлекает новые форматы и торговые сети характерные для городов такого уровня [6; 11].

Список литературы

1. Закон о защите прав потребителей. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 10.11.2017).
2. Информация о товаре. URL: <http://www.grandars.ru/college/tovarovedenie/sredstva-tovarnoy-informacii.html> (дата обращения: 15.11.2017).
3. МФК «Европа-сити» г. Нижневартовск. URL: https://vk.com/europacity_nv (дата обращения: 10.05.2017).
4. Оплата товаров и услуг в магазинах картами. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2017/03/14/681000-oplachivat-kartami> (дата обращения: 10.11.2017).
5. Определение формата магазина. Как избежать ошибок. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/retail_concept.htm (дата обращения: 04.11.2017).
6. Розничная торговля. Прогнозы. URL: <http://lprime.ru/projects/forecast2016/retail2016.html> (дата обращения: 10.11.2017).
7. Торговые сети, ритейлеры. URL: <https://shopandmall.ru/retail> (дата обращения: 09.05.2017).
8. Торговые центры. URL: [http://www.vrsystems.ru/stati/obshie_tendencii_razvitiya_v_stroitelstve_torgovorazvlekatelnix_\(torgovix\)_centrov.htm](http://www.vrsystems.ru/stati/obshie_tendencii_razvitiya_v_stroitelstve_torgovorazvlekatelnix_(torgovix)_centrov.htm) (дата обращения: 12.11.2017).
9. Торговые центры. URL: <https://utro.ru/articles/2016/11/16/1304924.shtml> (дата обращения: 10.11.2017)

10. ТРЦ «Югра Молл». URL: <https://vk.com/ugramall> (дата обращения: 10.11.2017).

11. Шопинг онлайн или офлайн. URL: <http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2017/connected-commerce-in-russia.html> (дата обращения: 10.11.2017).

УДК 659

И.С. Нотов

магистрант

Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина

Нижевартовск, Нижневартровский государственный университет

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ МАРКЕТИНГА И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (НА ПРИМЕРЕ ШКОЛЫ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ «ПОЛИГЛОТ»)

Аннотация. В статье рассматривается актуальность использования методов маркетинга и PR в области негосударственных образовательных учреждений. Основной упор в деятельности негосударственных образовательных учреждениях делается на дополнительном образовании, которое обеспечивает спрос на изучение тех или иных учебных дисциплин. В соответствии с этим определяется цель применения методов маркетинга и связей с общественностью в негосударственных образовательных учреждениях, направленная на создание и поддержание позитивного имиджа и деловой репутации посредством создания положительного общественного мнения.

Ключевые слова: Public Relations; маркетинг; реклама; стимулирование сбыта; спонсоринг.

Корпоративное позиционирование на рынке предприятий малого бизнеса г. Нижневартовска, т.е. формирование их конкурентных преимуществ и донесение до сознания целевых аудиторий информации о компании, ее товарах и услугах в целях продвижения ее адекватного имиджа, создания ее высокой репутации и побуждения потребителей к желательным для компании действиям, происходит в основном с помощью классических средств маркетинговых коммуникаций.

В данной статье оценка эффективности применения средств корпоративного позиционирования анализируется на примере Школы иностранных языков «Полиглот». Исследуемый объект представляет собой негосударственное образовательное учреждение, специализирующееся на оказании информационно-консультационных услуг в порядке репетиторства по иностранным языкам. Основным направлением деятельности Школы иностранных языков «Полиглот» преподавание иностранных языков: английский, французский, немецкий, испанский языки для всех желающих в возрасте с 5-ти лет в группах и индивидуально.

Школа иностранных языков «Полиглот» для поддержания деловой репутации использует такие маркетинговые инструменты, воздействующие на внешнюю среду в рамках коммуникационной политики, как реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, спонсоринг. Деловая репутация в данном случае является нематериальным благом, которое состоит в оценке работы и деловых качеств сотрудника или компании [6, с. 12].

Реклама. Особую роль в формировании имиджа организации несет реклама, а именно, престижная реклама, т.е. рекламирование определенной компании в целом, представляя ее имидж для общественности или определенной целевой аудитории в нужном свете [2, с. 188]. Продвижение услуг осуществляется с помощью акустических, графических и предметных средств рекламы.

Акустические средства. Школа иностранных языков «Полиглот» производит заказ объявлений на радиостанциях г. Нижневартовска об услугах фирмы и формировании групп на обучающие курсы по иностранным языкам.

Графические средства. К достоинствам графических средств рекламы можно отнести их художественные и информационные возможности. Они позволяют размещать не только текстовую информацию о компании и ее деятельности, но и графическую в виде иллюстраций [4, с. 251].

Предметные средства. В качестве предметных средств рекламы выступают ручки, папки для бумаг с нанесенным логотипом компании. Такие средства охотно принимаются клиентами и создают атмосферу доброжелательности. Поскольку данные предметы носят утилитарный характер, они долго хранятся и постоянно напоминают о фирме.

Стимулирование сбыта. Осуществляется за счет предложения цены, предложений в активной форме.

Предложение цены – это средство стимулирования сбыта, которое предполагает снижение стоимости покупки [4, с. 275]. Школа иностранных языков «Полиглот» проводит следующие стимулирующие акции:

- день школьника – каждый месяц 25-го числа школьники имеют право на приобретение месячного курса изучения иностранных языков с 10 % скидкой;
- день рождения – в свой день рождения покупатель получает подарок в виде открытки и ручки с логотипом компании;
- скидки в размере от 10 до 20% при оплате обучения сразу за несколько месяцев.

В Школе иностранных языков «Полиглот» также применяются сезонные скидки, например, рождественские и скидки, побуждающие воспользоваться новыми услугами фирмы.

Недостатком такого вида стимулирования является то, что он не приводит к созданию круга надежной, постоянной клиентуры, а заставляет покупателя бросаться от одной марки товара к другой в соответствии с предлагаемым снижением цен [8, с. 23].

Предложение в активной форме – это средство стимулирования сбыта, которое предполагает вовлечение потребителя или других субъектов маркетинговой коммуникации в игру или соревнование, выполнение каких-либо условий фирмы в надежде получить предлагаемый фирмой приз [4, с. 277].

Так, Школа иностранных языков «Полиглот» объявила конкурс среди учеников десятых классов, изучающих английский язык. Участникам необходимо было написать сочинение на тему: «My reasons to learn English» («Почему я учу английский»). Победители конкурса получали стипендии, покрывающие стоимость обучения на курсах английского языка в новом учебном году по программе «Подготовка к ЕГЭ»:

- 1 место – 100 %
- 2 место – 50 %
- 3 место – 30 %.

Связи с общественностью. В Школе иностранных языков «Полиглот» этот инструмент как способ создания благоприятного образа и налаживания отношений с потребителем не получил широкого применения. Во многом это объясняется тем, что в структуре Школы иностранных языков «Полиглот» нет подразделения по связям с общественностью или отдельного специалиста.

Некоторые функции PR-специалиста выполняет руководитель организации:

- установление благоприятного психологического климата внутри фирмы;
- профилактика конфликтов, снижение текучести кадров;
- написание информационных и рекламных материалов о Школе иностранных языков «Полиглот» и ее основных направлениях деятельности и услугах;
- налаживание связей с институтами СМИ г. Нижневартовска;
- работа по созданию и поддержанию имиджа компании во внешней среде;
- мониторинг конкурентной среды;
- мониторинг информационного пространства о деятельности организации;
- планирование и проведение специальных мероприятий.

Поскольку руководитель не обладает достаточной компетенцией и временем, данные направления не развиваются в полном объеме и компания не получает полноценного PR-сопровождения. К агентствам, оказывающим услуги в области связей с общественностью, Школа иностранных языков «Полиглот» не обращается.

Написание рекламных статей и PR-текстов. Руководитель Школы иностранных языков «Полиглот» создает информационные и рекламные материалы о своей фирме, предоставляемых ею услугах, а также о проводящихся специальных мероприятиях и стимулирующих акциях.

Размещение печатных материалов осуществляется на платной основе в таких изданиях, как гляцевые журналы «Автограф» и «For MEN», рекламный журнал «Выбирай».

Основными жанрами для публикаций служат информационная статья и интервью. В этих материалах повествуется о Школе иностранных языков «Полиглот», его образовательных программах и курсах, размещаются положительные отзывы обучающихся и их родителей.

Помимо печатных публикаций, источником информирования потенциальных клиентов о рассматриваемой компании является страница в социальной сети «ВКонтакте».

Страница в социальной сети может решать множество задач:

- привлечение внимания широкой общественности и целевых групп;
- формирование благоприятного имиджа;
- поддержка (техническая, сервисная, информационная) клиентов и партнеров;
- анализ поведения потребителей;
- оптимизация с помощью Интернет бизнес-процессов внутри компании [1, с. 204].

Страница в социальной сети содержит информацию о Школе иностранных языков «Полиглот», преподавателях, предлагаемых языковых курсах и учебных материалах, готовящихся мероприятиях, а также фотографии. Она обладает такими положительными характеристиками, как информативность и обновляемость представленной информации [3].

Эффективность работы страницы в социальной сети оценивается по количеству сообщений в адрес компании после посещения страницы.

К *специальным мероприятиям*, проводимым Школой иностранных языков «Полиглот», можно отнести:

- презентации;
- методические конференции для преподавателей иностранных языков;
- фестивали.

Презентации. Школа иностранных языков «Полиглот» совместно с представителями организаций-поставщиков проводит презентации инновационных программ обучения по иностранным языкам. Как правило, основной целевой аудиторией являются преподаватели Школы иностранных языков «Полиглот», обучающиеся и их родители. В качестве внешней целевой аудитории выступают преподаватели иностранных языков средних и высших учебных заведений и их обучающиеся.

Фестивали. Школа иностранных языков «Полиглот» организует и проводит фестивали, в которых участвуют творческие коллективы и учащиеся средних школ и гимназий из разных городов Ханты-мансийского автономного округа-Югры. Участники фестиваля разделены на две возрастные группы: ученики 5–8 и 9–11 классов. Общее число конкурсантов более 100 человек. Работа фестиваля ведется по четырем секциям:

- театральная постановка;
- литературная экскурсия;
- художественное чтение поэзии и прозы;
- иллюстрация к произведению.

Общей темой для всех участников служат литературные произведения английских авторов.

Внутрикорпоративный PR. Связи с общественностью в Школе иностранных языков «Полиглот» слабо развиты как элемент формирования конкурентоспособности фирмы, но при этом руководитель уделяет внимание PR как способу создания благоприятного психологического климата внутри своего коллектива. Это, стоит заметить, может косвенным образом повлиять на успешность бизнеса, так как работники компании, а в данном случае преподаватели, обязаны поддерживать атмосферу дружелюбия, взаимопомощи и доверия во время учебного процесса и транслировать обучающимся через свое поведение положительный образ Школы иностранных языков «Полиглот», компании, которая ценит своих клиентов и учитывает их мнение.

Отношения внутри коллектива Школы иностранных языков «Полиглот» регулируются Хартией, разработанной директором. Данный документ представляет собой свод норм и правил, которые разделяют все члены фирмы. Так, например, в Школе иностранных языков «Полиглот» не приветствуется конкуренция между преподавателями. Отношения строятся на взаимоподдержке, честности и открытости. Установлен командный стиль работы.

Сотрудники Школы иностранных языков «Полиглот» стремятся к повышению своего профессионального уровня, осваивают и используют в работе новые программы и технологии в области образования; применяют индивидуальный подход к своим обучающимся.

Спонсоринг. Хорошо организованное, точно направленное спонсорство является высокоэффективной PR-деятельностью и обязательно принесет ряд ощутимых преимуществ [5, с. 109].

Школа иностранных языков «Полиглот» не ведет активной деятельности по оказанию спонсорской поддержки проектам, реализуемым в г. Нижневартовске. Одним из проектов, спонсируемых Школой иностранных языков «Полиглот», был детский конкурс красоты «Маленькая красавица».

В заключении данного параграфа подчеркнем, что методы, применяемые Школой иностранных языков «Полиглот» для налаживания отношений со своими клиентами и популяризации своего предприятия в целом, сводятся к стимулирующим акциям, вызывающим интерес воспользоваться новыми услугами фирмы. Но эти приемы в конечном итоге не позволяют добиться истинной лояльности и приверженности клиентов к рассматриваемой компании.

Таким образом, при применении средств связей с общественностью необходимо повысить информированность о данной фирме, подчеркнуть ее уникальные по сравнению с конкурентными направлениями деятельности, увеличить число клиентов. Специфика PR в бизнесе заключается в умелом использовании преимуществ фирмы для победы над конкурентами на рынке, создания атмосферы доверительных отношений с потребителями [7, с. 197].

Список литературы

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: учебник. М.: ИКФ «Экмос», 2006. 480 с.
2. Долгина Е.С., Ильина М.Ю. Роль рекламы в формировании положительного имиджа // Восемнадцатая Всероссийская научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 188–192.
3. Котырев С. Ловим Сетью. Записки о правильном использовании Интернет для бизнеса. Немного о сайтах. URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_25/article_2972/ (дата обращения: 09.11.2017).
4. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. СПб.: Питер, 2003. 400 с.
5. Мюррей А. PR / пер. с англ. В. Новикова. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. 192 с.
6. Патрахина Т.Н., Долгина Е.С. Основы репутационного менеджмента: теория и практика: учебно-методическое пособие. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2014. 84 с.
7. Татаринова Г.Н. Управление общественными отношениями: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2004. 240 с.
8. Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. 128 с.

УДК 659

А.А. Остапчук
магистрант

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

АСПЕКТЫ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПОНЯТИЯ «БРЕНД»

Аннотация. В настоящее время в российской и зарубежной практике абсолютное большинство успешных компаний используют брендинговые технологии, как инструмент маркетинговых коммуникаций. Однако, ввиду отсутствия общепринятых норм и стандартов дефиниции понятия «бренд», невозможно однозначно определить, как именно интерпретируется данное понятие. Автор статьи рассматривает различные интерпретации бренда, представленные в научных трудах российских и зарубежных исследователей в области рекламы, маркетинга и массовых коммуникаций.

Ключевые слова: бренд; брендинг; бренд-менеджмент; интерпретация бренда; теория брендинга; понятие «бренд».

Несмотря на высокую значимость брендинга в условиях современного рынка, достаточно сложно определить целостную и универсальную теоретическую базу для изучения и анализа брендинговых коммуникаций. Понятие «бренд» имеет достаточно многочисленные формулировки и сфе-

ры использования. Бренд может иметь отношение к организации, продукту, услуге, личности [4, с. 69]. Для более точного понимания сущности исследуемой проблематики, целесообразно рассмотреть понятие «бренд» с двух позиций:

- с позиции продавца (производителя);
- с позиции покупателя (потребителя) [5, с. 5].

Если бренд интерпретируется в рамках подхода с позиции производителя, то он рассматривается преимущественно как система идентификации, инструмент снижения рисков, носитель ценности или как марочный контракт. Когда бренд рассматривается с позиции покупателя, его содержание интерпретируется как сформировавшийся образ, воспринимаемый потребителями, как индивидуальные взаимоотношения между брендом и покупателями [6, с. 42].

Стоит отметить, что бренд необходимо рассматривать обязательно разнонаправленно – как со стороны компании-производителя, так и со стороны потребителя, поскольку в процессе создания и продвижения бренда активно участвуют не только бренд-менеджеры, маркетологи и другие специалисты, но и потребители, которые ни в коем случае не являются пассивными получателями информации. Как отмечают современные эксперты, потребитель воспринимает концепцию бренда индивидуальным образом, который может не совпадать с образом, спланированным специалистами [1, с. 309].

Основными проблемами на пути к точному донесению до реципиента задуманного образа бренда и формированию адекватного процесса обратной связи являются:

- конкурентные сообщения;
- другие сообщения относительно бренда;
- неправильный выбор средств коммуникации;
- слабое позиционирование;
- неэффективные сообщения;
- прочие ограничения.

Бренду сложнее донести до покупателя сообщение, ввиду насыщенности коммуникационного поля информацией, распространяемой фирмами-конкурентами. Потребители каждый день контактируют с тысячами сообщений, не более 5% из которых они замечают и реагируют менее чем на 1%.

Ввиду того, что производитель не всегда способен контролировать и фильтровать всю информацию о бренде, передаваемую потребителям, последние могут получать разноречивую информацию из различных, в том числе сторонних, источников.

С помощью различных средств коммуникаций, таких как реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, вирусный маркетинг и других, покупателю передается определенная информация о бренде. Каждое из средств маркетинговых коммуникаций имеет различные возможности передачи потребителю необходимой информации об идентичности бренда. Охват сообщения и лояльность к нему со стороны потребителей в значительной степени зависит от выбора средства коммуникации.

Информация о бренде может не оставить отклика у покупателя из-за недостаточного акцентирования и слабого, размытого образа бренда в его восприятии. В таком случае отрицательный эффект является следствием слабого позиционирования бренда.

Неэффективные сообщения так же могут отрицательно повлиять на результат коммуникации. Производителю необходимо четко формулировать свое сообщение об идентичности бренда (содержании) и доносить его до целевой аудитории в доступной и удобной для нее форме, с помощью наиболее привлекательных для потребителей каналов коммуникации.

Среди прочих ограничений стоит отметить законодательные ограничения, которые значительно влияют на восприятие образа бренда потребителями определенных групп товаров и услуг, ввиду запрета или ограничения использования различных рекламных носителей и средств маркетинговых коммуникаций. Например, российским компаниям, производящим алкогольные напитки, сложно донести идентифицирующие образы своих брендов в полном и неискаженном виде до целевой аудитории. Это в первую очередь связано с рядом ограничений, существующих в рекламном законодательстве, которые запрещают предприятиям рекламировать свои продукты напрямую или использовать для размещения рекламы наиболее выгодное время (прайм-тайм).

Таким образом, ключевой задачей брендинга является продуманное управление маркетинговыми коммуникациями, с целью достижения максимального совпадения транслируемого компанией и воспринимаемого потребителями образов бренда. В том случае, когда восприятие бренда покупателями близко или адекватно его идентичности, такой бренд называют аутентичным или подлинным (authentic brand).

Бренд как система идентификации. Одним из самых цитируемых определений бренда является предложенное Американской маркетинговой ассоциацией (АМА): «Бренд – это название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и для отличия их от товаров или услуг конкурентов [3, с. 2]». В значительной степени оно подчеркивает значимую роль визуальных символов бренда в рамках маркетинговой концепции, которые обеспечивают дифференциацию и идентификацию продукта.

Несмотря на то, что такое определение отражает один из важнейших этапов процесса формирования бренда, не следует концентрировать внимание исключительно на внешних идентификаторах бренда. Существенное отличие бренда следует искать, главным образом, в содержании бренда, представляющие уникальные ценности до целевого конечного потребителя, нежели в элементах его внешней узнаваемости.

Снижение риска с помощью бренда. Потребитель в определенном смысле рискует при выборе продукта того или иного бренда. Под данным риском, как считает Л. Чернатони, понимается «неуверенность потребителей в том, что покупка определенного бренда приведет к благоприятному результату» [6, с. 51]. Специалистам в области брендинга необходимо определить те характеристики и свойства продукта, по которым покупатель чаще всего оценивает предполагаемые риски, и, соответственно, представить образ бренда таким образом, чтобы сделать ожидаемые риски в восприятии потребителя минимальными. От того, насколько эффективно будут определены данные характеристики, будет зависеть вероятность принятия положительного решения покупателем в пользу того или иного бренда.

Бренд как носитель ценности. В данной интерпретации бренда учитываются дополнительные выгоды, относительно самого продукта, которые также ценятся целевой аудиторией. Дополнительная ценность подразумевает, что у определенного бренда имеются преимущества по сравнению с брендами-конкурентами. Данное обстоятельство мотивирует людей приобрести продукт именно этого бренда. При этом преимуществом бренда может являться выгода не связанная с материальным аспектом. Нередко к одним из основных мотивов покупки относится привлекательность бренда на эмоциональном уровне. Например, благодаря покупке товара определенной марки, покупатель способен удовлетворить свою потребность в самовыражении. Несмотря на дополнительные расходы, такие как деньги или время, потребитель получает определенную выгоду.

Немаловажно для успешного развития бренда как носителя дополнительной ценности, чтобы данная ценность была значима не только для компании, но и для потребителя. Источники и свойства дополнительной выгоды для покупателя можно выявить проведя исследование мнения целевой аудитории, например, путем опроса покупателей в момент приобретения товара или услуги.

Бренд как марочный контракт. По мнению американского специалиста С. Дэвиса, марочный контракт – «это перечень всех обязательств (обещаний), которые принимает на себя марка, выполнение которых целиком и полностью ложится на плечи фирмы, однако составляется и оценивается он во внешней среде, т.е. на рынке» [2, с. 85]. Марочные контракты необходимо переформулировать с течением времени, с целью привести их в соответствие с обновленными рыночными условиями и реальными потребностями потребителей, которые они ожидают удовлетворить, совершив покупку.

Бренд как воспринимаемый покупателем образ. Данный подход ориентирован на потребителя. В рамках такого подхода, бренд интерпретируется как совокупность различных ассоциаций, которые возникают в восприятии покупателя. Ассоциации могут быть связаны с эмоциональными, символическими и функциональными выгодами от покупки товара или услуги. При использовании данного подхода могут возникнуть некоторые трудности, связанные с тем, что целевая аудитория не всегда корректно воспринимает формируемый компанией образ бренда. Исходя из этого, следует, что необходим постоянный мониторинг восприятия бренда потребителями, дабы при необходимости скорректировать комплекс действий по формированию образа бренда.

Бренд как отношения. Если бренды персонифицируются, т.е. наделяются человеческими качествами, то у потребителей могут складываться с ними определенные взаимоотношения. При данном подходе выбор конкретного бренда является активным процессом, в котором проецирование покупателем собственных характеристик на персонифицированные свойства бренда является определяющим фактором. Покупатель может стремиться подчеркнуть свой статус, выразить свою оригинальность и индивидуальность, приобретая продукты определенного бренда. Бренд, выступая «в качестве партнера в этом диалоге, позволяет потребителям подтвердить их представления о себе» [6, с. 63].

Таким образом, при определении содержания бренда необходимо учитывать многоаспектность его интерпретации. Данный подход позволяет более глубоко и многогранно раскрыть содержание бренда, исследовать различные его стороны и отличительные особенности.

Список литературы

1. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. СПб.: Питер, 2001. 480 с.
2. Дэвис С. Управление активами торговой марки. СПб.: Питер, 2001. 272 с.
3. Келлер К. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. М.: Вильямс, 2005. 704 с.
4. Патрахина Т.Н., Вялкова К.С. Персональный бренд руководителя образовательной организации в России и за рубежом // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартковск, 2-3 апреля 2015 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартковск: Изд-во Нижневарт. ун-та, 2015. 814 с.
5. Старов С.А. Бренд: понятие, сущность, эволюция // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Менеджмент. 2008. № 2. С. 3–39.
6. Чернатони Л., Макдональд М. Как создать мощный бренд. М.: ЮНИТИ, 2006. 560 с.

УДК 659

А.И. Патрахин

магистрант

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижневартковск, Нижневартковский государственный университет*

HR-БРЕНД СОВРЕМЕННОГО РАБОТОДАТЕЛЯ: ПРАКТИКА НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ ХМАО-ЮГРЫ

Аннотация. В статье представлен анализ корпоративных сайтов на предмет методов формирования бренда работодателя современными нефтяными компаниями Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

Ключевые слова: нефтяная компания; HR-бренд; работодатель; HR-процесс.

Как показывают многочисленные исследования в сфере HR-процессов, современные руководители заинтересованы в эффективности и стабильности своих предприятия, они уделяют особое внимание привлечению и удержанию талантливых сотрудников. Сегодня предприятие, заботящееся о своих сотрудниках, выглядит весьма привлекательно для соискателей, обладающих здоровыми амбициями и высокими профессиональными компетенциями [7, с. 100].

На территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры осуществляют свою деятельность ряд нефтяных компаний. К наиболее крупным по объемам производства можно отнести ПАО «НК «РОСНЕФТЬ» и ОАО «ГАЗПРОМ». Эти компании имеют свою давнюю историю и занимают позиции лидеров на нефтегазодобывающем и перерабатывающем рынке не только России, но и всего мира. Многие специалисты стремятся иметь место работы именно в этих компаниях, так как сотрудники данных компаний имеют не только достойную заработную плату, хороший социальный пакет, но и другие моральные и материальные бонусы.

Не вызывает сомнения, что у этих компаний уже сформировался качественный HR-бренд. Большинство HR-мероприятий, которые проходят в рамках кадровой политики «Роснефти» и «Газпрома», носят конфиденциальный характер, но результаты таких мероприятий, как правило, находят отражение на корпоративных сайтах и в СМИ разного уровня.

По материалам официальных сайтов ПАО «НК «РОСНЕФТЬ» и ОАО «ГАЗПРОМ» в рамках исследования был проведен анализ специфики формирования HR-бренда данных компаний, результаты представлены ниже.

Компания ПАО «НК «РОСНЕФТЬ» – государственное предприятие, занимающееся добычей и переработкой нефти. Компания была организована в 1993 году. Новому госпредприятию доверили

более 250 предприятий и объединений отрасли, нефтяных и газовых месторождений, образованных в советский период [4]. Как отмечают современные эксперты, сегодня «РОСНЕФТЬ» достигла высокого уровня и продолжает удерживать свои позиции в отношении производственных и финансовых показателей, а также реализации стратегических инициатив. Компания задает динамику развития нефтяной отрасли в нашей стране. По результатам деятельности 2016 года «РОСНЕФТЬ» стала крупнейшей публичной нефтегазовой компанией в мире [1].

Помимо совершенствования производственной деятельности, «РОСНЕФТЬ» стремится создать лучшие условия труда для своих сотрудников, и прилагает много усилий для привлечения высококвалифицированных, молодых и амбициозных специалистов.

По результатам аудита корпоративного сайта компании, можно констатировать, что проводится масса мероприятий для поддержания и совершенствования внутреннего и внешнего HR-бренда.

Одним из способов поддержанием внешнего HR-бренда является привлечение высококвалифицированных специалистов. На сайте компании имеется раздел «Карьера», где размещена информация о действующих вакансиях.

«РОСНЕФТЬ» – это развивающаяся компания, она заинтересована в поиске и привлечении в свои ряды целеустремленных, инициативных, энергичных и творческих людей, которые умеют работать в команде, готовы к совершенствованию профессиональных знаний и опыта. Как отмечено на сайте, работники находят применение своим знаниям и опыту во всех регионах деятельности компании. Компания имеет множество филиалов и дочерних предприятий практически во всех центрах нефтегазодобычи России и за ее пределами, поэтому раздел разбит на отдельные регионы (Центр, Москва, Северо-запад, Санкт-Петербург, Дальний Восток, Сибирь, Урал, Поволжье, Юг, Черноморско-Кавказский округ и т.д.). Потенциальные работники, открыв ту или иную вкладку, находят интересующую их информацию по действующим вакансиям в компании.

Стоит отметить, что деятельность PR и HR-отделов по поддержанию и совершенствованию внешнего HR-бренда, представлена во вкладке «Пресс-центр». Данная вкладка содержит следующие страницы: пресс-релизы, финансовые новости, новости, новости дочерних сообществ, СМИ о компании, «РОСНЕФТЬ» сегодня, корпоративные СМИ, видеоматериалы, фото-галерея и контактная информация.

В разделе «Корпоративные СМИ» размещены номера журнала «Научно-технический вестник» [3], в котором обширно представлены достижения компании во всех сферах деятельности, электронный формат корпоративного журнала делает его доступным и интерактивным.

Помимо «Научно-технического вестника» в компании выпускается газета «Акционер», где публикуется в основном оперативная новостная информация [2].

«РОСНЕФТЬ» имеет официальные группы в социальных сетях «ВКонтакте», «Twitter» и «Facebook».

Одним из направлений по формированию внутреннего HR-бренда является сотрудничество с высшей школой и общеобразовательными школами города, в которых создаются профильные классы «РОСНЕФТИ». В городе Нижневартовске такой класс открыт в школе № 42, данный класс финансируется нефтяной компанией, начиная от обеспечения фирменной символикой и заканчивая обустройством отдельного кабинета для учеников. Дети углубленно изучают профильные предметы, которые будут им необходимы при дальнейшем поступлении в ВУЗы. Немаловажно, что ученики имеют возможность проходить обучение непосредственно на предприятиях «РОСНЕФТИ» [6].

Помимо работы со школами, на протяжении нескольких лет «РОСНЕФТЬ» и ее дочерние предприятия тесно и взаимовыгодно сотрудничают более чем с 26 ведущими вузами страны. В планах компании расширение сети опорных вузов во всех регионах присутствия и налаживание взаимодействия с университетами в городах присутствия компании: Красноярск, Самара, Ижевск, Уфа, Краснодар, Ухта, Иркутск и других городах [4].

Рассмотрим опыт ОАО «ГАЗПРОМ» – ведущей энергетической компании, деятельность которой направлена на геологоразведку, добычу, транспортировку, хранение, переработку и реализацию газа, а также газового конденсата и нефти.

Миссия компании заключается в надежном, эффективном, сбалансированном обеспечении потребителей природным газом, различными видами энергоресурсов, а также продуктами их переработки. «ГАЗПРОМ» сегодня – это надежный поставщик газа не только российским, но и зарубежным потребителям. В долгосрочных целях ОАО «ГАЗПРОМ» занять лидирующие позиции среди ведущих мировых энергетических компаний за счет осуществления надежных поставок, роста эффективности деятельности и использования научно-технического потенциала [5].

На корпоративном сайте компании представлена информация о проводимых мероприятиях, которые направлены на формирование бренда работодателя. Вкладка «Кадровая политика» представлена информацией о действующей системе мотивации сотрудников и социальной политике компании и целях внутреннего HR-бренда. Немаловажным остается тот факт, что действующая система мотивации и стимулирования работников направлена не только на привлечение и удержание квалифицированного персонала, но и на повышение заинтересованности действующих сотрудников.

Система оплаты труда «ГАЗПРОМА» – это установление должностных окладов, тарифных ставок с учетом деловых качеств и квалификации сотрудников компании. Системой предусмотрено премирование по результатам производственной деятельности, доплаты и надбавки в зависимости от условий труда, объема работ. Работники получают вознаграждение по итогам работы.

В ОАО «ГАЗПРОМ» и его основных дочерних предприятиях предусмотрена система стимулирования руководящего состава посредством следующих привилегий:

- система годового бонуса, которая учитывает выполнение общекорпоративных и индивидуальных показателей деятельности компании;
- участие в программе руководящих работников, которая направлена на стимулирование ключевых работников [5].

Большую роль в формировании HR-бренда играет действующая социальная политика компании. Социальная политика как неотъемлемая часть политики управления человеческими ресурсами, направлена на обеспечение конкурентных преимуществ на рынке труда и создание эффективной системы социальной защиты сотрудников фирмы.

В основе реализации социального обеспечения лежит принцип «социального партнерства», который предполагает конструктивный диалог работника и работодателя по вопросам регулирования социально-трудовых отношений.

Социальная политика обеспечивает социальную защищенность работников, мотивацию к длительной и эффективной работе в компании, а также формирует лояльность. Социальная политика включает льготы, гарантии и компенсации, медицинское и санаторно-курортное обслуживание, различные виды персонального страхования, создание комфортных условий работы и пенсионное обеспечение.

Важную роль в реализации социальной политики «ГАЗПРОМА» играет программа жилищного обеспечения, которая основана на использовании рыночного механизма – ипотечного кредита [5].

Вкладка «Образование» информирует о мероприятиях по развитию и обучению сотрудников, данные мероприятия эффективно совершенствуют внутренний HR-бренд компании. «ГАЗПРОМ» заявляет о своей принципиальной позиции – компания ценит каждого работника и старается обеспечить максимальные возможности для профессионального развития и карьерного роста. Основа профессионализма – это качественное обучение, поэтому «ГАЗПРОМ» на протяжении долгого времени сотрудничает с ведущими профильными ВУЗами страны, с целью совершенствования образовательных программ и минимизации затрат на адаптацию молодых специалистов.

В стратегии развития компании до 2020 года были определены девять российских ВУЗов в качестве опорных, где будет реализована инновационная программа подготовки кадров. Помимо высших учебных заведений «ГАЗПРОМ» сотрудничает и с учреждениями среднего профессионального образования. Широкое распространение получили профориентационные мероприятия, олимпиады для отбора одаренных и перспективных учеников для целевой подготовки в ВУЗах.

Вкладка «Пресс-центр» представлена информацией о мероприятиях компании, также о результатах позиционирования в СМИ. У компании действуют два корпоративных журнала – «Газпром» и «Газовая промышленность» [5].

Изучив информацию корпоративных сайтов нефтяных компаний «РОСНЕФТЬ» и «ГАЗПРОМ», можно констатировать, что они имеют сложившийся качественный HR-бренд. В частности выделяется ряд мероприятий, которые традиционно используются для формирования внутреннего и внешнего бренда работодателя, к ним относятся: программы профессионального развития, мотивационные программы, развитие корпоративных СМИ, программы поддержки молодых сотрудников, сотрудничество с высшими и средними профессиональными образовательными организациями, а также общеобразовательными школами, тесное взаимодействие со СМИ.

Список литературы

1. Аналитический сайт нефтяных компаний России. URL: <http://www.oilcatalog.ru/stat/rusnaftyankomp.html> (дата обращения: 03.11.2017).
2. Газета «Акционер». URL: <http://www.rosneft.ru/news/media/shareholder/> (дата обращения: 05.11.2017).

3. Журнал «Научно-технический вестник». URL: <http://www.rosneft.ru/news/media/stb/> (дата обращения: 08.11.2017).
4. Корпоративный сайт компании ОАО «НК «РОСНЕФТЬ». URL: <http://www.rosneft.ru/> (дата обращения: 05.11.2017).
5. Корпоративный сайт компании ОАО «Газпром». URL: <http://www.gazprom.ru/> (дата обращения: 03.11.2017).
6. Официальный сайт МБОУ «СОШ № 42». URL: <http://86sch42-nv.edusite.ru/> (дата обращения: 10.11.2017).
7. Патрахина Т.Н. Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в формировании HR-бренда предприятия // Югра, Сибирь, Россия: политические, экономические, социокультурные аспекты прошлого и настоящего: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 25-летию высшего филологического образования в Ханты-Мансийском округе – Югре (г. Нижневартовск, 24-25 октября 2013 г.) / отв. ред. А.В. Себелева. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2013. 113 с.

УДК 659.44

Н.С. Погорелова

магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Ю.В. Безбородова
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ИССЛЕДОВАНИЕ МНЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОСТИ ВУЗА ПО ПРОБЛЕМЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КАК ОДНОГО ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ РЕКЛАМЫ И PR

Аннотация. В статье рассматривается вопрос об одном из важных направлений работы специалиста по связям с общественностью и рекламы – создании индивидуальной визуальной коммуникации (фирменного стиля) в сфере образования. Решение данного вопроса тем более необходимо в условиях усиливающейся конкуренции на рынке образовательных услуг. В рамках исследования был проведен анализ восприятия и оценка имеющегося фирменного стиля ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет». Приводится качественный и количественный анализ результатов исследования. Автор приходит к выводу о необходимости этого вида работы в рамках вуза, более того, по совокупным оценкам целевой аудитории, фирменный стиль – это важнейших атрибут имиджа учебного заведения.

Ключевые слова: фирменный стиль; университет.

В современных условиях развития рынка образовательных услуг в последние несколько лет наблюдается тенденция к значительному снижению числа абитуриентов, желающих поступить в высшие учебные заведения. Причин сложившейся ситуации достаточно много, среди основных можно выделить демографический спад, высокие требования к ЕГЭ, увеличение стоимости обучения, а также ежегодное уменьшение числа бюджетных мест. Все перечисленные варианты вынуждают вузы бороться за студентов и, соответственно, конкурировать между собой. Конкуренция может проявляться в различных областях деятельности университета: внедрение каких-либо инноваций в учебный процесс, возможность получения грантов и проведения стажировок или любые другие процессы, направленные на достижение высоких стандартов качества. Однако этот процесс невозможен без четкой и структурированной системы визуальной коммуникации, или фирменного стиля.

Стоит отметить, что фирменный стиль, синонимами которого являются такие термины, как «визуальная айдентика», «координация дизайна», «система идентификации» и т.п. [1, с. 221] – это важнейшая составляющая рекламы и связей с общественностью. В одном термине объединена вся совокупность материальных и нематериальных ценностей. Представляя собой набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих ви-

зуальное и смысловое единство услуг, всей исходящей от организации информации, ее внутреннего и внешнего оформления [2, с. 136], он определяет не только ее имиджевый и культурно-эстетический образ, но и такие сферы корпоративной идентичности, как услуги (то, что предлагается), среда (где предлагается), коммуникация (объяснение того, что предлагается) [3, с. 53]. Поэтому учебному заведению так важно иметь свою систему идентификации, цель которой – выделять вуз из массы конкурентов, формировать спрос на образовательные услуги.

Сегодня, несмотря на многолетнее существование термина «фирменный стиль», проблема непонимания функциональных возможностей визуальных коммуникаций, их логики, верного выстраивания по-прежнему актуальна. Пренебрежительное или формальное отношение к фирменному стилю как со стороны потребителей образовательных услуг, так и со стороны учебных заведений – частое явление.

Мы изучили отношение студентов и преподавателей Нижневартковского государственного университета к фирменному стилю как к одному из основных инструментов рекламы и PR. Полученные данные позволили нам уточнить значимость системы визуальных коммуникаций в данном вузе.

В ходе исследования был проведен опрос (письменный и электронный) преподавателей, студентов и сотрудников Нижневартковского государственного университета, проанализированы полученные результаты, сформулированы выводы.

Респондентам были заданы следующие вопросы: что вы понимаете под фирменным стилем вуза; есть ли необходимость, на ваш взгляд, в фирменном стиле у Нижневартковского государственного университета; какие факторы, на ваш взгляд, влияют на восприятие фирменного стиля; какие носители фирменного стиля, на ваш взгляд, являются наиболее эффективными. А также предлагалось предложить свои рекомендации в отношении фирменного стиля НВГУ, которые соответствуют представлению респондентов о позитивном имидже вуза.

В исследовании приняли участие 187 человек, из них 119 студентов и 68 преподавателей Нижневартковского государственного университета.

Опрошенные студенты и преподаватели НВГУ по-разному понимают сущность фирменного стиля вуза и определяют его составляющие. Чуть больше половины, 55%, отметили все предложенные варианты, которые составляют фирменный стиль вуза (логотип (символ фирменного стиля и бренда полностью), канцелярия (фирменные бланки+визитки+ конверты и т.д.), рекламные материалы (флайеры, брошюры, книги, веб-сайты и т.д.), вывески (внутренний и внешний дизайн), сообщения и действия (прямые и непрямые средства общения). 16% опрошенных считают, что фирменный стиль заключается в логотипе, остальные практически пропорционально разделились во мнении, отметив в анкете отдельные составляющие фирменного стиля, см. рис. 1.

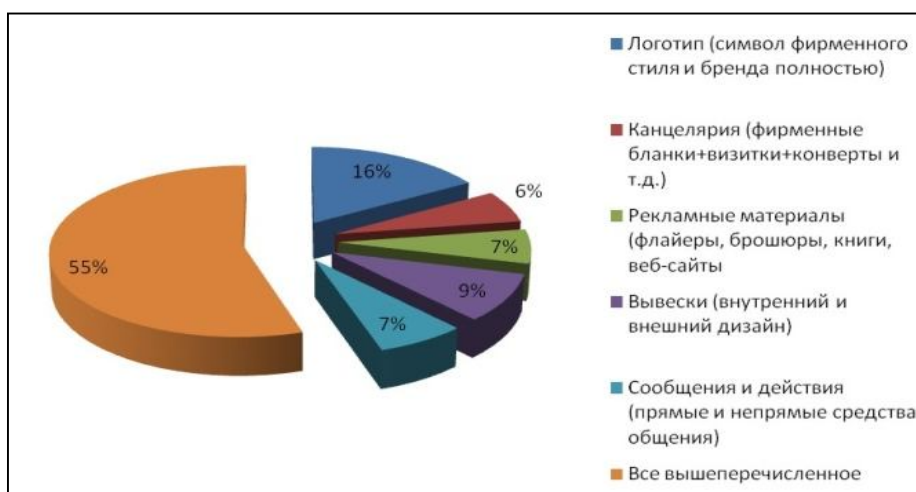


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Что вы понимаете под фирменным стилем вуза?»

Исходя из графического отображения данных исследования, см. рис. 2, можно увидеть, что 74% опрошенных уверены, что у Нижневартковского государственного университета есть необходимость в фирменном стиле. И лишь 14% считают, что без него можно обойтись, 12% – затруднились ответить на поставленный вопрос.

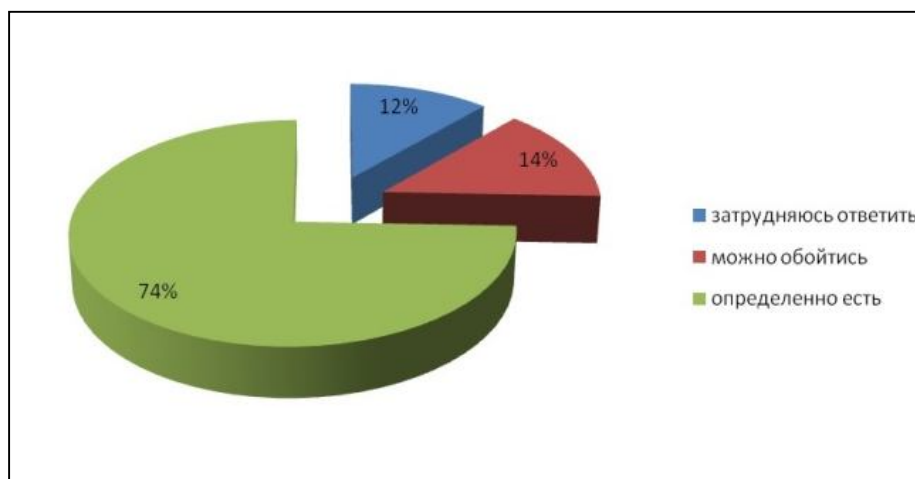


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Есть ли необходимость в фирменном стиле у НВГУ?»

Из следующей диаграммы видно, что чуть менее половины опрошенных (48%) считают визуально-эстетические характеристики (красота, удобство, минимализм, наглядность и т.п.) основными факторами, влияющими на восприятие фирменного стиля, см. рис. 3. Коммуникацию и рекламные материалы как фактор отметили 28% и 24% соответственно.

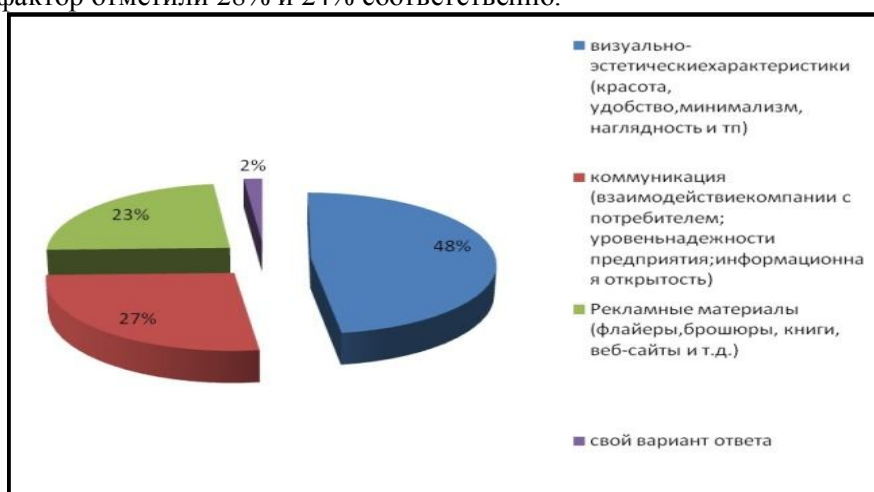


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Какие факторы, на ваш взгляд, влияют на восприятие фирменного стиля?»

В ходе исследования респондентам также задавался вопрос, касающийся носителей фирменного стиля. 30% опрошенных считают наружную рекламу самым результативным проводником фирменного стиля в системе массовых коммуникаций, см. рис. 4. Стоит отметить, что в данном вопросе были допустимы несколько вариантов ответов. Далее по эффективности следует экстерьер и интерьер (29%). Не менее значительными носителями фирменного стиля респонденты отметили корпоративную документацию и сувенирную продукцию, 21% и 18% соответственно. 2% опрошенных дали свой вариант ответа, однако уточнять, какой именно носитель фирменного стиля является эффективным на их взгляд, не стали.

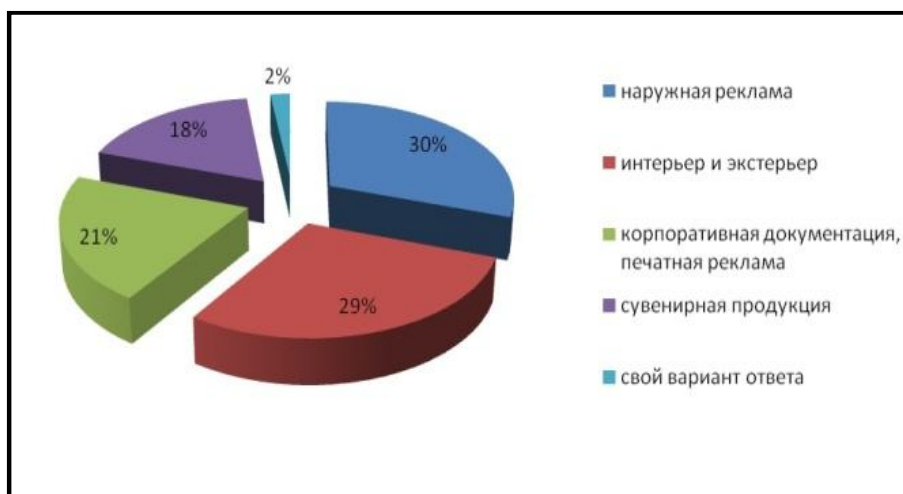


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Какие носители фирменного стиля на ваш взгляд являются наиболее эффективными?»

В ходе исследования у сотрудников и студентов Нижневартковского государственного университета была возможность высказать в свободной форме свои рекомендации и предложения по улучшению фирменного стиля НВГУ. Респонденты предлагают разнообразить и сделать доступной сувенирную продукцию университета, привести все элементы корпоративного стиля к единому визуальному и цветовому «знаменателю», обновить фирменный стиль, создать линейку корпоративной одежды и другие похожие предложения.

Таким образом, благодаря исследовательской деятельности, мы выяснили мнение сотрудников и студентов НВГУ по проблеме использования фирменного стиля как одного из инструментов рекламы и связей с общественностью.

Проведенное исследование показало, что любой бренд/фирменный стиль вуза должен быть сформирован и усилен с помощью системы визуальных приемов, которые помогут более быстрому запоминанию информации об университете среди потенциальных потребителей. В рамках такого рода приемов можно выделить: логотип, символику, стиль.

Завершив исследование, мы отметили, что для сотрудников и студентов Нижневартковского государственного университета фирменный стиль – это основа имиджевой политики вуза. Будучи заинтересованными в лаконичном, сформированном, единообразном и современном фирменном стиле, общественность НВГУ понимает его необходимость, считает, что фирменный стиль должен являться основой при создании рекламных сообщений и передавать философию организации, ее миссию, культуру, а также сферу деятельности.

Список литературы

1. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. М.: Дело и Сервис, 2011. 336 с.
2. Гольман И.А., Добробабенко Н.С. Практика рекламы. Новосибирск: Интербук, 1991. 224 с.
3. Дурович А.П. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн. 1. Основные концепции и методы. Минск: Изд-во Гревцова, 2009. 256 с.

ПОНЯТИЕ СПИЧРАЙТИНГА И ЕГО ВИДЫ

Аннотация. Актуальность данной темы обусловлена стремительным возрастанием новых технологий в сфере исследований языка и языковых особенностей, как средство влияния на массовую аудиторию. Коммуникация в современном мире становится все более многоплановой, гибкой, вместе с тем, возрастают требования ее качества и оригинальности. В данной статье рассматривается научная база понятия «спичрайтинг» и его виды на современном этапе изучения. Материалы данной работы могут быть использованы студентами направления «Реклама и связи с общественностью» в изучении технологии владения языковыми средствами при составлении и написании текстов.

Ключевые слова: спичрайтинг; спичрайтер; текст; публичные выступления; виды спичрайтинга; коммуникация; информационная речь.

Понятие «спичрайтинг» является далеко не новой темой при изучении кодированных языковых особенностей, способных оказывать влияние на общественность. В России термин «спичрайтинг» стал изучать лингвист А.Д. Кривоносов. Свои знания он опубликовал в труде «Основы спичрайтинга». По мнению автора, понятие *спичрайтинг* (от англ. «Speechwriting» – написание речи) – 1. представляет собой профессиональное написание текстов для публичных выступлений. Это специфическая PR-технология, представленная в виде техники подготовки и написания PR-текста, предназначенного для устного исполнения. В узком смысле – написание текста устного публичного выступления для руководителя (должностного лица) базисного субъекта PR. 2. разновидность профессиональной PR – деятельности, заключающейся в составлении текста устного публичного выступления для первого (должностного) лица субъекта PR и консалтинга данного лица по организации и исполнению публичного выступления [1, с. 12–13]. Особенностью спичрайтинга является то, что он сохраняет за собой право узаконенного плагиата, который в современном мире широко востребован не только в социальной, но и в политической сфере.

Написанием публичных текстов для ораторов занимается определенный человек. В профессиональной среде его называют спичрайтером. Его задачей является максимально интересно передавать мысли аудитории, чтобы выступление было не только информативным и наполненным, но и интересным, и оставляло приятные впечатления. Знание характера аудитории, для которой спичрайтер готовит текст, позволяет с точностью удовлетворить все ее потребности. Попытаемся дать определение понятию, обратившись к разным источникам. А.А. Чесанов, в «Словаре-справочнике по рекламе, связям с общественностью, средствам массовой информации» дает довольно узкое определение термину – «Спичрайтер» (от англ. «Speechwriter») – лицо, пишущее тексты выступлений для др. лица» [2, с. 93].

По мнению Л.М. Земляновой, спичрайтер – это «составитель речей для президентов и других крупных политических деятелей. Часто, для этого привлекаются журналисты, на опыте знающие, каким языком надо говорить с аудиторией с помощью различных СМИ, а на нынешнем этапе с помощью телевидения» [3, с. 211]. Из этого определения следует, что спичрайтинг, как особая профессия, зародилась в России, прежде всего в сфере политического и государственного PR.

Существует несколько видов написания текста, но основными являются деловой и политический спичрайтинг.

Деловой спичрайтинг предназначен для произнесения речей при открытии или закрытии компании, во время торжественной встречи с инвесторами, партнёрами, клиентами, а также для руководителей.

Политический спичрайтинг представляет собой написание публичной речи для представителей каких-либо политических партий, или же, организаций. Составители текста являются практически главными помощниками высокопоставленных лиц, которым приходится постоянно выступать на общественных мероприятиях, а также давать интервью по радио и телевидению.

В свою очередь, от цели, которую ставит перед собой спичрайтер, при написании текста, выделяют три основных вида речи: информационная, убеждающая и социальная. Рассмотрим наиболее распространенный жанр публичной речевой коммуникации.

Информационная речь представляет собой новую информацию, обеспечивая, при этом, ее понимание и способствует дальнейшему запоминанию. Выступающий с информационной речью, в первую очередь, должен учитывать интеллектуальную культуру аудитории и степень ее информированности.

В зависимости от конкретных задач различают следующие разновидности информационной речи – ее жанры:

1. Представление – сообщение информации о себе;
2. Объяснение – сообщение информации о предмете или явлении;
3. Инструкция – о способах действия;
4. Сообщение – о событиях или фактах;

5. Изложение своей точки зрения. В данном случае оратор не имеет намерения повлиять на убеждения другого человека, а лишь хочет рассказать, что он думает о той, или иной ситуации, как относится к обстоятельству, какому-либо предмету и т.д.

П. Сопер приводит следующий ряд требований к информационной речи: в ней ничего не должно быть спорного; она должна вызывать пытливість; она должна удовлетворять запросы слушателя; сообщение должно быть актуально [4, с. 44].

С точки зрения жанрового разнообразия информационной речи различают *доклад* и *отчет*. В докладе содержится развернутое сообщение на определенную тему. Такая речь предполагает большой объем и требует рассмотрения темы с различных сторон и подтверждение фактами, статистическими данными [5, с. 239–240]. Своего рода разновидностью доклада можно считать отчет – жанр устного публичного выступления, сообщающий о проделанной работе и предполагающий в основном констатирующую – в виде фактического и цифрового материала – часть.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что в сфере изучения спичрайтинга, как средства влияния на общественность, появляются все больше новых аспектов, способных совершенствовать написание и речь, практически до идеала. Можно заметить, как разнообразность и гибкость современной коммуникации может менять представление о структурированности речи, ее разнообразии. За счет этих факторов меняется и наполненность текста спичрайтера, появляются новые языковые средства влияния на массовую аудиторию. В современном мире, слово является мощнейшим фактором воздействия, а это значит, что спичрайтинг достиг небывалого успеха не зря. Технологии спичрайтинга являются востребованными до сих пор. Их изучают, ими интересуются и их преподают. Работа с текстами является достаточно трудоемким процессом, поэтому спичрайтеру просто необходимо тонко чувствовать психологию предполагаемой аудитории, с целью наиболее точного влияния и взаимодействия. На сегодняшний день мы видим, что спичрайтинг является одной из перспективных, а также редких, но прибыльных профессий, как в сфере PR, так и в сфере связи с общественностью.

Список литературы

1. Кривоносов А.Д. Основы спичрайтинга: учебное пособие. СПб.: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2003. 56 с.
2. Словарь-справочник по рекламе, связям с общественностью, средствам массовой информации / авт.-сост. А.А. Чесанов. СПб.: СПбГУ, 1998. 149 с.
3. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. 301 с.
4. Сопер П. Основы искусства речи. Ростов на/Д.: Феникс, 1999. 448 с.
5. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. СПб: Алетейя СПб ГУКИ, 2000. 431 с.

СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена анализу способов формирования положительного имиджа вуза. В статье подробно характеризуется структура имиджа вуза, определяются компоненты, входящие в структуру имиджа вуза, выявляются субъекты формирования имиджа образовательного учреждения.

Ключевые слова: эффективный имидж вуза; структура имиджа вуза; корпоративные и маркетинговые коммуникации.

Стремительное развитие рынка высшего образования в России в последние годы сопровождается быстрым ростом рекламно-информационной активности в этой области. Заниматься рекламой своих услуг приходится государственным и негосударственным, вновь созданным и давно существующим вузам.

Из-за огромной конкуренции на современном рынке образовательных услуг высшим учебным заведениям приходится находить оригинальные пути привлечения будущих студентов. Поэтому вузы вынуждены активно заниматься корпоративными и маркетинговыми коммуникациями, проводить различные рекламно-маркетинговые акции и работать с прессой. Работа над имиджем вуза должна вестись в стратегических целях и исходить из оценки не только современного, но и будущего положения образовательного учреждения на рынке образовательного пространства [1, с. 84]. Однако в данное время в России применение PR-технологий для привлечения внимания к образовательным услугам является относительно малоизученной сферой, изучением которой стали заниматься в начале 90-х XX века.

С возрастанием требований к качеству и системе государственного образования особенно актуально и важно стало изучение имиджа университета. Характеризуя имидж вуза, можно сказать, что он определенно влияет на профессионализацию выпускника и нахождение его позиции в определенной страте общества. Это обусловлено тем, что обобщенный образ образовательного учреждения закрепляется в сознании масс в виде стереотипов, которые накладывают отпечаток на восприятие выпускника данного вуза общественностью.

Прежде чем приступить к анализу путей формирования положительного (эффективного) имиджа вуза, необходимо уяснить, что такое «вуз». Согласно Федеральному закону «Об образовании в Российской Федерации», высшим учебным заведением (вузом) является образовательное учреждение, учрежденное и действующее на основании законодательства Российской Федерации об образовании, имеющее статус юридического лица и реализующее в соответствии с лицензией образовательные программы высшего профессионального образования [8].

Отсюда, имидж вуза – это общественное или индивидуальное мнение о качестве услуг, престиже, а также уникальных характеристиках учебного заведения, формирующиеся при помощи средств массовой коммуникации и инструментов психологического воздействия. Имидж вуза обладает рядом индивидуальных признаков, которые с помощью определенных средств оказывают воздействия на индивидуальное, групповое и массовое сознание.

Главными субъектами формирования имиджа являются руководитель, педагоги и сотрудники вуза, а также, в силу обратной связи, – различные социальные группы, заинтересованные в предоставлении образовательных услуг. К этим группам можно отнести студентов и их родителей; работников образовательных учреждений, предоставляющих образовательные услуги параллельно с университетом; работников предприятий, организаций, учреждений, принимающих выпускников на работу; работников органов управления образованием и муниципальных органов власти; местных жителей [6, с. 11].

Эффективный имидж университета – это имидж, в котором набор положительных характеристик о вузе в комплексе способствует достижению основных целей его целей, создает устойчивую ассоциативную связь между целостным образом и PR – объектом, формирует символический и паблицитный капиталы [2].

Эффективный имидж делает вуз конкурентоспособным на рынке образовательных услуг. Он привлекает квалифицированный профессорско-преподавательский состав и лучших абитуриентов. Соответственно повышается уровень преподавания и уровень выпускников. Это облегчает доступ университета к различным ресурсам: материальным, человеческим, информационным, финансовым. Формируя эффективный имидж, необходимо определить, в каком направлении работать. Для этого необходимо понять, какие элементы составляют имидж вуза. Н.К. Моисеева выделяет 8 компонентов, входящих в структуру имиджа вуза [5, с. 77].

1. Имидж образовательной услуги – является наиболее важной составляющей при формировании имиджа университета, т.к. основная задача вуза это предоставление образовательных услуг.

Основными факторами формирования имиджа образовательной организации выступают:

- качество образовательной услуги – совокупность образовательных свойств, которая соответствует современным требованиям к профессиональным компетенциям профессорско-преподавательского состава, актуальности учебных планов и материально-технической оснащенности университета [3, с. 64].

Материально-техническая база вуза также является фактором, оказывающим влияние на качество образовательных услуг. Выпускники должны хорошо знать и уметь обращаться с оборудованием, необходимым для осуществления их профессиональной деятельности. В материально-техническую базу входит еще использование современных технологий. Это открывает новые возможности представления учебных материалов и дистанционного поддержания связи между преподавателем и студентом.

Всю эту информацию потребители могут получить, опираясь на мнение общественности, при посещении образовательной организации или в сети интернет.

- новые направления подготовки – в современном темпе жизни с каждым годом меняются требования к образовательной сфере. Поэтому необходимо периодически пересматривать и корректировать имеющиеся учебные планы и разрабатывать новые образовательные программы, востребованные на ранке образования.

- степень профессиональной подготовки после окончания университета – работодатели оценивают, как выпускники освоили образовательную программу в процессе обучения и насколько хорошо они могут применять полученные знания на практике.

- стоимость образовательной услуги сейчас является очень важным аспектом при выборе вуза и направления подготовки. Интерес и уровень спроса к определенной специальности влияет на стоимость данной образовательной услуги.

- уровень зарубежных связей оценивается с помощью возможности обмена знаниями и опытом с представителями зарубежных стран. Сюда входит участие в международных школах и конференциях, возможность стажировок за границей, наличие программ обмена студентами. Поэтому университет должен налаживать связи с зарубежными вузами и предоставлять возможность студентам пройти стажировку за границей [9].

Информацию об академической мобильности вуза потребители могут просмотреть на официальном сайте.

2. Имидж потребителя университета. Потребителями услуг вуза являются группы общественности, которые заинтересованы в получении образовательных услуг, предоставляемых учебным заведением (абитуриенты всех уровней и их родители), непосредственные пользователи услуг (студенты и слушатели), а также лица, получившие необходимые услуги и пользующиеся их результатами (выпускники).

В своих трудах И.А. Синяева выделяет три фактора имиджа потребителя, которые необходимо учесть при создании эффективного имиджа вуза [7, с. 27]. Сюда входят стиль жизни, общественный и политический статус, характер потребителя.

Имидж выпускников формируется в результате уровня карьерной успешности, которого они смогли достичь после окончания университета.

Это могут быть успешные предприниматели, политики, ученые, «медийные» личности и другие. Для потенциальных потребителей будут интересны те выпускники, которые смогли прославиться.

Отсюда следует, что имидж студентов и выпускников формируется на основе показателей их успешности в различных сферах жизни вуза и общества в целом. Данную информацию часто освещают

щают в СМИ, публикуют на сайте, а также распространяют представители университета в рамках рекламной кампании.

3. Внутренний имидж университета – это представление студентов, сотрудников и преподавателей о вузе. В основе внутреннего имиджа образовательной организации лежит корпоративная культура и социально-психологический климат учебного заведения. Он отражает восприятие университета со стороны его внутренней среды, преподавателей, сотрудников и студентов.

4. Имидж руководящего состава. Имидж руководящего состава университета представляет собой имидж ректора, научного совета и руководителей крупных подразделений. По мнению Т.Н. Пискуновой, имидж руководителя образовательного учреждения включает в себя его персональные физические особенности (характер, обаяние, культура), социальные характеристики (образование, биография, образ жизни, статус, ценности, ролевое поведение), профессиональные характеристики (знания стратегии развития образования, технологий обучения, воспитания, экономических и правовых основ функционирования вуза), представление о не основной деятельности (семье, прошлом, окружении) [7, с. 24].

5. Имидж персонала – это обобщенный образ преподавательского состава.

Имидж научно-преподавательского состава формируется в сознании обучающихся, коллег, рабочего и социального окружения. В основе формирования имиджа ППС лежат уровень профессионализма и высококвалифицированная подготовка. В своих трудах А. Калюжный выделяет дополнительно такие компоненты имиджа преподавателя, как внешний образ, вербальные и невербальные средства общения, соответствие внутреннего образа профессии. Внутренний образ преподавателя складывается из его личных качеств, интереса к профессии, степени эмоциональности и способности к самообладанию [4]. Необходимо отметить, что формирование имиджа преподавателей формируется в личном общении со студентами и зависит от особенностей восприятия конкретным человеком, поэтому является сложно-контролируемым процессом.

6. Визуальный имидж университета включает в себя такие компоненты, как фирменный стиль и архитектурный дизайн. К фирменному стилю относятся корпоративные цвета, фирменный шрифт, эмблема, логотип и слоган. Специфика деятельности университета предполагает, что его фирменный стиль должен демонстрировать такие качества, как стабильность, открытость, монументальность, уверенность в завтрашнем дне, стремление к совершенствованию, а также отражать образовательное направление деятельности.

Внешний вид университета, состояние фасадов зданий, чистота в помещениях, соответствие единому стилю формируют первое впечатление об образовательном учреждении. Поэтому архитектурный дизайн должен обобщать экстерьер и интерьер учебных корпусов, аудиторий и других объектов инфраструктуры вуза.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что визуальный имидж университета является первым уровнем восприятия учебного заведения, поэтому играет важную роль при формировании общественного мнения об образе учреждения.

7. Социальный имидж – это представления общественности о социальных целях университета, о роли вуза в экономической, социальной и культурной жизни общества. Социальный имидж образовательного учреждения создается на основе данных о проводимой им социальной политике. В него входит комплекс социальных программ и мероприятий, обеспечивающих эффективное решение актуальных социальных проблем и задач. Сюда можно отнести назначение студентам различных стипендий за особые успехи в учебе, науке, спорте; оказание материальной помощи сотрудникам, преподавателям и студентам, которые попали в критическую ситуацию или сменили социальный статус; выделение средств на повышения квалификации работников, предоставление отсрочки от армии, создание условий для обучения инвалидов. Успех формирования положительного социального имиджа во многом зависит от участия в проводимых мероприятиях сотрудников и студентов, а также степени освещенности их социальной значимости в СМИ.

8. Бизнес-имидж университета формирует представление о вузе как о субъекте деловых отношений. К бизнес-имиджу образовательного учреждения относятся деловая репутация и деловая активность в бизнес среде. Благоприятные условия для сотрудничества с внешними партнерами создает предпринимательская деятельность университета. Это тоже помогает усилить позиции бизнес-имиджа вуза на рынке образовательных услуг. Для распространения информации о деловом имидже образовательной организации необходимо публиковаться в различных бизнес-изданиях, открытых годовых отчетах и СМИ.

Изучив все составляющие имиджа университета, можно сделать вывод, что для формирования эффективного имиджа образовательного университета необходимо комплексно проводить работу над

совершенствованием всех его сфер деятельности. Для этого необходимо разработать по каждому из данных направлений идеальную модель, которой вуз должен стремиться достичь путем организации различных PR-мероприятий.

Список литературы

1. Дагаева Е.А. Структура имиджа высшего учебного заведения // PR в образовании. 2007. № 3. С. 84-90.
2. Дипломба: Основные имиджевые характеристики ВУЗа. URL: <http://diplomba.ru/work/21239> (дата обращения: 03.11.2017).
3. Захарова И.В. Маркетинг образовательных услуг. Ульяновск: УлГТУ, 2008. 170 с.
4. Калужный А.А. Психология формирования имиджа учителя. URL: http://pozdneyakova.ucoz.ru/MPI/kaljuzhnyj_a.a-psikhologija_formirovaniya_imidzha_.pdf (дата обращения: 01.11.2017).
5. Моисеева Н.К. Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения // Маркетинг. 2009. № 5. С. 77-81.
6. Пискунова Т.Н. Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения: дис. ... канд. психол. наук. М., 1998.
7. Синяева И.А. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 287 с.
8. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) / Система ГАРАНТ. URL: <http://base.garant.ru/70291362/#ixzz3aoZcPstg> (дата обращения: 10.10.2017).
9. Шевченко Д.А. Имидж вуза: анализ и пути формирования / Д.А. Шевченко, А.А. Агабабян, Я.Ю. Куневич, Д.В. Стречень. URL: <http://shevchenko.rggu.ru/?p=120> (дата обращения: 01.11.2017).

УДК 659.44

Е.А. Рыбак
магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Ю.В. Безбородова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

РОЛЬ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ МЕДИАПРОЕКТОВ

Аннотация. Статья посвящена вопросу определения роли рекламодателя на рынке индивидуальных сетевых медиапроектов. В ней отображены особенности взаимодействия рекламодателя с другими субъектами рынка. Особое значение уделяется выявлению перспектив и возможностей развития, которые открываются перед автором и его медиапроектом в процессе взаимодействия с рекламодателем. Кроме того, описаны возможные риски и трудности работы медиапроекта в условиях такого сотрудничества.

Ключевые слова: сетевой медиапроект; блог; блогер; контент.

Сетевые медиапроекты достаточно давно стали привычным явлением для россиян, своеобразным форматом коммуникации в сети. Суть их существования заключается в обеспечении открытого доступа к инструментам интернет-медиа и сервисам, которые позволяют пользователям производить персональный контент, рассчитывая на максимальный охват аудитории, а также открывает новый источник информации для них.

В контексте заданной темы под понятием «индивидуальный сетевой медиапроект» мы будем рассматривать авторские проекты – блоги, которые в процессе своего развития смогли стать не только форматом общения в сети, но и способом получения заработка для его автора, что стало основой для образования нового вида рынка – рынка сетевых медиапроектов.

Для того чтобы понять, каким образом и благодаря каким событиям произошло формирование этого рынка, необходимо обратиться к истории создания и развития блогов.

Принято считать, что первый прототип блога появился в 1994 году, когда один из студентов Суортмор-колледжа – Джастин Холл создал первую в мире персональную страницу в сети. Со време-

нем это направление начинает развиваться, появляются новостные блоги и блоги формата «личных дневников» [4]. В этот период основной движущей силой авторов таких проектов было желание поделиться с аудиторией своими видениями и рассуждением.

Уже в 1998 году в сети появляется первый новостной блог, обзоревающий жизнь небольшого городка Шарлотт в Северной Каролине. Вскоре появляются специализированные сервисы для создания и ведения блогов. С течением времени доверие к блогам стремительно росло, люди стали не только верить в информацию, но и прислушиваться к ней. Это послужило началом периода масштабного распространения, который пришёлся на начало XXI века.

Если по данным на 1999 год в сети было зарегистрировано 23 блога, то к 2006 году эта цифра уже достигала 50 миллионов [7]. Рост внимания к блогам был впечатляющим. Авторские медиапроекты получили широкое признание, а с ним и высокий уровень влияния на общественность.

Не могли не воспользоваться таким высоким уровнем доверия у аудитории и рекламодатели. Пришло осознание того, что, зачастую, результаты рекламных кампаний краткосрочны, о товаре забывают или же он начинает надоедать своей навязчивостью. Другая ситуация может быть создана при рекламе в блогах, которая бы не навязывала, а советовала.

Ввиду этого, уже с 2005 года в блогах стали появляться платные рекламные заметки, которые, как и предполагалось, в первое время не воспринимались читателями, как реклама. Первооткрывателями такого способа рекламы стали английский портной Томас Мэхон и его приятель – на то время бывший топ-менеджер в сфере рекламного бизнеса – Хью Маклеод [2]. Инновационный способ рекламы оправдал свои ожидания, что послужило его оперативному внедрению в компании абсолютно разных сфер деятельности. Таким образом, сформировался новый вид коммерческих отношений между авторами блогов и рекламодателями, что привело к образованию рынка индивидуальных сетевых медиапроектов.

На сегодняшний день основными участниками этого рынка являются авторы блогов, создающие собственный контент и завоевывающие интерес и доверие своей аудитории; рекламодатели, цель которых заключается в продвижении товара своего бренда; рекламные и PR-агентства, появившиеся на этом рынке относительно давно и выступающие в качестве посредников между рекламодателем и автором блога; аудитория (читатели), на которых направлена работа блогеров и рекламодателей, и которые, в свою очередь, «платят» блогеру своим вниманием, а рекламодателю – возможной покупкой его товара.

Для того, чтобы определить роль одного из основных субъектов этого рынка – рекламодателя, необходимо определить какое значение он имеет и какие функции выполняет в процессе сотрудничества с каждым из его участников.

Во взаимоотношениях с агентствами-посредниками и потребителями общая роль рекламодателя не отличается от его роли на рекламном рынке. Для агентств, оказывающих услуги подбора наиболее подходящего медиапроекта для размещения рекламы компании, она (компания) является непосредственным источником дохода и выполняет функции заказчика.

Что же касается роли рекламодателя по отношению к аудитории на рынке сетевых медиапроектов, то она заключается непосредственно в информировании с его стороны о появлении/существовании своего товара, его качествах и характеристиках посредством размещения рекламных материалов в блогах, имеющих доверие целевой аудитории.

Более сложным, в контексте определения роли рекламодателя, является его сотрудничество с авторами сетевых медиапроектов. Для того, чтобы правильно определить значение компании-производителя в данной системе и выяснить, какое воздействие он оказывает на блог и его автора, необходимо детально рассмотреть особенности и нюансы взаимодействия этих двух участников рынка.

Конечно, первое, что приходит в голову при ответе на вопрос о том, какие возможности получает автор блога при работе с рекламодателем, – это прибыль. И с этим трудно не согласиться, ведь нынешние цены размещения рекламы на страницах известных блогеров доходят до 500 000 рублей за один пост. Такие расценки приводят к появлению на рынке блогеров, для которых создание и продвижение своих проектов – это исключительно желание заработать. Авторы блогов наполняют их контентом без использования рекламы до тех пор, пока количество подписчиков не становится достаточным, чтобы заинтересовать рекламодателей. Иногда для увеличения аудитории блогеры используют специальные интернет-сервисы или биржи (Instaplust, Vktarget, Like4u, QComment и др.), которые на платной основе искусственно генерируют и увеличивают количество читателей. Но, как правило, в погоне за прибылью такие авторы очень быстро перенасыщают свои блоги рекламными

статьями. Всё заканчивается тем, что уровень доверия к проектам у аудитории постепенно уменьшается, и в последствии они становятся непопулярны и неинтересны ни читателям, ни рекламодателям.

Однако, не смотря на существование вышеупомянутых блогеров, для большинства авторов медиапроектов возможность заработать с помощью блога – это приятное дополнение к любимому делу. Основная цель таких блогеров – писать интересные статьи на волнующие аудиторию темы, общаться со своими читателями, делиться своими мыслями и убеждениями. А уже второстепенная, но не мало-важная цель – получить прибыль от размещения рекламы, не навредив при этом своему проекту.

Хорошим примером может стать известный российский блогер Илья Варламов, основная деятельность которого представлена на платформе LiveJournal. Это общественно-политический блог, контент которого включает в себя статьи автора, которые отображают его взгляды на важные, интересующие россиян темы, разнообразные репортажи с места событий, а также рекламные материалы. Несмотря на свою высокую популярность, первое место в общем рейтинге блогеров LiveJournal, а также большое количество личных статей, реклама в блоге Ильи Варламова появляется не часто, в среднем, ограничивается двумя постами в месяц. Кроме того, все размещенные рекламные материалы отмечены знаком «*Реклама. Пост оплачен*», что показывает открытость и честность блогера по отношению к своим читателям. Такая стратегия сотрудничества и взаимодействия блогера с рекламодателем даёт возможность зарабатывать деньги, при этом не обманывая своих читателей и тем самым не причиняя вред своему проекту.

В качестве ещё одного удачного примера ведения блога с использованием рекламных материалов можно привести кулинарный видеоблог Олега Рукремова, более известного как Oblomoff. Канал этого автора размещается на видеохостинге YouTube и имеет достаточно широкую молодёжную аудиторию. Контент блога делится на два вида. Первый включает видеобзоры, в которых автор объективно оценивает блюда известных ресторанов и кафе. В эти материалы блогер не включает рекламу, с целью того, чтобы не допустить сомнения по поводу объективности обзоров у аудитории. Второй же вид контента блога включает в себя видео приготовления автором блюд с подробным описанием его собственных рецептов. В отличие от обзоров, каждый видеорецепт содержит рекламный материал – «информацию о спонсоре». Распределив среди всего контента рекламу таким образом, блогер не позволяет уменьшить уровень доверия среди аудитории и в тоже время получает прибыль от взаимодействия с рекламодателем.

Кроме роли источника дохода от размещения материала, рекламодатель косвенно может выполнять функцию стимуляции для написания новых статей и развития блога в целом. Для сохранения доверия аудитории и интереса рекламодателей автор блога должен поддерживать свой уровень активности и сохранять правильное (логичное) соотношение между своим и рекламным контентом. Таким образом у него возникает необходимость в постоянном написании материалов. Как показывает анализ российского рынка сетевых медиапроектов, количество выходящих материалов у блогеров с аудиторией более 20 000 человек в среднем составляет по пять постов в неделю (включая рекламные материалы).

Отдельно следует выделить блоги, авторами которых являются известные люди, добившиеся своей популярности благодаря своей деятельности вне интернет-пространства.

К числу таких людей в основном относятся звёзды шоу-бизнеса. Особенность их заключается в том, что большая часть читателей таких блогеров – это поклонники их деятельности, которые безукоризненно прислушиваются к своим кумирам, покупают и используют рекламные товары. И даже если эти товар не оправдывают их ожидания, они никогда не обвинят в этом свою любимую певицу или актрису, которая его посоветовала.

Хорошим примером может стать личный блог в сети Instagram российской телеведущей, модели, дизайнера и певицы Ольги Бузовой, количество подписчиков которой насчитывает больше девяти миллионов человек, большинство из которой девушки от 16 до 30 лет. С такой богатой аудиторией блог девушки является топовой площадкой для рекламодателей, что позволяет Ольге в среднем создавать по три рекламных поста в неделю и зарабатывать благодаря этому около четырехсот тысяч рублей [3; 8]. Несмотря на частоту публикации рекламы, аудитория блога Ольги Бузовой не уменьшается.

Ещё одна возможность, которая открывается для блогеров при сотрудничестве с рекламодателями – это увеличение числа своих читателей. Как бы это не звучало, на первый взгляд, парадоксально, рекламные публикации в блоге могут привлечь новую аудиторию. Потенциальный читатель может попасть на рекламную статью блогера в процессе поиска информации или отзывов об интересующем его товаре. И в том случае, если обнаруженная статья действительно ему понравится, он обратит внимание на весь контент блога и, вполне вероятно, станет его новым читателем.

Особенно четко такая тенденция прослеживается в ситуации с так называемыми «мама блогами», основной контент которых строится на статьях о воспитании, питании детей, а также разнообразных товарах, которые помогают мамам в период декретного отпуска. Главной психологической характеристикой целевой аудитории такого блога является тщательность и дотошность в выборе товара для женщины и её ребёнка. Таким образом, после прочтения одной интересной и полезной статьи о каком-либо товаре в блоге ещё незнакомого ей автора у женщины возникнет желание посмотреть другие его материалы с целью узнать для себя что-то новое. И убедившись в том, что контент автора ей действительно интересен и может быть полезен, женщина становится новым постоянным читателем блога.

Кроме того, не стоит забывать и о выдаче в поисковых системах, механизм которой также может улучшить рейтинг блога. При вводе в поисковую строку названия того или иного бренда, очень вероятно, что на одной из первых страниц можно наткнуться на рекламную статью блогера про продукт этой компании.

Так, в поисках информации про инновационное средство Blossomsib уже в конце первой страницы можно найти ссылку на статью в блоге Кати Долгоруковой, которая посвящена подробному описанию средства и его чудотворных возможностей. Таким образом, существует высокая вероятность того, что читателем будет замечена не только статья, но и блогер, который её опубликовал.

Несмотря на все вышеперечисленные возможности, которые открываются перед блоггером в процессе работы с рекламодателем, существуют серьёзные риски такого сотрудничества, которые могут привести к потере аудитории блога, а иногда даже к полному краху проекта.

Главное для блогера – это доверие и уважение со стороны читателей, которые автор старательно завоевывает своим трудом и открытостью перед аудиторией. Вероятность потерять эти два важных аспекта очень велика, а с размещением рекламы на своём блоге автор поднимает уровень риска практически до максимальной отметки.

Мнение по данному вопросу высказывает в своей статье российский блогер Михаил Шакин, который убежден в том, что любая текстовая реклама в виде статей или заметок наносит значительный вред блогу. Автор поясняет: «Блоггер не просто направляет часть посетителей своего ресурса на сайт рекламодателя. Он теряет намного более ценную вещь – доверие своих читателей. ... Доверие читателей восстановить очень и очень трудно. Даже один рекламный пост – это как ложка дегтя в бочке меда. Он все портит» [6].

В статье Михаил Шакин утверждает, что для сохранения доверия аудитории реклама не должна никаким образом затрагивать текстовый контент блога. Однако, наблюдение показало, что всё больше популярных блогеров размещают рекламные статьи и посты в своих аккаунтах, не теряя при этом читателей. Таким образом, можно сделать вывод, что потеря аудитории связана не столько с самим фактом размещения рекламы, сколько с ошибками блогеров, которые они допускают в процессе её создания и распространения на страницах проекта. К таким ошибкам, как уже было сказано ранее, в первую очередь относится размещение неправдивой рекламы. Блоггер ни в коем случае не должен врать своему читателю, ведь именно правдивость является основой для построения доверительных отношений. Интересно с задачей правдивого рекламного контента справляется уже упомянутый блоггер Илья Варламов, последняя размещённая реклама которого посвящена новому телефону бренда LG. Этот материал представлен в виде видеобзора, в котором автор подвергает телефон разнообразным испытаниям, которые подтверждают одно из самых важных качеств нового смартфона – прочность.

Таким образом, блоггер не просто заявляет на словах о характеристике телефона своим читателям, он доказывает им и себе, что это качество не выдуманно, а действительно присуще этому смартфону.

Ещё одной распространённой ошибкой при размещении рекламы в блоге является публикация статей о товарах одного вида разных брендов. Согласно наблюдениям, такую погрешность чаще всего допускают бьюти-блогеры, размещая рекламу похожих средств с практически одинаковыми характеристиками и позиционируя каждое, как лучшее. Таким образом, у читателя возникает недоумение: какое же из средств советует блоггер. Что в результате становится причиной потери доверия к материалам автора.

Не стоит забывать и о проблеме перенасыщенности рекламой, которая является глобальной и присуща не только блогам, но и другим каналам распространения. Эта ошибка представляет большую опасность для автора и может стать причиной быстрой потери читателей и интереса со стороны рекламодателей.

Изучив и проанализировав возможные исходы взаимоотношений двух главных участников рынка индивидуальных сетевых медиапроектов, а также проследив какие последствия для авторов таких проектов может иметь сотрудничество с компаниями, желающими продвигать свой товар/услугу, стало возможным определить какую же именно роль играет рекламодатель на этом рынке. Несмотря на все положительные последствия размещения рекламы в блоге, роль рекламодателя в процессе сотрудничества с автором может стать губительной по отношению к блогу. Для воплощения главного страха блогера – потери доверия своих читателей, иногда достаточно всего одной рекламной статьи.

В большинстве случаев на стадии утверждения рекламного продукта и материалов для размещения автор проекта, иногда не подозревая этого, самостоятельно делает выбор роли рекламодателя: будет она позитивной и принесёт пользу ему и его проекту или же негативной, способной уничтожить кропотливо заработанное доверие и интерес аудитории.

Список литературы

1. Блог Ильи Варламова. URL: <http://varlamov.ru> (дата обращения: 14.05.2017).
2. Блог Олега Рукремова. URL: <https://www.youtube.com/user/rukremov> (дата обращения: 14.05.2017).
3. Блог Ольги Бузовой. URL: <https://www.instagram.com/buzova86/?hl=ru> (дата обращения: 14.05.2017).
4. Ешанов С. Как брендам эффективно использовать блогеров в коммуникации. URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2016/04/29/133600.phtml> (дата обращения: 01.05.2017).
5. Реклама в блогах – важно быть первым. URL: <http://www.pr-blogger.ru/stati/376/> (дата обращения: 14.05.2017).
6. Шакин М. Какой вред наносят рекламные посты. URL: <http://shakin.ru/other/paid-posts-harm.html> (дата обращения: 14.05.2017).
7. Эволюция блогеров – экскурс в историю блогов. URL: <http://www.klubok.net/article2199.html> (дата обращения: 14.05.2017).
8. Юдева А. Место свободно: сколько стоит реклама в Instagram Собчак, Бони, Бузовой и других. URL: https://www.cosmo.ru/stars/stars_online/mesto-svobodno-skolko-stoit-reklama-v-instagram-sobchak-boni-buzovoy-i-drugih/ (дата обращения: 14.05.2017).

УДК 659

С.В. Секриеру
студент

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ В РЕКЛАМЕ БРЕНДА

Аннотация. В статье анализируются современные стратегии в рекламе бренда. Рассматривается понятие бренда, условия его формирования и механизм продвижения. Отдельное внимание уделяется информации о практикуемых вариантах стратегий в современной рекламе.

Ключевые слова: бренд; рекламные стратегии; стратегии продвижения бренда; механизм продвижения.

В условиях современного рынка рекламы популяризация нового бренда занимает одну из главных позиций в продвижении нового продукта. Также не менее значимый элемент успешной деятельности фирмы – это верно разработанная маркетинговая стратегия, формирующая положительное отношение к бренду потенциальной клиентской аудитории.

Понятие «бренд» уже освоено профессиональным сообществом в области рекламы в нашей стране и активно набирает обороты [4, с. 117]. Стоит отметить, что в настоящее время наибольшая значимость придается понятию «бренд» в процессе получения товаров, которые относятся к классу высокотехнологичных. Покупатель не сможет только по внешнему виду оценить качество и надеж-

ность продукции данной торговой марки. Поэтому основным фактором, влияющим на выбор товара, является его принадлежность бренду конкретной компании.

Перед вхождением товара на рынок, компания разрабатывает собственную стратегию продвижения бренда. Стратегию брендинга следует рассматривать не как формальную проблему разработки бренда, а как вопрос определения денежных потоков, которые необходимо создать между различными частями и товарами компании [1, с. 272]. Существуют несколько современных стратегий продвижения бренда.

Первая стратегия – это позиционирование. Позиционирование представляет собой краткое изложение сущности бренда и признаков его идентификации. Также при стратегии позиционирования описываются основные конкурентные преимущества товара.

Грамотное позиционирование позволяет товару избежать «безликости», благодаря чему удается отстраниться от конкурентов и зафиксировать рыночные позиции.

Следующая стратегия продвижения бренда – это коммуникационная стратегия. Задача коммуникационной стратегии – построение положительного отношения потребителей к продвигаемому бренду. При этом учитываются такие аспекты как: ситуация на соответствующих рынках; поведенческие факторы целевой аудитории; доминирующий метод продвижения бренда; бюджет, выделяемый на продвижение бренда.

Коммуникационная стратегия имеет три базовых направления: маркетинговое; креативное; медийное. Главные инструменты работы в маркетинговом направлении – исследование фокус-групп, организация опросов, интервьюирование респондентов и другие способы получения необходимой статистической информации.

Креативная стратегия в рамках коммуникационной стратегии ориентирована на формирование визуальных образов, слоганов, эмоциональной окраски продаваемого бренда. В рамках медийного направления выбираются каналы коммуникации, определяется последовательность их использования, становится известным необходимый объем затрат на проведение рекламной кампании.

Итог реализации коммуникационной стратегии – построение в сознании целевой аудитории образа бренда и его увязка с определенными ценностями, которые достижимы только посредством приобретения данного товара.

Как уже отмечалось выше, креативная стратегия – часть коммуникационной стратегии. На данном этапе конкретное воспринимаемое очертание должна получить базовая идея бренда. Креативная стратегия всегда строится с учетом тех выводов, которые были сделаны еще на фазе позиционирования. Все материалы должны базироваться на четком понимании целей и задач всего комплекса мероприятий по продвижению бренда.

Если креативная стратегия сформирована правильно, то она позволяет добиться ряда целей: является базовым форматом для всех аудиовизуальных рекламных продуктов; притягивает внимание потребителя, устанавливает личность покупателя и образ бренда; быстро проясняет конкурентные преимущества продвигаемого товара, применяя образы, доступные потребителю; выделяет рекламную кампанию бренда в общем потоке рекламной информации. Механизм создания креативной стратегии должен учитывать следующие принципы: необходимо точно определить ограничения, которые и удерживают потребителей от покупки.

Медиа стратегия строится на законах логики долгосрочного планирования. Под логикой стратегического планирования необходимо понимать набор последовательных, согласованных и обоснованных действий, направленных на решение проблемы планирования [3, с. 210]. Медиа стратегия включает в себя следующие логические этапы: выбор самой медиа стратегии; постановка медиацелей и медиазадач; выбор СМИ; разработка механизма размещения рекламных материалов в СМИ. На первом этапе определяются охватываемая целевая аудитория и частота информационных контактов с ней, а также тип контактов. Данный выбор осуществляется на основании исследования рынка. При разработке стратегии также очень важно учитывать бюджет, в который входят те или иные затраты на проведение рекламной кампании. Далее, в соответствии с избранной стратегией, устанавливаются определенные измеримые показатели ожидаемого медиавоздействия и ставятся задачи по их достижению.

После этого отбираются СМИ, оптимально подходящие для достижения поставленных целей и определяется график подачи рекламных материалов.

Когда найдена необходимая стратегия по продвижению бренда, вырабатывается механизм его продвижения. Механизм продвижения бренда начинается с составления плана мероприятий, которые направлены на выдвижение разрабатываемого бренда. Программа по его продвижению достаточно обширна. Выделяют следующие этапы продвижения бренда: исследования, постановка цели и зада-

чи, разработка стратегии продвижения, бюджет, воплощение стратегии в жизнь и оценка результативности проведенной работы.

На этапе исследования собирается различная информация, которая будет служить основой для следующих мероприятий. Проводится так называемый ситуационный анализ, который включает: оценку новой марки и ситуации, которая вокруг нее сложилась (популярность, потребительское отношение); установление конкурентоспособных преимуществ продвигаемого товара; анализ конкурентной среды; постановка определенных целей. Эта информация станет базой при разработке концепции продвижения бренда.

Сведения, полученные в ходе проведения первого этапа, берутся за основу при разработке целей. На этом этапе дается верная формулировка целей и задач продвижения. Чаще всего осуществляется разработка задач для конкретной целевой аудитории.

После предыдущих этапов наступает время, когда необходимо приступить к разработке стратегии продвижения. Здесь главными факторами, воздействующими на весь комплекс, становятся: вид рынка, аудитория и стадия, на которой находится бренд. Этот шаг целиком посвящен реализации разработанного плана, сосредоточенного на популяризации нового бренда. На финишной стадии проводится полный анализ полученного результата, а также дается оценка эффективности проведенной работы и оценивается качество достижения избранных целей.

Что касается методов продвижения бренда, то они могут различаться от ситуации к ситуации, ведь сформировать лояльность к новой марке не всегда просто. Для успешного продвижения на рынок, новое товарное имя обязано позитивно восприниматься потенциальной потребительской аудиторией на слух. В результате этого один раз сформированный положительный имидж необходимо поддерживать непрерывно, в не зависимости от стадии его существования.

Сила бренда – в достаточной степени субъективное, но поддающееся измерению понятие. Индикаторами, включаемыми в показатель «сила бренда», являются стоимостная оценка бренда и оценка степени «продвинутости» бренда, вырабатываемая на основе замеров степени известности бренда среди покупателей) по отдельным регионам или целевым группам и степени «вовлеченности в потребление бренда», или «лояльности к бренду, целевой аудитории и ее отдельных сегментов» [6, с. 220].

Для продвижения бренда используются различные маркетинговые инструменты. Чтобы запустить процесс популяризации нового имени товара следует тщательно отнестись к разработке плана стратегических мероприятий, способных учесть его особенности, свойства его потенциальной аудитории, ее предпочтения и прочие нюансы. Но разработка стратегического планирования подразумевает применение множества видов маркетингового инструмента.

Самой распространенной является ATL-реклама. Категория ATL представляет собой классический вариант рекламы. Это инструмент продвижения, выбираемый рекламодателями наиболее часто. Такая реклама разделяется на следующие типы: телевизионная; радиореклама; реклама в печатных изданиях; наружная; расположенная на автотранспорте.

BTL рекламная технология представляет собой совокупность маркетинговых мероприятий, которые направлены на конкретизированное влияние, нежели прямая реклама. BTL дает возможность донести рекламное сообщение до индивидуального потребителя. Реклама этой категории включает следующие варианты продвижения: активизирование сбыта посредством торговых представителей; активизирование потребительского сбыта; выставки, как возможность показа; специализированные мероприятия; программы лояльности для клиентов; трейд-маркетинг.

Благодаря столь узкой направленности BTL реклама становится все более востребованной. Грамотное применение этого маркетингового инструмента позволяет значительно снизить затраты, необходимые для продвижения. Кроме этого конечный потребитель получает полную информацию о раскрываемом товаре.

Используя современные инструменты интернет-технологий для продвижения бренда на рынок, компания достигает наибольшую результативность экономических показателей. С помощью интернет-технологий появляется возможность применения самых распространенных методов продвижения во всемирной паутине. К ним относятся: поисковая оптимизация; все виды рекламных технологий, которые можно встретить в интернете; SMM и вирусный маркетинг; приобретение трафика; рассылки, носящие тематический характер.

Данный способ предоставляет просто огромные возможности для раскрутки бренда. Более того, многие компании могут позволить использование в качестве маркетингового инструмента в процессе популяризации бренда исключительно лишь этот канал.

В современном мире все больше популярностью пользуется продвижение бренда через социальные сети. Большая часть пользователей Интернета находится исключительно в социальных сетях, где ведет достаточно активную виртуальную жизнь, поэтому получить эту аудиторию через поисковые системы практически невозможно. Если составить список наиболее популярных социальных интернет-ресурсов, то список лидеров возглавят: Вконтакте, Facebook и Одноклассники.

Список литературы

1. Капферер Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / пер. с англ. Е.В. Виноградовой; под. общ. ред. В.Н. Домнина. М.: Вершина, 2007. 448 с.
2. Мельникова Н.А. Медиапланирование: стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний. М.: Дашков и К, 2009. 177 с.
3. Патрахина Т.Н. Логика и принципы стратегического планирования: теоретический аспект // Стратегическое планирование развития городов и регионов: IV Международная научно-практическая конференция памяти первого ректора ТГУ С.Ф. Жилкина (Тольятти, 30 июня 2014 года): сборник научных трудов: в 2 ч. / отв. ред. Ю.А. Анисимова. Тольятти: Изд-во ТГУ, 2014. Ч. 1. 342 с.
4. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2015. 391 с.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направлению подгот. (спец.) «Связи с общественностью». М.: Дашков и К, 2011. 323 с.
6. Ян В. Проведение рекламных кампаний: стратегия, структура, носители. М.: ООО «Вершина», 2003. 240 с.

УДК 659.127.3

Н.В. Терещенко

студент

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ИМИДЖ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НАУЧНОЙ ДЕФИНИЦИИ

Аннотация. Автором представлены этапы становления понятия «имидж», предпринята попытка систематизировать сущность и содержание данной научной дефиниции с позиции справочных изданий и авторских подходов зарубежных и отечественных исследователей.

Ключевые слова: имидж; образ; субъект; стереотип.

В современном мире люди всё чаще стали обращать внимание на проблему восприятия образа. Создание «образа» делового человека становится сегодня важной целью, достижение которой помогает успешно реализоваться в профессиональной и общественной деятельности. В настоящее время имидж играет важную роль не только в шоу-бизнесе и бизнес-среде, но и в системе образования, политике, медицине, культуре, спорте и других сферах деятельности человека.

Считается, что первым, кто ввёл научное понятие «имидж», а также обосновал, какую пользу он принесёт бизнес-сообществу, был американский экономист К. Болдуинг в 60-х годах XX века. В свою очередь история формирования понятия берёт своё начало еще в V веке до н.э. В Древней Греции философ Сократ призывал молодых людей обращать внимание на свой внешний вид и смотреться в зеркало. Другой известный представитель античности Цицерон писал, что «лицо – зеркало души» и люди всегда оценивают человека по его внешнему виду, и лишь потом дают оценку его действиям. Представитель эпохи Возрождения итальянский мыслитель Н. Макиавелли обратил внимание на формирования идеального образа правителя и представил результаты в виде прикладных рекомендаций в трактате «Государь». Он описал методы управления государством, обозначил перечень лич-

ностных качеств правителя, а также проиллюстрировал свои наставления примерами современников и других исторически выдающихся личностей.

В России понятие «имидж» заинтересовало умы деятелей науки лишь в 70-х годах XX века. Начало развития имиджологии положили такие российские учёные как В.М. Шепель, Г.Г. Почепцов, А.Ю. Панасюк и др. Стоит отметить, что понятие «имидж» получило распространение в различных сферах профессиональной деятельности российского общества, об этом свидетельствует широкое разнообразие трактовок данного термина. Так, например, тема социально-психологической природы власти и имиджа политика нашла отражение в исследованиях Б.Н. Хатунцева, П.С. Гуревича, А.Б. Зверинцева, А.Ю. Николаева и др. Специфика формирования имиджа в спорте представлена в исследованиях Н.Н. Степановой, С.И. Гуськова, С.А. Фомичева, Н.М. Фроловой и др. Особый вклад в формирование содержания понятия внес известный русский театральный режиссер К.С. Станиславский в труде «Работа актера над собой», где он даёт трактовку понятию «маска» как синонима понятия «имидж». Имидж как неотъемлемый атрибут современной системы образования рассмотрен в работах Т.Н. Патрахиной, К.С. Вялковой, С.Н. Захаровой и др.

Разнообразие сфер применения понятия «имидж» обусловило наличие достаточно обширного количества определений данного термина. Рассмотрим сущность и содержание понятия с позиции справочных изданий и авторских подходов зарубежных и отечественных теоретиков и практиков.

Как было указано выше, научная дефиниция впервые стала использоваться в США. В словарях иностранных слов даются следующие определения термина «имидж»:

– «образ, создаваемый преднамеренно для того, чтобы показать мировоззрение, характер и пристрастия, внутренний и внешний облик кого-либо [2, с. 241]»;

– «представление о чьём-нибудь внутреннем облике, образе [5, с. 142]».

Данные определения формируют общее представление о научной дефиниции.

В свою очередь, Большой энциклопедический словарь (БЭС) даёт следующую трактовку: «имидж – это представление мнение, образ, сложившийся в обществе о каком-либо объекте (человеке, организации, товаре и т.д.) [7, с. 671]». Определение БЭС имеет сходства с толкованиями словарей иностранных слов, но отличается указанием на возможность применения «имиджа» не только к человеку, а также к фирме, товару, мероприятию.

Немаловажным является тот факт, что в русском языке имиджем как инструментом управления общественным мнением заинтересовались лишь в конце XX века. После изменения политической системы, а также с появлением частного бизнеса и формированием рыночной экономики в России встал вопрос о создании узнаваемого товара в условиях конкуренции. В этот период имидж понимался, как «впечатление, мнение о лице коллективе, учреждении, вещи и т.п., создаваемое заинтересованными лицами; индивидуальный стиль, облик, характеризующий лицо, группу лиц, учреждение и т.п. [11, с. 264]».

В психологии под имиджем понимают «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо [10, с. 236]». В данной научной сфере имидж рассматривается как стереотип, а значит образ, который сформировался в обществе, не всегда может соответствовать действительности. Стоит обратить внимание, что «имидж», может формироваться как стихийно, так и искусственно, являясь результатом работы специалистов в области политической психологии, рекламы, маркетинга и пр. Самым эффективным способом формирования имиджа является использование средств массовой коммуникации (телевидение, радио, газеты, интернет).

Сегодня понятие «имидж» активно используют как инструмент создания образа политика для продвижения его на «арене выборов» и для увеличения его популярности в обществе. Политологи определяют имидж, как «образ политического лидера, деятеля, партии, который складывается в общественном мнении, сознании, оказывает воздействие на авторитет и влияние (рейтинг) его носителя [4, с. 163–164]».

В сфере коммуникологии имидж – это «целенаправленно сформированный образ (какого-либо лица, предмета, явления), выдающий определённые ценностные характеристики, призванный оказывать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации рекламы и т.п. [13, с. 191]». В данной сфере «имидж» рассматривается как искусственно созданный в массовом сознании внешний вид, где акцентируется внимание на значимых деталях, которые влияют на общественное сознание и формируют либо положительный, либо отрицательный характер в зависимости от поставленных целей.

В свою очередь экономика трактует понятие «имидж», как «образ делового человека, представление о нём, складывающееся у окружающих, репутация», а также как «образ фирмы, товара, услуг, обеспечивающий положение фирмы на рынке, верность покупателя фирменной марке» [8, с. 152].

Особое место имиджу отводится в маркетинге, как науке, занимающейся изучением потребительского поведения в условиях рыночных отношений. Имидж – это «образ, с которым товар ассоциируется у потребителя после проведения маркетинговой компании [1, с. 69]». Главной целью работы над имиджем выступает создание узнаваемого образа товара. Изучением и разработкой «имиджа» занимаются имиджмейкеры. Их работа непосредственно связана с рекламой, потому что «имидж» как говорилось выше «создаёт благонадежный образ товара или услуги, в рекламе ориентируются на следующее определение: «спроектированный или стихийно сложившийся публичный образ, не точное и однозначное отражение достоинств и характеристик предприятия, а комплекс представлений потребителя о фирме и её продукции, играющий наиболее важную роль в решении о покупке [9, с. 64]».

В настоящее время сложились и авторские трактовки данного понятия, как в зарубежной, так и в отечественной науке и практике. По мнению Ф. Котлера, которого называют «отцом современного маркетинга», «имидж» – это часть «эмоционального маркетинга», имидж является мощным оружием, чтобы завладеть умами и сердцами потребителей [3, с. 39]. Автор отмечает тот факт, что многие современные компании переходят на формирования образа товара или услуги, влияющего именно на эмоциональное состояние потребителя.

По мнению российского профессора А.Н. Чумикова, «имидж – это заявленный образ или заявленная позиция, та, которую мы сформулировали и хотим продвигать в сознании целевых групп [12, с. 18]». Ученый делает акцент на обязательной адресности имиджа, имидж формируется исключительно с учетом специфики целевой аудитории, которая будет потребителем товара или услуги. К целевой аудитории принято относить совокупность лиц, которые объединены общими критериями и имеют заинтересованность в отношении деятельности компании, товара, услуги, человека [6, с. 23].

Представляет интерес и подход к определению понятия «имидж» М.В. Шепеля. Он сравнивает имидж его с «увеличительным стеклом», через которое проявляются лучшие личностные и деловые качества человека и, которые формируют общественное мнение о представителях профессий. Например, врачи, которые представляются нам в белых халатах и всегда доброжелательно относящиеся к пациентам; учителя как первые наставники детей, дающие знания об окружающем мире и т.д. [14, с. 18].

Подводя итоги вышесказанному, можно констатировать, что научная дефиниция «имидж» имеет длительную историю формирования и развития в различных сферах человеческой деятельности. На протяжении более полувековой истории понятие нашло применение в экономике, политике, образовании, спорте и других сферах деятельности. Сегодня оно применимо к товару, услуге, компании и человеку. Проблема формирования имиджа носит актуальный характер в современном обществе и представляет интерес, как среди ученых, так и среди практиков, о чем свидетельствуют многочисленные публикации.

Список литературы

1. Глоссарий по маркетингу: учебное пособие для бакалавров / под общ. ред. С.В. Карповой, Н.И. Перцовского; отв. ред. И.А. Фирсова. М.: Издательство «Палеотип», 2013. 336 с.
2. Егорова Т.В. Словарь иностранных слов современного русского языка. М.: Аделант, 2014. 800 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2012. 211 с.
4. Краткий энциклопедический словарь-справочник (политология) / отв. ред. Ю.С. Борцов, науч. ред. И.Д. Коротец. Ростов н/Д: Феникс, 1997. 608 с.
5. Крысин Л.П. Новый словарь иностранных слов. М.: Эскимо, 2005. 480 с.
6. Патрахина Т.Н., Долгина Е.С. Основы репутационного менеджмента: теория и практика: учебно-методическое пособие. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2014. 83 с.
7. Первый толковый БЭС. СПб.: Норинт; М.: ИД «РИПОЛ классик», 2006. 2144 с.
8. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь / 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2008. 512 с. С.152
9. Середа К.Н. Справочник по рекламе. Ростов н/Д: Феникс, 2010. 301 с.
10. Словарь психолога-практика / сост. С.Ю. Головин. 2-е изд., перераб. и доп. Мн.: Харвест, 2001.
11. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складневской; Российская академия наук, Институт лингвистических исследований. СПб.: Изд-во «Фолио-Пресс», 1998. 1421 с.

12. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2012. 159 с.
13. Шарков Ф.И. Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. 768 с.
14. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. М., 1998. 474 с.

УДК 659.123

С.В. Титаренко

магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.Е. Белькова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАЗГОВОРНОГО СИНТАКСИСА В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

Аннотация. В статье анализируются особенности использования разговорного синтаксиса в современной рекламе. Демонстративное употребление разговорной речи в рекламе преобразовывает общую композиционную речевую структуру рекламных текстов, добавляет элементам разговорной речи экспрессивный характер. Все это взаимосвязано с языковыми средствами всех уровней, в первую очередь, лексических и синтаксических.

Ключевые слова: разговорный синтаксис; разговорная речь; реклама; актуализирующая реклама; неполная конструкция; конструкция добавления; вопросительная конструкции; бессоюзные подчинительные конструкции.

Разговорный стиль – это функциональный стиль речи. Он предназначен для неформального общения, когда автор делится своей информацией по бытовым вопросам в неофициальной обстановке. Особенностью разговорного стиля является его синтаксис. В нем выражается неподготовленность разговорной речи.

В тестах рекламных сообщений разговорным стилем оформляются диалоги участников, что помогает придать большей реальности и правдивости рекламным текстам. В разговорной речи довольно хорошо известны структуры, которые осуществляют функции отсутствующей части высказывания, то есть главное самостоятельное и придаточное самостоятельное. К примеру, такая фраза: «Ой, не знаю, не знаю...», которая может употребляться в конце разговора и предполагать в той или иной степени сложный конфликт. В таком случае, благодаря интонации, с которой она произносится, данная структура выполняет функцию главного и незамещенного придаточного предложения: «...что дальше будет».

Придаточные самостоятельные предложения применяются в том случае, когда их содержание незамещенного главного раскрывается в интонации и союзе или союзном слове, или подсказывается самой структурой предложения. Так, например: «что есть она, что нет её». В данном случае подразумевается «все равно, что есть она, что нет её». Разговорный стиль речи выделяется многообразием типов неполных конструкций.

Также используют незамещенное синтаксическое расположение глагола-сказуемого в конструкциях типа: «он домой». Такая позиция будет ясна в зависимости от ситуации контекста. Незамещенными могут быть:

- глаголы движения, например: «Ты куда? – только в магазин»;
- глаголы речи: «Не слишком-то это интересно – вы побыстрее»;
- глаголы со значением, близким к значению «заниматься, учиться»: «Он каждое утро – зарядкой. Постоянно».

Разговорная речь подчеркивается высокой эмоциональностью, что достигается многообразными способами, например, порядком слов и интонацией. Для того чтобы указать внимание на определенной части рекламного сообщения, которая выражена прилагательным в роли сказуемого, ее ставят в начало предложения. В связи с этим она берет на себя логическое ударение и отделяется от существ-

вительного безударного связкой *быть*: «теплое было лето»; «небольшая была лужица»; «вкусные были блины»; «красивое было платье»; «широкое было поле»; «яркое было солнце».

Для рекламных текстов характерны следующие элементы разговорной речи:

- конструкции добавления: «А сын ваш, он спортсмен?»; «Сосед ваш, он гений?»; «Рано утром, на рассвете» (такие конструкции составляют 35% от общего числа);
- вопросительные конструкции с дополнительной фразовой границей «Это ты специально, да? Подставил его?!»; «Вы давно ищете тушь? Которая бы держалась на ресницах 24 часа?!»; «Варить суп? Легко!»; «Вы все еще кипятите? Тогда мы идем к вам!» (в текстах рекламных сообщений используются до 40% таких конструкций);
- бессоюзные подчинительные конструкции «Дай листок расписку написать»; «Будешь булочки – бабуля испекла?»; «Вы не раз вставали среди ночи – не проснулся ли ваш малыш?» (25% от общего числа синтаксических конструкций) [2, с. 123].

В разговорном стиле нет конкретно закрепленного расположения компонентов словосочетания. Отсюда следует что, главным средством актуального членения является не порядок слов, а их интонация и ударение. Активными средствами в текстах рекламных сообщений являются отдельные выделительные слова и повторы. К примеру: «А скидок что? Сегодня не будет?»; «А занятия что? Отменили?»; «А сегодня что? Среда?».

Для синтаксиса разговорной речи в рекламных текстах характерны такие особенности как: эмоциональность, образность, конкретность и простота речи. Например, ситуация в хлебном магазине, когда фраза: «Пожалуйста, со злаками, один», не кажется странной.

В разговорном стиле речи, преимущественно при быстром её темпе, допустимо большая редукция гласных, вплоть до полного их выпадения и упрощения групп согласных. Словообразовательными особенностями рекламного стиля являются широко употребляемые суффиксы субъективной оценки, например: морозец, билетик, водица, головушка, городишко, дороженька, полюшко, словечко, воробушек и так далее.

Для увеличения экспрессивности применяется удвоение слов: умный-умный! добрый-предобрый; хороший-хороший; чуть-чуть; очень-очень; черный-пречерный; белый-белый. Ограничена абстрактная лексика, иноязычные и книжные слова. Например: «Эксклюзивная одежда и обувь для прекрасных Дам! Посетите наш магазин! Найдите свой стиль!»; «Не пропустите! Скидки до 50%! ЦентрОбувь. Яркий выбор для модных и стильных!»; «Найдете дешевле чем в М.Видео – мы снизим цену! И подарим купон на 1000 рублей! М.Видео – нам не все равно!».

Для разговорного синтаксиса в современной рекламе свойственны определенные стилевые черты:

- неофициальность, непринужденность;
- неподготовленность речи;
- автоматизм речи;
- диалог, реже встречается – монолог;
- сопровождение речи жестами и мимикой;
- конкретизированный характер речи;
- эффективность речи [1, с. 414].

В разговорном синтаксисе используются фразеологизмы, которые придают речи выразительность, например: тяжелый на подъем. А также можно встретить авторские новообразования, обусловленные условиями общения, речевой ситуацией: «обувь на все случаи жизни»; «Nivea. Все, что нужно вашей коже»; «Konica. На память»; «Wella. Вы великолепны»; «золотое время для карты GOLD American\$»; «Coldrex – семь бед – один ответ»; «ремонтируйте зонтики пока не грянул гром», «возьмите мех на душу», «Молоко «Домик в деревне» вкусно как у бабушки»; «Tide – долой домашний арест»; «Септолете Тотал. Твое горло – твоя сила» и др.

Разговорная речь, разновидность литературного языка, в основном реализующаяся в устной форме в ситуации неподготовленного, непринужденного общения при непосредственном взаимодействии партнеров по общению. Главной сферой реализации разговорной речи является повседневная коммуникация, протекающая в неделовой обстановке. Исходя из этого, следует, что, одним из ведущих коммуникативных параметров, определяющих условия реализации разговорной речи в рекламных текстах, является параметр «неофициальность общения». По данному параметру она противопоставлена книжно-письменному кодифицированному литературному языку, обслуживающему сферу официального общения. Носителями разговорной речи являются люди, которые владеют литера-

турным языком, по параметру «носитель языка» данная разновидность является противоположной, прежде всего, диалектам и просторечию [3, с. 79].

Итак, можно сделать вывод, что с воздействием разговорной речи на рекламные тексты связано появление актуализирующей рекламы, которая характеризуется синтаксической расчлененностью, несовпадением границ предложения и высказывания, а также употреблением конструкций экспрессивного синтаксиса. Эти конструкции образуют открытый ряд. В основном к ним относят такие явления, как парцелляция, сегментация, лексический повтор с синтаксическим распространением, вопросно-ответные конструкции в монологической речи, цепочки номинативных предложений, вставные конструкции, особые случаи словорасположения.

Список литературы

1. Белькова А.Е. Использование манипулятивных приёмов в рекламных текстах (манипулема, языковая игра, квалификатор) // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (г. Нижневартовск, 13 февраля 2015 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2015. Ч. I. С. 414–416.
2. Белькова А.Е., Грезева И.Н. Использование вопросительных и восклицательных предложений в периодических изданиях // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5-6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 122–125.
3. Белькова А.Е., Титаренко С.В. Речевые средства выражения авторского сознания в произведениях Людмилы Петрушевской // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 78–81.

УДК 659

В.П. Токарева

магистрант

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА РУКОВОДИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО АВТОНОМНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Г. НИЖНЕВАРТОВСКА «МОЛОДЕЖНЫЙ ЦЕНТР»)

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена повышением интереса к формированию персонального бренда как инструмента достижения целей организации. В статье рассмотрены основные дефиниции, особенности формирования персонального бренда руководителя бюджетной организации, охарактеризованы этапы формирования персонального бренда руководителя. Материалы статьи могут быть полезны руководителям, специалистам сферы молодежной политики, студентам, обучающимся по направлениям подготовки «Менеджмент», «Реклама и связи с общественностью».

Ключевые слова: бренд; персональный бренд; руководитель организации; этапы формирования персонального бренда.

Формирование отличительных характеристик организации в условиях современной конкуренции является одним из приоритетных направлений ее развития. Наличие на рынке одинаковых товаров (услуг) предопределяет поведение потребителя, который в свою очередь отдает предпочтение тем товарам (услугам), вызывающим доверие, либо являющимся более популярными относительно других. Одним из ключевых индикаторов успешности товара (услуги) выступает бренд. Сегодня бренд –

это широкое известное имя организации (товара, услуги), товарный знак, товарная марка, которая положительно влияет на репутацию организации и служит своеобразной гарантией ожидаемого качества товара (услуги) [5, с. 50].

По определению Е.А. Рудой, бренд представляет собой последовательный набор функциональных, эмоциональных и самовыразительных обещаний целевому потребителю, которые являются для него уникальными и значимыми и отвечают его потребностям наилучшим образом [8, с. 19].

Годин А.М. определяет бренд как технологию, совокупность методов обработки, изготовления, изменения состояния, свойств образа товара(услуги) и (или) предприятия (фирмы, компании), науку о способах взаимодействия на образ. Бренд определяет те качественные характеристики товара (услуги), которые позитивно воздействуют на потребителя и формируют у него желание приобрести конкретный товар (услугу) от конкретного производителя [1, с. 34].

В настоящее время научная дефиниция «бренд» расширяет своих границы, отмечаются тенденции выделения узких направлений, изучающих специфику различных видов брендов. Понятие «персональный бренд» впервые упоминалось в работах американского исследователя Т. Питерса, в его понимании «personal branding» – это видение, восприятие окружающими нас со стороны, сформированный образ генерирует дополнительную ценность и создает выгоды для его носителя [6, с. 69].

Согласно определению современных исследователей, Рябых А. и Зебры Н. персональный бренд является совокупностью образов (обещаний, ожиданий), которые появляются в сознании других людей от конкретной персоны [9, с. 17].

Таким образом, персональный бренд представляет набор желаемых персональных характеристик, которые влияют на привлекательность личности.

Развитие бренда организации зависит от множества факторов, в том числе и от сотрудников и, в особенности, от руководителя. Поскольку руководитель является представителем в общественности, прямым транслятором идеологии и целей организации, его личный бренд становится элементом образа компании [2]. Как констатируют современные интернет-ресурсы, «если ваш ... директор известен как самый агрессивный, динамичный и современный лидер отрасли, те же свойства припишут вашему товару» [3]. Именно поэтому правильно организованный персональный бренд гарантирует, что у окружающих сформируется и привлекательный образ организации.

Прежде чем приступать к созданию и продвижению персонального бренда необходимо максимально конкретно сформулировать цель его создания, изучить среду, в которой работает организация [11]. Ответить на вопрос «Для чего руководителю организации необходим персональный бренд?». Сочетание сильного личного бренда руководителя с сильным брендом организации положительно сказываются на имидже фирмы. Зачастую бренд руководителя укрепляет положение организации, поскольку доверие к первому лицу приводит к доверию самой организации.

Российские эксперты А. Рябых, Н. Зебра процесс создания персонального бренда разделяют на три этапа (рис. 1.) [9, с. 280].

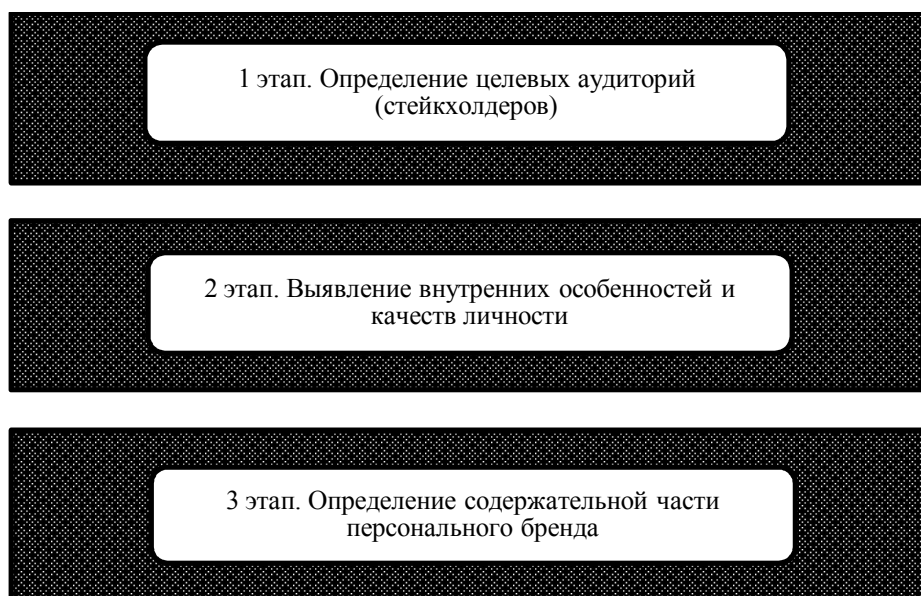


Рис. 1. Этапы построения персонального бренда

Рассмотрим содержание этапов детально. На этапе определения целевой аудитории происходит поиск способов взаимодействия и подбор необходимых инструментов коммуникации с конечными потребителями персонального бренда. На этапе выявления внутренних качеств и особенностей личности определяется перечень особенностей – уникальных качеств (личных, профессиональных), которые послужат основой личного бренда. Определение содержательной части бренда подразумевает позиционирование личностных качеств, которые остаются неизменными при любых обстоятельствах.

Рассмотрим сущность и содержание предложенных этапов на примере муниципального автономного учреждения (далее МАУ) г. Нижневартовска «Молодежный центр».

МАУ «Молодежный центр» – это относительно молодое учреждение, созданное по заказу администрации города Нижневартовска 8 июля 2010 года, с целью организации и осуществления мероприятий с детьми и молодежью города. Согласно Уставу, учреждение является некоммерческой организацией и осуществляет свою деятельность в направлениях:

- организация отдыха и оздоровления детей;
- организация временного трудоустройства несовершеннолетних в возрасте от 14 до 18 лет в свободное от учебы время;
- методическое и информационное сопровождение работы с молодежью и деятельности молодежных общественных организаций;
- организация волонтерского движения [12].

Кроме того, в МАУ осуществляется деятельность подростковых клубов по месту жительства для детей от 7 до 17 лет, а также поддержка молодежных инициатив.

Учреждение имеет развитую организационную структуру и включает отдел по организации детского отдыха, отдел по работе с молодежью, отдел по трудоустройству, бухгалтерию, 10 подростковых клубов по месту жительства [7].

С 30 мая 2017 года руководителем МАУ назначен Игнатьев Антон Петрович. Директор учреждения имеет высшее образование, бакалавриат в направлении «психолого-педагогическое образование». Общий стаж работы составляет 7 лет 11 месяцев, в должности директора МАУ – 6 месяцев.

Особенность работы руководителя МАУ «Молодежный центр» заключается во взаимодействии с несколькими внутренними и внешними целевыми аудиториями:

- дети, подростки и их родители;
- молодежь;
- сотрудники организации;
- представители администрации и Думы города;
- контрагенты и партнеры;
- некоммерческие организации;
- общественность города Нижневартовска;
- СМИ.

Поскольку к каждой целевой аудитории необходим индивидуальный подход при формировании коммуникации, возникает потребность в создании единого персонального бренда, соответствующего ожиданиям всех конечных клиентов. Несоответствие поведения или принятых решений первоначальным установкам ведет к созданию внутренних конфликтов и несоответствия в обществе.

Учитывая разнообразие целевых аудиторий, можно выделить следующие основополагающие качества руководителя МАУ «Молодежный центр»:

- квалифицированность (отражается в опыте работы, знании организации в целом, ее целей, текущей ситуации);
- искренность, открытость (одинаковое отражение во всех целевых аудиториях);
- современные взгляды (трансляция идей детей, подростков и молодежи другим аудиториям на доступном языке с сохранением первоначальных смыслов);
- профессиональный рост (соответственно изменяющимся тенденциям в молодежной среде, а также направлениям молодежной политики);
- коммуникабельность и гибкость в решении рабочих моментов.

К личным качествам можно отнести:

- энтузиазм;
- динамичность;
- отзывчивость;
- доброжелательное отношение к окружающим.

Одним из способов формирования положительного бренда руководителя выступают внутрифирменные коммуникации. Так как сотрудники учреждения являются неотъемлемым элементом ее

образа, положительный имидж руководителя благоприятно будет влиять на корпоративную культуру, а также формировать чувство сопричастности к организации.

Личность руководителя значительно влияет на восприятие окружающими бренда, поэтому персональный бренд должен отвечать реальным запросам и ожиданиям тех людей, на которых он ориентирован. Приступая к построению персонального бренда руководителя необходимо четкое понимание основных целей организации. Рассматривая специфику работы МАУ «Молодежный центр», стоит отметить, что руководитель взаимодействует с несколькими целевыми аудиториями, имеющими разные характеристики, поэтому построение его персонального бренда во многом зависит от реализации главных целей и личностных ценностных установок стейкхолдеров. Подмена ключевых элементов ведет к созданию иллюзий и потере доверия у аудитории не только к личности руководителя, но и в целом к организации.

Список литературы

1. Годин А.М. Брендинг: учебное пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. 184 с.
2. Личный бренд – кому он нужен и как его построить. URL: <https://vc.ru/8800-personal-brand> (дата обращения: 05.11.2017).
3. Личный бренд руководителя как инструмент продаж. URL: <https://www.kom-dir.ru/article/331-lichnyy-brend> (дата обращения: 05.11.2017).
4. Новый брендинг / пер. с англ.; под ред. С.Г. Божук. СПб.: Нева, 2003. 192 с.
5. Патрахина Т.Н., Долгина Е.С. Основы репутационного менеджмента: теория и практика: учебно-методическое пособие. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2014. 83 с.
6. Патрахина Т.Н., Вялкова К.С. Персональный бренд руководителя образовательной организации в России и за рубежом // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартовского государственного университета: Статьи докладов (г. Нижневартовск, 2–3 апреля 2015 года / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2015. 814 с.
7. Портал «Молодежь Нижневартовска». МАУ г. Нижневартовска «Молодежный центр». URL: <http://molod-nv.ru/content/page/25> (дата обращения: 06.11.2017).
8. Рудая Е.А. Основы бренд-менеджмента: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2006. 256 с.
9. Рябых А., Зебра Н. Персональный бренд: создание и продвижение. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 304 с.
10. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2013. 303 с.
11. Создание персонального бренда. URL: https://studme.org/1299101011366/menedzhment/sozдание_personalnogo_brenda (дата обращения: 07.11.2017).
12. Устав МАУ г. Нижневартовска «Молодежный центр» (новая редакция). 2011. 16 с.

УДК 659.4

А.И. Цыкина
магистрант

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор О.М. Кульмешева
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИНТЕРНЕТА КАК ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Аннотация. Статья посвящена сильным и слабым сторонам использования интернета специалистами по рекламе и связям с общественностью. Раскрывается общее значение интернета и направления деятельности PR-специалиста на данной площадке.

Ключевые слова: интернет; связи с общественностью; PR; продвижение; стратегии; таргетинг.

Сегодня никто не станет спорить с высокой значимостью и всеохватывающим влиянием на образ жизни людей такого известного изобретения человечества, как интернет. Глобальной сетью пользуются 3,58 миллиарда людей, 87 миллионов из них – россияне [3].

Интернет высоко доступен в России как с точки зрения стоимости (в среднем 370 руб. за скорость 10 Мб на 04.08.2016), так и с точки зрения его распространения (помимо домашнего и мобильного Интернета – в торговых центрах, образовательных учреждениях). Им пользуются как в рабочих целях, так и в личных, как продвинутые пользователи, так и обыватели [4].

Благодаря Всемирной паутине люди получили возможность мгновенного доступа к любой необходимой информации; к общению с друзьями, родственниками и партнерами, которые находятся на большом расстоянии; к упрощенному документообороту и многим другим функциям.

Специалисты по рекламе и связям с общественностью (publicrelations, PR), в свою очередь, получили новую площадку для реализации своих задач, воздействия на целевую аудиторию. Работа пиарщиков в Сети идет по нескольким основным направлениям:

- ведение и продвижение корпоративного сайта и (или) групп(ы) в социальных сетях;
- создание и освещение событий;
- участие в обсуждениях/форумах, затрагивающих сферу деятельности компании или содержащих ее (компанию) упоминания на сторонних сайтах;
- размещение рекламы;
- взаимодействие со СМИ [5].

Одно или несколько направлений избираются каждой конкретной компанией в зависимости от поставленных целей и наличия необходимых ресурсов.

Если исходить из целевой аудитории, то методологию PR в интернете можно разделить на три основные направления:

- massrelations (массовая коммуникация);
- mediarelations (коммуникация со СМИ);
- grouprelations (коммуникация с избранными группами).

В работе по каждому направлению есть свои специфические задачи.

Для massrelations это могут быть брендинг через интернет, продвижение товара/услуги или корпоративного сайта, ведение форума. Продвижение сайта является одной из самых востребованных услуг. Оно может быть построено на грамотной работе собственного SEO-специалиста или оплачено в пользу корпорации, которой принадлежит браузер (это позволит механически поднять ссылку на сайт в топ при соответствующих запросах).

Mediarelations – это любые взаимосвязи и взаимодействие со средствами массовой информации через Глобальную сеть: рассылка пресс-релизов перед всеми общественно важными событиями, ведение на сайте рубрики «наши новости» / «пресс-центр», заказ статей, видеосюжетов и многое другое [1, с. 64].

Grouprelations предполагают интернет-коммуникацию компании с целевой аудиторией. Компания может общаться со всей аудиторией или сегментировать ее и воздействовать обособленно на каждую конкретную группу. Среди возможных вариантов взаимодействия: поздравления с различными праздниками; рассылка информации о ценах, акциях, новинках; приглашение на презентации и мероприятия для клиентов; рассылка информации статистического характера, о достижениях компании и т.п.

Рассмотрим основные преимущества и недостатки использования интернета с точки зрения специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Преимущества:

1) *Возможность фокусироваться на своей целевой аудитории.*

В просторах Сети придумано множество способов, которые позволяют посылать свое информационное сообщение конкретной группе лиц, в которых мы заинтересованы. Например, мы можем настроить рекламу таким образом, чтобы ее видели только женатые мужчины от 25 до 40 лет. Родина, хобби, вероисповедание, интересы (файлы Cookie) и другие характеристики практически любого пользователя интернета ежедневно отслеживаются, обрабатываются и становятся факторами деления людей на некие группы. Выделение среди интернет-пользователей целевой аудитории, соответствующей определенным критериям, с целью донести до нее некую информацию, называют таргетингом (от англ. target – цель) [6].

Выделение целевой аудитории важно как способ сэкономить. Т.к. больший охват предполагает большие расходы. А зачем компании платить за тех, к кому не относится ее предложение/товар/услуга? Кроме того, если мужчина 50 лет будет наткнуться на рекламу роликовых коньков, его она

(а, заодно, и компания), скорее, будет раздражать. Т.е. таргетинг позволяет еще и сохранить лояльность тех людей, кто по каким-либо причинам сегодня не входит в целевую аудиторию (но был в ней или еще будет) фирмы [5].

2) Возможность выдавать информацию практически неограниченному количеству людей из любой точки земного шара, в любое время.

Допустим, отдел по связям с общественностью организовал пресс-конференцию или другое мероприятие, которое предполагает контакт целевой аудитории с компанией в режиме оффлайн. PR-отдел ограничен вместимостью помещения и количеством желающих и имеющих возможность (финансы, время) посетить данное мероприятие. В интернете же информация доступна журналистам не только конкретного города и региона, но и зарубежным. Им не нужно преодолевать большие расстояния (тратить деньги и время), чтобы получить ее. Мы можем размещать информацию в любое время. И также в любое удобное для себя время аудитория может ее прочитать (услышать и т.д.).

3) Возможность налаживать двусторонний контакт с целевой аудиторией.

Интернет, в отличие от билбордов, газет и даже телевидения, является по-настоящему интерактивной площадкой. Он позволяет не только отдавать информацию своей целевой аудитории, но и получать информацию взамен (обратную связь) [2, с. 174]. Для этого используются специальные каналы: тематические форумы, рубрика «вопрос-ответ» на сайте предприятия, опрос посетителей в группе компании в социальной сети и многое другое. Все это позволяет компании поддерживать живую связь со своими клиентами и партнерами, своевременно отвечать на их вопросы, помогать с возникшими (в процессе эксплуатации товара) проблемами, оценивать целесообразность планируемых мероприятий. Все это в целом помогает лучше понимать своего клиента, экономить деньги на невостребованных товарах/услугах и поддерживать лояльность целевой аудитории.

4) Возможность выдавать неограниченное количество информации при относительно низкой стоимости ее размещения.

Всемирная паутина, в отличие от печатных, радио- и видео СМИ, не ограничена объемом данных, которые может размещать пользователь. При этом стоимость использования интернет-площадок в разы ниже.

Недостатки:

1) Невозможность обезопасить себя от порочащей честь компании информации, распространяемой конкурентами или недовольными клиентами.

Перед интернетом все равны. И любой его пользователь может выложить на своей странице в социальной сети гневный отзыв, или оставить на форуме неприглядный комментарий. Такая информация может быть инициирована как самим индивидом, так и конкурирующими фирмами, которые при отсутствии подобных жалоб станут выглядеть в лучшем свете. А специалист по рекламе и связям с общественностью может только вежливо попросить автора убрать его (что вряд ли произойдет).

2) Невозможность тотального контроля упоминаний о компании.

Специалисты в сфере рекламы и связей с общественностью допускают, что информация об их компании может появиться на просторах интернета в любой момент. При этом они могут даже не догадываться о существовании определенных площадок, где была упомянута их фирма. Соответственно, они упускаем возможность своевременно реагировать на нее (что очень важно в случае, если информация негативная).

3) Невозможность нивелировать отрицательный эффект от высказываний третьих лиц сиюминутно и навсегда.

Представим ситуацию: PR-отдел организовал пресс-конференцию или другую встречу с определенным сегментом своей целевой аудитории. На этой встрече оратору (представителю компании) задали каверзный вопрос, либо кто-то высказал едкий комментарий о работе фирмы и т.п. У выступающего есть возможность здесь и сейчас сгладить эффект от этих слов (если это опытный и харизматичный оратор): перевести все в шутку; заверить всех присутствующих и провокатора, что по указанной проблеме уже ведется работа и т.д. Принципиальная разница с подобной ситуацией в Сети: в интернете нет возможности пользоваться своим обаянием, а информация будет оставаться здесь годами. При общении face-to-face (лицом к лицу) сказанное нашим недоброжелателем вскоре забудется, больший вес будет иметь оригинальность и компетентность ответа, данного оратором.

4) Невозможность влиять на технические неполадки.

Интернет работает на определенных устройствах и в определенных условиях. Периодически он «падает»: происходит разрыв соединения в результате сбоя в работе вышестоящего провайдера, выхода из строя коммутационного оборудования и многих других причин. Рядовые пользователи (к которым относятся специалисты по рекламе и PR) не могут влиять на эти процессы или предугадывать их.

А от этого порой может зависеть своевременность предоставления важной информации и восприятия ее теми людьми, на которых она направлена.

Таким образом, интернет является широким и малозатратным (при грамотном подходе) полем для деятельности PR-специалиста. Он позволяет размещать неограниченный объем информации, сегментировать ее для конкретных групп людей и получать обратную связь. При этом Всемирная паутина имеет свои недостатки, связанные с деятельностью наших конкурентов и недоброжелателей, а также техническим фактором.

При этом интернет прочно вошел в жизнь всего прогрессивного человечества, и мы считаем преимущества от его использования более весомыми, нежели изъяны. Работа в Сети является неотъемлемым элементом работы специалиста по связям с общественностью компании любого уровня, но для ее эффективности необходимы глубокие знания и целостный подход к продвижению организации.

Список литературы

1. Верховцева О.Н. Применение PR-технологий в интернете // Научные исследования и перспективные проекты – 2016. Уфа: «Клауд Кэпитал», 2016. С. 63–66.
2. Золотухина Н.Н. Проблемные аспекты интернет-маркетинга и PR на современном рынке интернет-услуг // Проблемы современной экономики. 2013. № 13. С. 171–180.
3. Развитие Интернета и его значение. URL: www.bizhit.ru (дата обращения: 28.11.2017).
4. Почём интернет в 100 крупнейших странах мира? URL: www.nag.ru (дата обращения: 28.11.2017).
5. Интернет как среда и инструмент реализации. URL: www.md-promotion.ru (дата обращения: 29.11.2017).
6. Таргетинг. URL: www.seopult.ru (дата обращения: 29.11.2017).

УДК 659.1.012

К.И. Шамсутдинова

магистрант

*Научный руководитель – канд. филос. наук, доцент Т.Н. Патрахина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

МЕТОДИКА ОРГАНИЗАЦИИ ИВЕНТ- МЕРОПРИЯТИЯ: ПОДХОДЫ ЗАРУБЕЖНЫХ И ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

Аннотация. В статье проанализированы подходы к организации специального события с позиции современных теоретиков и практиков. Рассматриваются этапы подготовки и специфика планирования event-мероприятия, систематизирован практический опыт по технологии организации событийных мероприятий.

Ключевые слова: ивент; ивент-маркетинг; специальное событие; планирование ивента; методы организации ивента.

Организация события предполагает соблюдение методики планирования и реализации задуманного. Для того чтобы событие было успешным важно соблюдать последовательность определенных этапов, а также применять специальные инструменты их реализации. Рассмотрим действующие сегодня подходы к организации ивент-мероприятий, которые предлагают отечественные и зарубежные теоретики и практики.

Исследователь в области организации и проведения ивента О.Я. Гойхман считает, что на первом этапе важно составить план мероприятия с подробным описанием этапов, указанием ответственных и четким распределением обязанностей каждого. Как пишет автор, «чтобы планируемое мероприятие прошло на должном уровне, необходимо проводить соответствующую подготовку. Вся работа в этом направлении должна быть отлажена и проконтролирована специалистами [3, с. 8].

М. Баканова, теоретик и практик в области ивент-маркетинга, в своей работе «Организация праздников, или как создать нескучное мероприятие», предлагает следующий алгоритм создания со-

бытия: определить цель специального события → определить характеристику целевой аудитории специального события → разработать концепцию и найти креативное решение, определить вид специального события → бюджетирование специального события → организация взаимодействия с партнерами и контрагентами [2, с. 25].

Зарубежный практик в области организации специальных мероприятий А. Линден, в свою очередь, к вышеизложенным этапам, добавляет этап анализа мероприятия. Исследователь пишет, что на первом этапе необходимо определиться с целью мероприятия, бюджетом и аудиторией. Далее можно приступать к подготовке мероприятия, которая включает следующие этапы:

1. Идея/концепция – необходимо определиться с идеей мероприятия, обсудить с заинтересованными лицами.

2. Запуск проекта – на данном этапе рождаются самые важные для реализации проекта документы: приказ о проведении мероприятия, программа, планы-графики и т.п., также назначаются ответственные.

3. Подготовка – формируются списки участников, идет рассылка приглашений, переговоры с подрядчиками, заключаются договора и т.п.

4. Проведение мероприятия – идет оформление помещения/площадки, накрываются столы, монтируется оборудование, встречаются гости и т.п. Организатор все держит под контролем. После завершения мероприятия гости разъезжаются, площадь освобождается. Подрядчики получают остаток сумм по договору.

5. Подведение итогов – данный этап предполагает составление отчетов об эффективности затраченных средств, предоставляются результаты проведения мероприятия и др. [6].

Н. Копылова в своей работе «Что такое event management» как и ее коллеги считает, что «подготовку к организации мероприятия следует начинать с постановки целей и задач [5, с. 77]». Нужно понимать для чего организуется событие, и какой результат должен быть достигнут. Ответив на эти вопросы можно начать планировать событие.

По мнению автора, при планировании мероприятия необходимо продумать следующие ключевые моменты:

1. Бюджет – прежде всего, необходимо определить, сколько вы готовы затратить на мероприятие.

2. Кадровое обеспечение – следует решить, сколько человек понадобится, чтобы организовать праздник. Например, сколько будет работать на мероприятии профессиональных артистов, режиссеров, специалистов по звуку и свету? Кто будет отвечать за доставку оборудования, подготовку площадки, вести переговоры с подрядчиками? Ответить на эти вопросы тоже необходимо, прежде чем механизм подготовки придет в действие.

3. Спонсорская поддержка – на этом этапе желательно определиться, нужна ли для организации праздника помощь спонсоров и насколько она может быть взаимовыгодной.

4. Коммуникации и привлечение внимания общественности – планируя событие, нужно точно представлять, от кого, в каких объемах и какой именно отклик на событие вы хотели бы получить [5, с. 77].

Немаловажным, по мнению Н. Копыловой, является оптимальная реализация некоторых организационных вопросов, которые лучше поручить специализированным агентствам. Обычно специалисты разрабатывают общую концепцию, то есть, стараются как можно точнее ответить на традиционные вопросы «для кого мы это делаем?», «для чего мы это делаем?» и «по поводу чего мы это делаем?». Затем следует поиск подходящего помещения и оборудования, разработка и утверждение сценария, переговоры с подрядчиками, поиск профессиональных ведущих и решение организационных вопросов [5, с. 77–78]. Передав решение данных задач внешней фирме, ответственные за мероприятие снимут с себя часть работы и смогут сосредоточиться на достижении цели.

Директор компании «Eventum», член международной ассоциации ISES, член «AmCham», А. Шумович акцентирует внимание на формулировании целей и задач планируемого мероприятия: «Наличие цели дает возможность управлять будущим эффектом от мероприятия, контролировать изменения. Если цели нет, то результат может быть неожиданным. К тому же без заранее поставленной цели просто невозможно оценить эффективность мероприятия [3, с. 22]». Автор советует при подготовке плана продумать, как будут звучать цели и задачи – они должны быть понятны и отвечать интересам целевой аудитории.

С.В. Алтухов, эксперт в области организации спортивных мероприятий считает, что «на этапе планирования мероприятия нужно решать вопросы использования имеющихся кадров и подбора но-

вых специалистов [1, с. 64]». По его мнению, к созданию команды необходимо подходить ответственно. Важно грамотно подобрать персонал, обучить и самое важное сохранить его.

Российские ученые Н.П. Щепина и О.Б. Рыбакова считают, что при организации события с насыщенной программой, реализуемой на достаточно большом пространстве, «особое внимание необходимо уделить его логистике [11, с. 193]». Под логистикой, в данном случае, подразумевается планирование, управление, оптимизация и контроль над процессами движения материальных, людских и информационных потоков в контексте организации специального мероприятия. Основываясь на своем опыте, они рекомендуют разработать систему зонирования: выделить зону праздника и определить ее расположение, при этом учитывая возрастной состав участников и содержательный аспект программы, степень активности формата и технические требования программы площадки, схемы передвижения внутри территории праздника [11, с. 193]. Как мы видим, авторы не делят подготовку мероприятия на этапы, а также не упоминают об этапах работы, которые следуют после проведения мероприятия.

И. Румянцев, советует готовиться к мероприятию за несколько месяцев, донести необходимую информацию, касающуюся мероприятия, до всех его участников. Организаторам проекта важно собрать вместе всех специалистов (свет, звук, сцена, декорации, дизайнеры, кейтеринг и др.), на этой встрече, организаторы в виде доклада с сопровождающей презентацией сообщают все формальные сведения о событии: название, посвящение, место проведения, даты. После освещения формальной стороны вопроса, организаторы преподносят идею и концепцию мероприятия, при этом используя доступные образы, ассоциации [13, с. 9].

Проанализировав и сравнив работы зарубежных и отечественных исследователей, можно прийти к выводу, что все авторы сходятся в едином мнении о том, что при подготовке и планировании event-мероприятия важно соблюдать следующие этапы:

1. Определить цель события и грамотно построить задачи.
2. Определить аудиторию, на которую будет направлена организация события.
3. Определить и согласовать бюджет.
4. Назначить ответственных, а также определить всех участников, которые так или иначе будут задействованы в организации события.
5. Определить СМИ, которые займутся освещением события.
6. Провести анализ организованного события.

Проведение событийного мероприятия процесс сложный, зарубежный исследователь У. Хальцбауэр считает, что для успешной организации ивента «может послужить четкая «прокрутка» хода мероприятия с позиции посетителей [16, с. 112]». Исследователь предлагает ответить на несколько вопросов:

- Как посетители узнают о мероприятии?
- Как приезжают посетители?
- Какие посетители добираются от автостоянки до своего зрительского места?
- Пользуются ли посетители гардеробом?
- Каким образом и в какое время посетители могут утолить голод и жажду?
- Когда начинается программа, когда она заканчивается, и какие перерывы должны быть установлены?
- Как осуществляется отъезд посетителей по окончании мероприятия [16, с. 112].

Ответы на эти вопросы помогут специалисту избежать типичных ошибок, которые, как правило, допускаются при организации событий.

Н. Белоголовцева, директор агентства в интервью для журнала «Секрет фирмы», делится с читателями о том, что очень важно в организации события привлекать профессионалов – «чем больше масштаб мероприятия, тем больше требуется специалистов. Нужны профи, обеспечивающие свет, звук, спецэффекты, пиротехнику и транспорт. Нужны профессионалы по подготовке помещения или сцены вне помещения – возможно, художники по декорациям, флористы и дизайнеры по интерьеру [7, с. 65]».

А. Дворникова, исследователь теории и практики создания и организации уникальных событий считает, что «какой бы сложной ни была программа события, какие бы темы ни обсуждались, какими бы навыками публичных выступлений ни обладали спикеры, – в любой ситуации язык визуальных заметок помогает людям переварить услышанное в разы проще [4]». Она советует не игнорировать данный способ донесения информации, т.к. с помощью него легче воспринимаются и лучше запоминаются все данные.

А.Н. Романцев в своей работе «Event-маркетинг. Сущность и особенности организации: практическое пособие» рекомендует, как нужно взаимодействовать со СМИ:

1. Необходимо в максимальной степени упростить процедуру регистрации журналистов на мероприятии, так как сложность данной процедуры может спровоцировать потерю их интереса к событию.

2. Важно, чтобы журналисты имели возможность сделать качественные и интересные фотографии, ибо их наличие – дополнительный предлог журналисту известить свою аудиторию о проводимом мероприятии. Поэтому все их просьбы относительно освещения необходимо выполнять, пусть даже на короткий отрезок времени.

3. Если журналисты проявляют интерес к каким-либо участникам мероприятия персонально, нужно дать им возможность с ними пообщаться. Поэтому необходимо предусмотреть специальные комнаты для проведения интервью один на один.

4. Далее необходимо подготовить и распространить среди представителей средств массовой информации пресс-релиз, в котором будут показаны итоги и достигнутые результаты, что, несомненно, станет еще одним предлогом для упоминания о событии в прессе, на телевидении или радио [12, с. 63–64].

Таким образом, взаимодействие и четко спланированная работа со средствами массовой информации играет решающую роль в организации и проведении event-мероприятия.

Руководитель направления по внутренним коммуникациям и корпоративной социальной ответственности компании SAP СНГ Екатерина Фролова в одном из интервью делится с читателями о том, что при планировании и организации события не стоит забывать об организации питания. В этом вопросе она придерживается трех правил:

1. Как бы банально это не звучало, еды должно быть много, и люди не должны оставаться голодными;

2. Алкоголь уместен там, где он уместен, и его также должно быть достаточно, а напитки должны четко отвечать предпочтениям гостей;

3. Кейтеринг не должен быть чем-то обособленным от общего замысла мероприятия и его целей. Наоборот, он должен соответствовать мероприятию и поддерживать или продолжать основную тему [9].

Партнер и директор PR-компании «А СареПа» Н. Тумашкова, в своей работе «Корпоративные мероприятия как системный инструмент развития корпоративной культуры компаний, или Про Это...», пишет о том, что все корпоративные мероприятия, даже самые серьезные, не должны быть скучными – «не надо на каждое мероприятие приглашать писателей-сатириков, но надо убедиться, что каждому есть с кем поговорить и чем заняться [15.]». Поэтому «сценарий для конкретного события должен разрабатываться специально с учетом определенных – общих и текущих – интересов в соответствии с бизнес-задачами компании, т.е. у каждого мероприятия должна быть некоторая вполне осмысленная концепция [15.]».

Н.П. Щепина, О.Б. Рыбакова считают, что особое внимание нужно уделять посткоммуникативной стадии, а именно размещение отзывов, фотографий и инициирование публикаций. По их мнению, «это все работает на имидж организации помогает создать у потенциального пользователя положительные ассоциации с мероприятием, повышает у посетителей самооценку, рассказывает о событии тем, кому не повезло там побывать [11, с. 193]». Канал коммуникации, при этом, во многом определяется содержанием информации, потребностями и ожиданиями целевых групп [8, с. 25].

Российский исследователь И. Полонский отмечает, что для оценки эффективности мероприятия нужно «оценить экономическую и бизнес-эффективность, отследить информационный эффект и не забыть о том, что мероприятие должно иметь положительный эмоциональный резонанс среди гостей и общественности [10, с. 125]».

Таким образом, изучив работы зарубежных и российских исследователей можно сделать вывод, что методология по направлению организации ивента не сформирована. Возможно это обусловлено тем, что ивент-маркетинг является молодым инструментом BTL-рекламы.

Список литературы

1. Алтухов С.В. Ивент-менеджмент в спорте. Управление спортивными мероприятиями: учебно-методическое пособие. М.: Советский спорт, 2013. 208 с.
2. Баканова М. Организация праздников, или Как создать нескучное мероприятие // Маркетинговые коммуникации. 2003. № 6. С. 25–27.
3. Гойхман О.Я. Организация и проведение мероприятий: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2008. 119 с.

4. Дворникова А. Скетчноутинг и скрайбинг для событий: графические заметки с выступлений спикеров. URL: <http://uxevent.com/sketchnoting-i-scribing-dlya-sobytij-graficheskie-zametki-s-vystuplenij-spikerov/> (дата обращения: 10.10.2017).
5. Копылова Н. Что такое event management? // Лаборатория рекламы и PR. 2007. № 3(52). С. 77–82.
6. Линден А. Организация event мероприятий. Или как прийти к успеху. URL: http://annalinden.ru/thought/promyshlennaya_reklama_reklama_b2b/organizaciya_event_meropriyatijili_kak_priiti_k_uspehu (дата обращения: 28.10.17).
7. Локоткова Ж. Продавцы праздников // Секрет фирмы. 2004. № 41. С. 64–67.
8. Патрахина Т.Н., Долгина Е.С. Основы репутационного менеджмента: теория и практика: учебно-методическое пособие. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2014. 83 с.
9. Погодин К. Интервью с Екатериной Фроловой. URL: <https://eventmarket.ru/intervyu-s-ekaterinoy-frolovoy/> (дата обращения: 31.10.2017).
10. Полонский И. Оценка эффективности специальных мероприятий: возможно ли объять необъятное // Event.Ru. 2011. № 5. С. 25.
11. Праздник в подарок, или Event-технологии в библиотеке / Н.П. Щепина, О.Б. Рыбакова // Чтение в XXI веке: традиции и тенденции: материалы Всероссийской научно-практической конференции (Екатеринбург, 29-30 мая 2014 г.). Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2014. С. 186–196.
12. Романцов А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации: практическое пособие. М.: Дашков и К, 2010. 116 с.
13. Румянцев И. По гамбургскому счету // Event.Ru. 2008. № 9. С. 9–12.
14. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий / А. Шумович, А. Берлов. М.: Альпина Паблишер, 2009. 256 с.
15. Тумашкова Н. Корпоративные мероприятия как системный инструмент развития корпоративной культуры компаний, или Про Это... URL: <http://vip.1kadry.ru/#/document/234/18/?step=5> (дата обращения: 31.10.2017).
16. Хальцбаур У. Event-менеджмент / пер. с нем. М.: Эксмо, 2007. 384 с.

УДК 659

Е.С. Шехирева

студент

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ПОНЯТИЯ, ЗАДАЧИ, ФУНКЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается актуальность использования социальной рекламы в современном мире. Это обусловлено тем, что основной упор в социальной рекламе делается на общественно значимых реалиях общественной жизнедеятельности. В соответствии с этим определяются задачи и основной функционал современной социальной рекламы.

Ключевые слова: социальная реклама; некоммерческая реклама; общественная реклама; реклама в СМИ; рекламные технологии.

В формулировке «социальная реклама» данный термин существует лишь в России. Западные ученые трактуют данное понятие как некоммерческую или общественную рекламу [2, с. 182]. Как и другие виды рекламной деятельности, социальная реклама использует тот же инструментарий: реклама в различных видах средств массовой информации; уличная; транспортная реклама и т.д. Но, в отличие от коммерческой рекламы, которая своей целью имеет повышение интереса к тому или иному товару, услуге и направлена на рост продаж, социальная своей целью преследует привлечение внимания к явлениям общественной жизни и играет важную роль в формировании определенного психологического поведения человека [7, с. 219].

Таким образом, социальная реклама направлена на «изменение отношения публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе – и на создание новых социальных ценностей» [6, с. 9]. Согласно ст. 18 Закона РФ «О рекламе» «социальная реклама представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение благотворительных целей» [9]. Исходя из этого,

можно сделать вывод, что социальная реклама в своей основе имеет некоммерческий характер и направлена на решение важных социальных задач в обществе, пропаганду определенного образа жизни, побуждение к определенным действиям в социуме.

В современной науке существует три подхода к определению социальной рекламы:

Во-первых, социальная реклама – это информация определенного характера, которая направлена на решение и профилактику социальных проблем.

Во-вторых, социальная реклама – это социальное явление, которое оказывает влияние на ценностные ориентации, мировоззрение, поведенческую модель целевой аудитории.

В-третьих, социальная реклама – это социальный институт, наделенный определенными материальными ресурсами; его деятельность направлена на профилактику и решение социальных проблем [1, с. 12].

В Российской Федерации существуют социальные праздники, призванные усилить внимание социума к социальным проблемам в обществе. К таким праздникам относятся: День пожилого человека (1 октября); День молодежи (10 ноября); Международный день слепого человека (13 ноября); День борьбы против диабета (14 ноября); День отказа от курения (16 ноября); Всемирный день иммигранта (19 ноября); День инвалидов (3 декабря); День прав человека (10 декабря); День беременных женщин (22 декабря) и др. [4].

К целевой аудитории социальной рекламы, в отличие от коммерческой, нельзя отнести какую-либо определенную социальную или политическую ячейку общества. В данном случае социальная реклама направлена на весь социум.

Разработчиками социальной рекламы в России являются те же люди, что и производители коммерческой. Любое рекламное агентство выполняет данный вид работ. В отличие от коммерческой рекламы, социальная требует от разработчика глубокое проникновение в проблему, поскольку подобная реклама должна вызывать сильные чувства и эмоции у целевой аудитории.

Социальная реклама является мощным средством воздействия на население. Поэтому ее PR-значимость для государственных структур не вызывает сомнения. Она дает обществу осознание того, что властным структурам безразличны проблемы обычного человека.

Таким образом, социальная реклама как способ организации и координирования добровольной деятельности социума направлена на выявление и поиск путей решения актуальных для общества социальных проблем.

Тем не менее, социальная реклама – это не средство монологического вещания, а определенная коммуникация между социумом и репрезентантами общественного интереса. В данном случае основная цель социальной рекламы – это решение вопроса взаимопонимания между участниками коммуникации.

Социальная реклама в России является весьма перспективным видом в виду направленности на формирование общественного мнения. Она способствует социальной поддержке населения. Социальная реклама в своей основе несет восстановление гуманистических идеалов в социуме и формированию гражданской позиции каждого члена общества.

Существует несколько типов социальной рекламы [3, с. 192]:

– реклама определенного образа жизни – это реклама, которая пропагандирует здоровый образ жизни (например, реклама против табакокурения, алкоголизма, наркомании; призывающая к занятиям спортом и правильному питанию); экологическая реклама (например, реклама, направленная на сохранение окружающей среды и бережное отношение к природе);

– реклама законопослушания, конституционных прав и свобод человека – реклама о переписи населения (например, телевизионные ролики «Впиши себя в историю России»); реклама об уплате налогов (например, телевизионный ролик «Образование будет неполным, если налоги платить наполовину»); реклама в предвыборный период, перед государственными мероприятиями;

– патриотическая реклама – реклама, направленная на объединение нации, пробуждение чувства гордости и национального самосознания;

– реклама ценностей, позиций, принципов – реклама, направленная на распространение ценностей, общепринятых норм [1, с. 20].

Социальная реклама публикуется на страницах печатных средств массовой информации и в радио-, телеэфире на некоммерческой основе. Являясь общественной рекламой, она несет в себе позитивный настрой и пропаганду социальных явлений в обществе.

Таким образом, социальная реклама является носителем некоммерческой информации и направлена на достижение определенных социальных целей.

Главный источник социальной рекламы – это пороки современного общества, острые социальные проблемы. В связи с этим социальная реклама некоторыми исследователями рассматривается как метод психологического воздействия. В данном контексте реклама направлена на формирование определенных норм и ценностей среди населения, выступает в защиту нравственности и этических представлений социума.

Можно выделить ряд задач социальной рекламы в современном мире:

- предоставление информации о социальных услугах в определенном регионе страны;
- формирование среди населения ценностных и поведенческих установок;
- создание и поддержание позитивного имиджа Правительства страны и государственных служб;
- формирование обратной связи между социальными службами и социумом [8, с. 35].

В связи с поставленными перед социальной рекламой задачами основными функциями следует назвать: информативную и идеологическую.

Информативная функция основной своей целью имеет привлечение внимания к существующим в обществе социальным проблемам. Посредством данной функции до общества доносится информация о способах профилактики, путях решения актуальных общественных проблем. Также данная функция направлена на информирование о деятельности некоммерческих организациях и государственных структур, о поле их деятельности и социальных услугах, предоставляемых ими.

Идеологическая функция социальной рекламы направлена на:

- формирование гражданской позиции и ответственности социума;
- привлечение общества к социальной жизни страны;
- формирование положительного имиджа государственных структур, организаций и России в целом [5, с. 23].

Проанализировав общие положения в области социальной рекламы, можно сделать обоснованный вывод, что социальная реклама в своей основе имеет формирование представлений не об услуге, продукте, а о социально-общественной проблеме, путях ее решения, безопасности поведения. Социальная реклама формирует определенное отношение к социально-значимым явлениям, мотивирует на совершение нужного действия. Социальная реклама не ставит своей основной целью удовлетворение частных потребностей человека. Главной задачей подобной рекламы является социально-полезное действие.

Список литературы

1. Голуб О.Ю. Социальная реклама: учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. 177 с.
2. Долгина Е.С., Демин И.В. Роль социальной рекламы в формировании гражданско-патриотического движения // Восемнадцатая всероссийская научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 182–185.
3. Долгина Е.С., Татарина К.А. Виды социальной рекламы в г. Нижневартовске // Восемнадцатая всероссийская научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 192–195.
4. Информационная база статей о рекламе. URL: <http://www.advertme.ru/referat/13> (дата обращения: 02.11.2017).
5. Ковалева А.В. Социальная реклама в современной России: цели и функции // Вестник Красноярского ун-та. 2006. № 3. С. 23–38.
6. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2008. 191 с.
7. Патрахина Т.Н., Точеловская Э.В. К вопросу об использовании социальной рекламы в фитнес-индустрии (на примере фитнес-клуба «Ультрафит» г. Нижневартовска) // Восемнадцатая всероссийская научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (г. Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. С. 219–221.
8. Синьковская И.Г. Социологический анализ социальной рекламы как метода социальной работы // Теория и практика социальной работы: история, реалии и перспективы: сборник материалов конференции (Барнаул, 4 декабря 2008 г.). С. 219–221.
9. Федеральный Закон Российской Федерации № 108-ФЗ от 18.07.95 «О рекламе». Статья 18.

НЕОЛОГИЗМЫ В МОЛОДЁЖНОМ СЛЕНГЕ

Аннотация. В статье анализируются неологизмы в молодёжном сленге, которые появились сравнительно недавно. Особое внимание обращено на их значение, на востребованность обществом. Автору очень интересно, почему же молодёжь использует эти слова.

Ключевые слова: сленг; неологизмы; молодёжь; язык.

Одной из самых популярных тем в современной лингвистике является молодёжный сленг – 1. То же, что и жаргон; 2. Совокупность жаргонов [1]. Предмет нашего исследования – неологизмы в молодёжном сленге. Эта тема является актуальной, так как новейшие неологизмы в этой среде ещё не изучены, либо малоизучены, но они представляют огромную значимость для понимания всего современного русского языка.

Процесс лексического обогащения языка идёт постоянно, ведь язык является динамичной системой, которая развивается вместе с обществом, поэтому обновление языка тесно связано с тем, что происходит с людьми. А в двадцать первом веке, веке научно-технического прогресса, общество меняется каждый день, в связи с этим каждый день появляются новые слова-неологизмы. Иногда слова появляются настолько быстро, что лингвисты просто не успевают за ними следить. Также непонятно, останется ли это слово в языке на долгое время, поэтому словари неологизмов пополняют только тогда, когда слово окончательно утвердилось в языке. Но самые нестабильные и интересные неологизмы появляются в такой сфере языка как молодёжный сленг. Он является наиболее быстроизменяемым, так как он больше всего подвержен влиянию каких-то событий, происходящих в мире, появлению новых гаджетов, большое количество слов в нём приходят из английского языка, немного видоизменяются и закрепляются в русском языке. Слова чаще всего приходят в разговорную устную речь из Интернета, это связано с тем, что молодёжь сейчас находится постоянно в онлайн, постоянно просматривает ленты новостей в социальных сетях, общается, отсюда и выплывают новые слова. Попробуем разобраться конкретнее.

Молодые люди начинают употреблять слова, отходящие от нормы, потому что хотят выделиться. Это их «тайный язык», если ты его понимаешь, то это значит, что ты сможешь быть в этой группе людей. Исследуем конкретные примеры последних неологизмов в молодёжной среде.

1) Слово «хайп». Уже по самому звучанию слова становится понятно, что оно пришло в русский язык из английского. Что же оно значит? Прямым переводом этого слова является «ажитоаж», «шумиха». Часто употребляется производный глагол «хайпить», значение которого «раскрутить». Обычно эти слова употребляются по отношению к Интернету, СМИ, медиа. Логично предположить, что и молодёжь стала пользоваться этим словом после того, как увидела его в Интернете. Слово сразу же стало популярным, можно сказать, что оно звучит «молодёжно», поэтому каждый человек до тридцати лет решил, что нужно его использовать. Даже в музыкальной культуре стали появляться песни, где используется «хайп» или «хайпить», но там оно уже больше приобретает оттенок «тусовки». Например, «мы будем сегодня хайпить», что буквально означает «мы будем сегодня тусить».

2) Слово «флекс», «флексить». Из этой пары чаще всего употребляет глагол. В зарубежном рэпе это слово употребляется очень давно, но оно стало набирать популярность только после того, как исполнитель Post Malone выпустил песню «Go Flex». Слово «flex» в переводе с английского это «сгибать» или «гнуть». Но после выхода этой песни оно приобрело немного другое значение – «хвастаться», «показывать, какой ты крутой: дорогую одежду, машины». Конечно же, российская молодёжь решила оставаться «в тренде» и тоже стала использовать это слово. Появилось устойчивое словосо-

четание «низко флексить», которое употребляется по отношению к людям, которые являются не очень богатыми и одеваются не по моде. В музыкальной среде значение слово изменилось почти до неузнаваемости. Часто от молодёжи можно услышать «пошли пофлексим», это предложение пойти потанцевать, попрыгать под ритмичную музыку.

3) Слово «рофлить». Оно появилось от английского сокращения «ROFL», которое расшифровывается как «rolling on the floor laughing». Буквальный перевод этой фразы – «катаюсь по полу от смеха». В принципе и используется оно в русском языке в этом же значении. По отношению к другим людям это слово чаще всего употребляется как синоним слова «шутить». Иногда появляется оттенок насмешки.

4) Слово «зашквар». Можно предположить, что оно происходит от слова «шкварка», обозначающего «небольшие сильно зажаренные кусочки сала или жирного мяса». В молодёжном сленге «зашквар» – это «стыд», «позор», «унижение». Но чаще всего его используют по отношению к чему-то немодному, дешёвому.

Для того, чтобы точно разобраться, что происходит в молодёжной среде, мы провели опрос среди людей 18-20 лет. В итоге 90% опрошенных знают значение вышепредставленных слов, используют в своей речи эти неологизмы 70%.

На первом месте по популярности у людей находится слово «хайп», на втором «зашквар».

Откуда же всё таки появляются сленговые слова? Давайте разберемся. Проанализировав примеры, можно понять, что большинство слов приходит к нам из английского языка, но наша молодёжь начинает изменять эти слова как грамматически, так и лексически. Иногда значение слово становится абсолютно другим, и образуются формы слова по обычным правилам русского словообразования (флекс-флексить, образование глагола от существительного). Также мы поняли, что место образования сленга – это Интернет, так как именно там находится огромный информационный поток, который приводит к использованию неологизмов в сленге. Очень большое воздействие несет музыкальная культура, многие знакомятся с такими словами именно там.



Рис. 1. Осведомленность о значении неологизмов

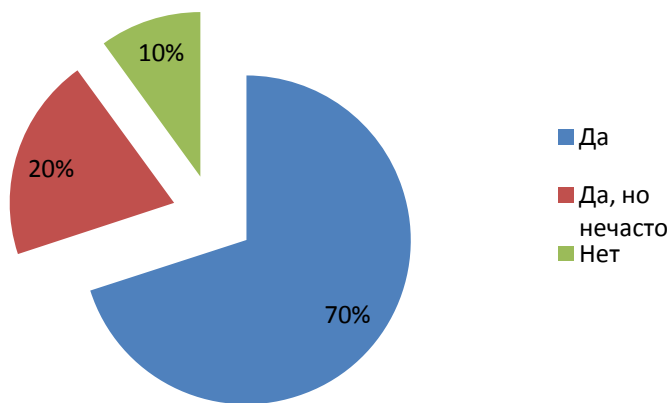


Рис. 2. Употребление неологизмов в повседневной речи

Но почему же сленг так нравится молодёжи? В двадцать первом веке всё должно быть модно, это касается и слов. Если ты используешь сленг, то ты «в тренде», если нет, то ты «зашквар». Нельзя сказать, что сленг полностью вытесняет установившиеся синонимы этих слов, просто молодёжь считает, что в её среде проще говорить сленгом. Ведь он иногда более уместен, так как связан глубже с тем, что происходит в их среде, ведь он произошёл оттуда. Филологи не должны бояться таких изменений в языке, неологизмы в молодёжном сленге были и будут всегда, только так наш язык будет развиваться.

Список литературы

1. Сленг // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. URL: <https://les.academic.ru/1051> (дата обращения: 29.11.2017).

УДК 372.881.161.1

Г.Р. Ахметгалиева

магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.Е. Белькова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА

Аннотация. В данной статье рассмотрены возможные пути развития эмоциональной сферы в трудах известных авторов. Особый интерес для нашего исследования представляет связь эмоционального, эстетического и нравственного развития на уроках русского языка. Эстетические эмоции исследователи определяют как высший уровень и меру человеческой эмоциональности.

Ключевые слова: урок русского языка; эмоциональная сфера; развитие; обучающийся; эмоциональность; эмоциональное стимулирование; коммуникация; нравственное развитие.

В научно-педагогической литературе роль эмоциональной сферы обучающегося рассматривается в свете формирования его личности в процессе воспитания и обучения, в процессе взаимодействия с окружающей действительностью и людьми. Обращение к истории методики преподавания русского языка показывает неослабевающее внимание известнейших педагогов-исследователей к развитию эмоциональной сферы детей.

Кроме того, интерес к изучению эмоциональной сферы активно проявляется в трудах психологов, лингвистов, педагогов и др. противоречивость взглядов, неоднозначность понимания развития и функционирования эмоций определяют потребность в исследовании данной проблемы. Изучение закономерностей эмоционального развития способствует пониманию механизмов личностного и интеллектуального развития обучающихся на уроках русского языка.

Оценка и признание личности связана с системой личных отношений, поскольку является эмоционально-насыщенной. Взаимоотношения обучающихся и их характер развивают эмоциональную составляющую. Проявление эмоций влияет на характер взаимоотношений в системе педагог – обучающийся и выступает регулятором их общения. Считаем, что здоровая эмоциональная сфера является залогом успешности обучающихся.

Каждый обучающийся имеет характерный набор психических черт, которые делают его индивидуальностью. К такому специфическому набору можно отнести ум, память, волю, жесты, голос и мимику, эмоционально-чувственное восприятие.

Следует отметить, что огромный вклад в изучение эмоциональной сферы личности внесли отечественные и зарубежные исследователи. Так П.К. Анохин, В.К. Вилюнас изучали эмоции с точки зрения эмоциональных состояний.

Кроме того, Л.С. Выгодский, Б.И. Додонов, Е.Л. Яковлева и др. в своих исследованиях анализировали эмоциональную сферу как регулятор системы жизнедеятельности.

Запорожец А.В., Леонтьев А.Н. и др. в своих изысканиях во главу угла ставили изучение мотивирующей функции эмоций с позиций деятельностного подхода.

А.В. Вадельман, Л.С. Выготский, С. Шехтер и др. доказали связь эмоций с познанием и интеллектуальной деятельностью.

Далее рассмотрим некоторые аспекты успешного эмоционального развития обучающихся на уроках русского языка.

Ряд исследователей отмечает важным аспектом успешного эмоционального развития *организацию разнообразной деятельности, развитие «интересов душевной деятельности»* (Ушинский К.Д., Мюнстерберг Г., Белинский В.Г. и др.).

Многими исследователями подчеркивается важность сочетания интеллектуального, эстетического и нравственного развития (Руссо Ж.Ж., Сикорский И.А. и др.).

Особый интерес для нашего исследования представляет связь эмоционального, эстетического и нравственного развития на уроках русского языка. Эстетические эмоции исследователи определяют как высший уровень и меру человеческой эмоциональности.

Ряд исследований В.А. Сухомлинского, В.А. Кан-Калика, А.А. Леонтьева, А.В. Мудрика также посвящены формированию эмоциональной сферы учащихся. Языковеды и методисты-практики, отмечают, что эмоциональное развитие происходит в условиях сопереживания, осознания личностной сопричастности.

Другим важным фактором успешности эмоционального развития исследователями называется *профессиональная компетентность филолога*.

Одним из основных регуляторов взаимоотношений между людьми выступает восприятие человека человеком. Проблема диалогической природы человеческого сознания обсуждается в работах Л.С. Выготского, М.М. Бахтина, В.С. Библера, Е.Т. Соколовой.

В разных исследованиях отмечается, что в педагогическом процессе необходимо реализовывать задачи обмена информацией, организации взаимоотношений, познания личности обучающегося. Обучающийся становится личностью только в процессе общения, взаимодействия с другими людьми, состоящего в обмене эмоциональной информацией. Следовательно, целесообразно выделить *развитие коммуникативных навыков* на уроках русского языка как способа формирования эмоциональной сферы.

А.А. Бодалев стержневой проблемой современного образования называет создание продуманной системы развития и формирования «коммуникативного ядра в личности на всех ступенях ее онтогенеза», что предполагает «постоянное внимание к развитию у ребенка способностей к познанию другого человека и самопознанию, формирование восприятия, отношения к другому человеку как высшей ценности и умения творчески строить непосредственное общение с ним» [1, с. 70].

Согласно представлениям современной науки, основной функцией эмоциональной экспрессии является функция средства общения, средства невербальной коммуникации. Обусловленность возникновения эмоций выразительным движением, прежде всего мимическим, отмечали: А.Е. Ольшаникова, Я. Рейковский, О.П. Санникова, П.В. Симонов и др. [3, с. 23].

Одним из важных условий успешного педагогического процесса современные исследователи называют *эмоциональное стимулирование* на уроках русского языка [4, с. 156]. М.Г. Яновская в своих работах отмечает важность эмоционального стимулирования, активизации эмоциональной сферы. Исследователь считает наиболее оптимальной такую методику воспитания, с помощью которой у всех обучающихся педагогический стимул вызовет положительный мотив деятельности, готовность, желание, творчество.

Эмоциональность в обучении способствует снижению тревожности, агрессивности, формированию позитивных отношений, развитию эмпатии, позитивному отношению к себе и другим людям.

Таким образом, проведенный теоретический анализ показывает, что развитие эмоциональной сферы остается актуальной проблемой педагогической науки и практики.

Однако следует отметить, что данная проблема до сих пор мало изучена. В частности, исследователи Н.Г. Гаранян, А.Б. Холмогорова отмечают недостаточное внимание в современной системе образования к данной проблеме.

Развитие личности в целом происходит в процессе собственной деятельности через осмысление этой деятельности и себя в ней в диалогическом эмоциональном контакте с другим человеком [2, с. 75].

Считаем, что можно спроецировать модель формирования эмоциональной сферы обучающегося на уроках русского языка. Такая модель будет успешно реализовываться в учебном процессе, если будут соблюдены некоторые условия ее функционирования:

- учет возрастных особенностей развития эмоциональной сферы обучающихся;
- планирование профессионально значимых компонентов эмоциональной сферы;
- возможности профессиональной подготовки в развитии эмоциональной сферы.

Таким образом, развитие эмоциональной сферы на уроках русского языка строится на основе ситуационного подхода к общению. Такая коммуникация в ходе учебного процесса включает целеполагание, систему средств и заданий, контроль, требования к процессу подготовки, что, в конечном счете, позволит обеспечить развитие и саморазвитие компонентов эмоциональной сферы обучающихся.

Список литературы

1. Ахмадуллина Ф.Ю. Картина как средство развития речи татарских школьников. Изд-во «Хэтер», 1999. 150 с.
2. Белькова А.Е., Спешилова В.П. Формирование познавательного интереса на уроках русского языка // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (Нижневартовск, 5–6 апреля 2016 г.). Нижневартовск, 2016. С. 74–78.
3. Хомская Е.Д. Мозг и активация. М., 1972. 380 с.
4. Daniel Goleman. Emotional Intelligence: Why It Can Matter More than IQ. New York: Bantam Books, 1997. 394 p.

УДК 82.09

Е.Н. Банникова

магистрант

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор О.М. Култышева
Нижневартовск, Нижневартковский государственный университет*

ЭВОЛЮЦИЯ ОБРАЗА АВТОРА В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Аннотация. В статье анализируется эволюция образа автора в русской литературе, представленная по мере его развития, и делается вывод, что содержание понятия «автор» постоянно менялось. В Средние века и в эпоху классицизма автор обезличивался и представлялся как некая сумма правил. В 19 веке, напротив, автор воспринимался, прежде всего, как личность, а произведение – как слепок с этой личности.

Ключевые слова: автор; литературоведение; древнерусская литература; анонимность; биографический метод; автобиографичность; художественный образ.

Исследованию образа автора в русской литературе в разные времена литературоведы посвящали множество работ. Среди таких ученых можно встретить фамилии Виктора Владимировича Виноградова, Михаила Михайловича Бахтина, Юрия Николаевича Тынянова, Лидии Яковлевны Гинзбург, Екатерины Иосифовны Орловой, Александра Николаевича Архангельского, Дмитрия Сергеевича Лихачева, Виктора Ильича Калугина и многие другие.

Проблема автора в литературоведении очень актуальна и является предметом исследования многих ученых и в наше время. Данная проблема сформировалась, конечно, не в XX веке, а намного раньше. Об авторе Лев Николаевич Толстой писал так: «Люди, мало чуткие к искусству, думают часто, что художественное произведение составляет одно целое потому, что в нем действуют одни и те же лица, потому, что все построено на одной завязке или описывается жизнь одного человека. Это несправедливо. Это только так кажется поверхностному наблюдателю: цемент, который связывает всякое художественное произведение в одно целое и оттого производит иллюзию отражения жизни, есть не единство лиц и положений, а единство самобытного нравственного отношения автора к предмету. ...В сущности, когда мы читаем или созерцаем художественное произведение нового автора,

основной вопрос, возникающий в нашей душе, всегда такой: «Ну-ка, что ты за человек? И чем отличаешься от всех людей, которых я знаю, и что можешь мне сказать нового о том, как надо смотреть на нашу жизнь?» Что бы ни изображал художник: святых, разбойников, царей, лакеев – мы ищем и видим только душу самого художника» [16, с. 32].

Одним из свойств древнерусской литературы считалась анонимность. Это связывалось с необходимостью смирения перед Господом, с его ролью в создании текста и коллективизмом древнерусского творчества. Среди сохранившихся до нашего времени памятников древнерусской литературы, мы действительно можем наблюдать и те, в которых ни слова не сказано об авторе произведения. Несмотря на отсутствие автора как такового, в последнее время ученые все чаще обращаются к проблемам образа автора в древнерусской литературе [2, с. 3], который всё-таки может быть охарактеризован.

Довольно много написано об авторском самосознании протопопа Аввакума [6. Т. 24, с. 34], о специфике творчества Ивана Грозного, о личностном начале в путевых заметках Афанасия Никитина [1, с. 12]. Также большой интерес для исследователей представляет предисловие к «Житию Сергия Радонежского» Епифания Премудрого, в котором он описывает причины, побудившие его к описанию жизни святого. Огромное количество исследований посвящено изучению образа автора великого памятника древнерусской литературы «Слово о полку Игореве» [13, с. 56]. Несмотря на отсутствие личности автора, ученые могут предположить, кем был человек, написавший бессмертный памятник.

Анализ Средневекового периода развития литературы и эпохи классицизма показывает, что доминирующей категорией на этих этапах выступает категория жанра. Образ же автора находится по отношению к жанру в зависимом положении. «Автор, – пишет Дмитрий Сергеевич Лихачев, – в гораздо меньшей степени, чем в новое время, озабочен внесением своей индивидуальности в произведение. Каждый жанр имеет свой строго выработанный традиционный образ автора, писателя, «исполнителя» [14, с. 59].

И только сентименталистами и романтиками был поставлен вопрос об авторской индивидуальности. Проблема «автора» – поэта, прозаика, вообще художника слова – в литературной теории Николая Михайловича Карамзина тесно связана с учением сентименталистов о воспитательном назначении искусства: «Я уверен, что плохой человек не может быть хорошим автором», – резюмирует он [8, с. 39].

До начала второй половины XIII века анонимность остается ведущей чертой русской литературы. Отметим, что, начиная со второй половины XVII века, характеристика героя через социальный статус становится едва ли не преобладающей в литературных произведениях, читающихся в массовых кругах. В середине XVIII в., как мы можем видеть, в некоторых случаях она распространяется и на автора [2, с. 7].

Однако здесь понятие «автор» еще не отделяется от понятия «образ автора». Но уже Николай Васильевич Гоголь в статье «В чем же, наконец, существо русской поэзии и в чем ее особенность» (1846 г.) различает автора и героя. Так, анализируя творчество Александра Сергеевича Пушкина, он пишет: «Поэма вышла собрание разрозненных ощущений, нежных элегий, колких эпиграмм, картинных идиллий, и, по прочтении ее, на место всего выступает тот же чудный образ на все откликнувшегося поэта» [5. Т. 6, с. 156].

Академическое литературоведение XIX века оперирует в основном понятием «автор», которое трактуется как личность создателя литературно-художественного произведения. Неудивительно, что вскоре именно автор (а точнее – его биография) сделался главным объектом критических и литературоведческих исследований. Так сформировался биографический метод, основателем и ярчайшим представителем которого в литературоведении стал французский журналист и критик Шарль-Огюстен Сент-Бев. Биографический метод основное внимание обращает на роль внешних обстоятельств, формирующих личность автора. Примерно такую же позицию занимает и создатель культурно-исторической школы Ипполит Тэн и его русский последователь Александр Николаевич Пыпин, которые также исходили из понимания художественного произведения, прежде всего, как факта культурно-исторического развития.

Итак, проблема автора не случайно является одним из главных вопросов, поставленных литературоведением нового времени. О ее актуальности и масштабе легко судить по следующим высказываниям: «Сейчас, – писал Михаил Михайлович Бахтин, – это самая острая проблема современной литературы» [3, с. 354].

А вот что пишет современный исследователь Александр Павлович Чудаков: «Описать взаимоотношения речи повествователя и речи персонажей (или вообще чужой речи), включенной в повествование, – это и значит установить речевую структуру данного повествования» [16, с. 7]. Таким обра-

зом, повествовательное произведение можно рассматривать как некую структуру, элементами которой являются, с одной стороны, речь персонажей, а с другой – «собственно повествование», то есть «текст прозаического произведения без прямой речи, внешне прикрепленный к одному лицу (повествователю, или рассказчику)» [16, с. 9]. А это значит, что перед исследователем современной прозы встает вопрос, кому принадлежит это «собственно повествование», ведется ли оно от лица самого автора или передается какой-то подставной фигуре.

Следовательно, в литературоведении XX века начинает формироваться понятие «образ автора», которое обладает некой двойственностью. С одной стороны, это все-таки автор, творец произведения и потому он как бы выходит за рамки произведения, являясь категорией не только эстетической, но и социально-культурной. С другой же — художественный образ. Естественно, рано или поздно обнаруживается, что «личность» вдруг превращается в «образ» и что одно перестает соответствовать другому. Эта метаморфоза требует от исследователя либо восстановления тождества между автором и его образом, либо решительного отмежевания первого от второго. Поэтому образ автора то дополняется «незримо присутствующим» автором, то есть практически выводится за рамки художественной действительности, то уравнивается с остальными образами произведения [15, с. 212].

Однако куда более плодотворной представляется нам оценка автора не как личности (или проекции личности на пространство художественного текста), но как некоего конструирующего произведение принципа. Надо отметить, что терминология для такого определения роли автора еще далеко не устоялась. Так, например, Борис Осипович Корман утверждает, что автор – это «некий взгляд на действительность, выражением которого является все о произведение».

Михаил Михайлович Бахтин выделяет «первичного (не созданного) и вторичного автора (образ автора, созданный первичным автором)» [4, с. 337]. Благодаря такой детерминации достигается разграничение товарной (биографической, бытовой, психологической и т.д.) и творческой сущностей автора. По мысли Михаила Михайловича Бахтина, первичный автор есть «природа несотворенная, но творящая», и поэтому сам он «не может быть образом» и «никогда не может войти ни в какой созданный им образ»: «Слово первичного автора не может быть собственным словом. Первичный автор, если он выступает с прямым словом, не может быть просто писателем: от лица писателя ничего нельзя сказать (писатель превращается в публициста, моралиста и т.п.)» [4, с. 338].

Таким образом, можно прийти к выводу, что по мере развития литературы и науки о ней – литературоведения – содержание понятия «автор» постоянно менялось. В Средние века и в эпоху классицизма автор обезличивался и представлялся как некая сумма правил, зависящих от жанра. XIX век, напротив, воспринимал автора, прежде всего, как физическую личность, а произведение – как слепок с этой личности. Литературоведческая же мысль XX века в основном развивалась в борьбе со слишком прямолинейным соотношением авторской индивидуальности с особенностями произведения. Другими словами, образ автора в русской литературе претерпел изменения от анонимности и как такового отсутствия в произведении до признания возможности автобиографичности произведений и гипотетического видения в произведении самого автора, его мыслей, взглядов на описываемую ситуацию и т.д.

Список литературы

1. Адрианова-Перетц В.П. Афанасий Никитин – путешественник-писатель // Хождение за три моря Афанасия Никитина. М.; Л., 1958.
2. Архангельская А.В. Проблема автора в древнерусской литературе. М., 1999.
3. Бахтин М.М. Автор и герой в эстетической деятельности // Эстетика словесного творчества. М., 1986. 354 с.
4. Бахтин М.М. К методологии гуманитарных наук // Эстетика словесного творчества. М., 1986. 338 с.
5. Гоголь Н.В. Собр. соч. В 6 т. Т. 6. М.: ГИХЛ, 1953.
6. Демкова Н.С. К вопросу об истоках автобиографического начала в Житии протопопа Аввакума // ТОДРЛ. Т. 24. М.; Л., 1970. С. 30–46.
7. Калугин В.В. Литература и письменность в представлении древнерусского писателя (Грозный и Курбский) // Филологические науки. 1994. №3. С. 52–76.
8. Карамзин Н. М. Избранные статьи и письма. М.: «Современник», 1982.
9. Корман Б.О. Избранные труды по теории и истории литературы. Ижевск, 1992.
10. Корман Б.О. Итоги и перспективы изучения проблемы автора // Страницы истории русской литературы. М., 1971. С. 210–244.
11. Корман Б.О. О целостности литературного произведения // Корман Б.О. Избранные труды по теории и истории литературы. Ижевск, 1992. С. 119–128.

12. Корман Б.О. Целостность литературного произведения и экспериментальный словарь литературоведческих терминов // Проблемы истории критики и поэтики реализма. Куйбышев, 1981. С. 34–56.
13. Лихачев Д.С. Каким был автор «Слова о полку Игореве»? М., 1993.
14. Лихачев Д.С. Поэтика древнерусской литературы. М., 1979.
15. Тимофеев Л.И. Основы теории литературы. М., 1971.
16. Чудаков А.П. Поэтика Чехова. М., 1971.

УДК 821.161.1

Н.Ю. Кудрина

магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.В. Себелева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ТЕМА ЛЮБВИ В ПОВЕСТИ НИКОЛАЯ КАРАМЗИНА «БЕДНАЯ ЛИЗА»

Аннотация. В статье анализируется тема любви в произведении Н. Карамзина «Бедная Лиза», которая раскрывается через детали-символы, через интерпретацию сюжета рассказчиком. Писатель относился к сентиментальному направлению литературы, для него характерен культ чувств. Однако автор статьи пытается выделить творчество Н. Карамзина из общего представления о сентиментальной литературе.

Ключевые слова: сентиментализм; тема любви; символ; культ чувств.

Тема любви занимает большое место в русской классической литературе от былин и летописей до наших дней. Любовь между мужчиной и женщиной была и будет постоянной и вечной темой для поэтов и писателей.

Почти все произведения русской литературы затрагивают эту тему, во многих сюжетах присутствуют любовные коллизии, так как именно в любви полнее всего раскрывается характер человека, обнажаются все тайники его души.

В XVIII веке с потрясающей силой тема любви зазвучала в повести Н.М. Карамзина «Бедная Лиза». Душевные страдания этого женского образа нашли отклик в сердцах многих читателей. В «Бедной Лизе» Карамзин одним из первых русских писателей показал внутреннюю жизнь главной героини повести, рассказав историю крестьянской девушки, умевшей глубоко любить и искренне страдать.

«Характерной особенностью повести, – пишет исследователь А.Н. Верховенская, – является организация ее сюжета и системы образов. Традиционно через пространство сюжета той или иной повести рубежа XVIII—XIX веков для каждого героя проложена своя колея. Положительный герой движется в одном направлении, отрицательный – в другом, и их колеи, как параллельные прямые, не пересекаются» [2, с. 29]. И вот вниманию читателей предлагается повесть, главные герои которой не просто лишены однозначных характеристик, но и способны переходить со своей «колеи» на чужую и обратно. Лиза, сама того не замечая, многое перенимает у Эраста. Эраст – у Лизы. Он, позабыв обо всем на свете, жаждет лишь одного: чистой, непорочной любви: «Все блестящие забавы большого света представлялись ему ничтожными в сравнении с теми удовольствиями, которыми страстная дружба невинной души питала сердце его. С отвращением помышлял он о презрительном сладострастии, которым прежде упивались его чувства. «Я буду жить с Лизою, как брат с сестрою, – думал он, – не употреблю во зло любви ее и буду всегда счастлив!» [4, с. 23]. Теперь он чуть ближе к своему изначальному, «природному» состоянию, к своей душе. Лиза, напротив, окрыленная всепоглощающей любовью, готова скорее забыть «душу свою, нежели милого (...) друга!»

Конечно, любовь не изменяет образа жизни главных героев: и Эраст, и Лиза остаются верны себе, своим взглядам, своим привычкам. Он по-прежнему все пытается переводить на деньги, в том числе и собственные добрые чувства. Покупая Лизину работу, он «хотел всегда платить в десять раз дороже назначаемой (...) цены». Она по-прежнему искренна, чувствительна, трогательна. Но после того как Лиза отвечает на страстный порыв Эраста и отдается ему, происходит перелом и в судьбах

героев, и в их чувствах. Непересекающиеся прямые вдруг пересеклись и в полном соответствии с законами геометрии после пересечения разошлись в разные стороны: «Эраст желал больше, больше и, наконец, ничего желать не мог (...). Исполнение всех желаний есть самое опасное искушение любви. Лиза не была уже для Эраста сим ангелом непорочности, который прежде восплалял его воображение и восхищал душу. Платоническая любовь уступила место таким чувствам, которыми он не мог гордиться и которые были для него уже не новы. Что принадлежит до Лизы, то она, совершенно ему отдавшись, им только жила и дышала, во всем повиновалась его воле и в удовольствии его полагала свое счастье» [4, с. 5].

Время, которое в «природном» мире не может главенствовать, как правило, властно вторгается в жизнь человека. Вторгается оно и в Лизину жизнь. «Она, – замечает исследователь А.Л. Дирканова, – в прямом смысле слова начинает считать дни. Причем хочется заметить: первая встреча героев произошла в городе, на «территории» Эраста, куда Лиза принесла цветы — символ естественной, природной чувствительности. А о предстоящей разлуке она узнает в деревне, на своей «территории», куда «пригожий московский барин» Эраст приносит деньги» [3, с. 44], символ неистинных, противоречащих законам «натуры» отношений между людьми. С денег все началось, деньгами все и заканчивается. Лиза по прошествии некоторого времени отправляется в Москву. Не для того, чтобы продавать, а для того, чтобы сделать покупки. (Карамзину важна эта деталь). Она встречает Эраста, который, оказывается, вместо того чтобы совершать военные подвиги в армии, проиграл имение, и вынужден жениться на богатой вдове. То есть он играл на деньги, ради денег, а в итоге – проиграл любовь, изменил «натуре». И самое ужасное, что, навсегда расставаясь с возлюбленной Лизой, он опять предлагает ей деньги, словно пытаясь откупиться от своей несостоявшейся любви: «Вот 100 рублей – возьми их, – и он положил ей деньги в карман» [4, с. 8]. Разумеется, сентиментальный рассказчик не хочет и не может оправдывать такой поступок героя. Но куда важнее другое. Рассказчик описывает последние минуты Лизы, которая, прежде чем покончить с собой, прощается с тенью древних дубов, «свидетелей ее восторгов». И автор словно мимоходом, попутно замечает: последнее, что Лиза сделала в этой жизни, так это послала через дочь соседа Анюту 10 империалов матери. То есть она вольно или невольно повторила «прощальный жест» Эраста, сознательно или бессознательно подчинилась его противоестественной «городской» логике. Деньги как бы призваны искупить ее дочернюю вину, они становятся ценой вечной разлуки с матерью.

Да, Лиза поступила неверно, как неверно поступил и Эраст. Но главное для Карамзина в другом: в том, что и он, и она, пускай в разной мере, прислушивались к голосу собственного сердца, были чувствительными, и главное, любили. А значит, вопрос о «святости» или «греховности» для них не стоит. Их души соединятся на небе. Как? Где? Автор не знает. Главное, что он, как всякий человек, исповедующий культ сердца, не нуждается в нормативной морали. Он нуждается в другом – в утонченных переживаниях, в сочувствии, в сострадании к любви простого человека.

Н.М. Карамзин творил в русле сентиментального направления, и именно писатели-сентименталисты одними из первых стали воспевать любовь как самое ценное и возвышенное чувство в жизни человека. Их не интересовали материальное положение и сословие человека, его социальный статус и возраст – все это было подчинено одной единственной идее – идее всепоглощающей Любви. Именно сентименталисты первыми заговорили о культе отношении между мужчиной и женщиной, заговорили откровенно и целомудренно. Воспевая Любовь как величайший дар свыше, они, тем не менее, раскрывали и низменные чувства, зарождающие в душах людей. Любовь ради материального благополучия и неверность возлюбленному осуждались ими через средства художественной выразительности и сюжетную канву произведений.

Именно сентименталистам принадлежит первенство в художественном раскрытии мира человеческих переживаний. Часто опуская портретные характеристики и истории жизни главных героев, они с особенной тщательностью описывали зарождение любовного чувства и его развитие по ходу повествования. Любая мысль о возлюбленном, любая мельчайшая деталь, раскрывающая внутренние переживания героя, становились для писателей сентиментального направления путеводной звездой в дальнейшем раскрытии сюжета. Именно писатели-сентименталисты заговорили о любви как о силе, способной не только возродить человека к новой жизни, но и опорочить невинную душу, лишить ее всякого смысла существования, приведя тем самым к деградации или самоубийству (примером тому служит повесть Н.М. Карамзина «Бедная Лиза»).

Итак, вершины развития любовная тема в русской литературе достигла именно после выхода в свет повести Н.М. Карамзина «Бедная Лиза». Слова В.Г. Белинского: «Из «Бедной Лизы» выросла вся литература XIX века», – являются наглядным тому свидетельством [1. Т. 5, с. 129]. Именно в эпоху творчества Н.М. Карамзина сентиментальное направление как художественный метод обрело свои

специфические особенности и стало главенствующим в русской литературе конца XVIII – начала XIX века.

Список литературы

1. Белинский В.Г. Собрание соч. в 20 томах. М., 1979-1986. Т. 5. С. 129.
2. Верховенская А.Н. «Бедная Лиза» и русский сентиментализм // Литература в школе. 1994. № 4. С. 29.
3. Дирканова А.Л. Изучаем Карамзина. К вопросу интерпретации повести «Бедная Лиза» // Литература в школе. 1996. № 1. С. 44.
4. Карамзин Н.М. Бедная Лиза. М.: Художественная литература, 1981. С. 5.

УДК 373.881.161.1

А.Н. Медведкова

студент

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.Е. Белькова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

СИСТЕМА РАБОТЫ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К ЕГЭ В СТАРШИХ КЛАССАХ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы методики преподавания русского языка в 10-11 классах средних общеобразовательных школ, в частности, подготовка к сдаче Единого государственного экзамена. В статье предлагается усилить теоретическую подготовку выпускников, основное внимание уделить изучению языка как системы, создавать условия для реализации обучающимися полученных теоретических знаний на практике.

Ключевые слова: методика преподавания; русский язык; Единый государственный экзамен; системное повторение; контрольно-измерительные материалы; компетенция.

Несмотря на то, что ЕГЭ по русскому языку как форма государственной аттестации выпускников существует в российском образовании более десяти лет, вопросы подготовки к нему являются по-прежнему актуальными.

Это связано с рядом факторов: от постоянного изменения контрольно-измерительных материалов до естественного желания педагогов совершенствоваться в профессии. Кроме того, в научном обществе не умолкают жаркие споры вокруг этой формы выпускного экзамена, причем не только среди педагогов. Медики и психологи рассматривают процесс подготовки и сдачу ЕГЭ как физиологический стресс и пытаются отследить его влияние, как на результат самого экзамена, так и на здоровье выпускников; филологи следят за содержанием проверяемого материала, а методисты пытаются разработать новые, более эффективные приемы обучения [3, с. 35].

В настоящее время для всех стала очевидной проблема «натаскивания на ЕГЭ» в старших классах. Этот разговорный термин обозначает подготовку к ЕГЭ в форме постоянного решения тестов из КИМов прошлых лет. Постоянное «натаскивание» делает процесс подготовки к экзаменам однообразным, повышает его стрессогенность, кроме того, с учетом постоянного изменения состава заданий, репродуктивный подход является наименее эффективным.

Каждый год официальные составители контрольных измерительных материалов (КИМ) формируют около семисот новых вариантов КИМов, в каждый из которых входит, как правило, 40–50 тестовых заданий. Общее число используемых тестовых заданий в год составляет около 30 тыс., их база содержит более ста тысяч действующих заданий по каждому из предметов. Множество вариантов КИМов делает невозможным совпадения вариантов у разных участников Единого государственного экзамена.

Специалистами разных областей предлагаются новые здоровьесберегающие подходы, разрабатываются специальные электронные учебные пособия, формулируются разнообразные алгоритмы написания эссе, однако пока это не выходит за рамки отдельных школ. Наиболее известные методические пособия и рекомендации, например, А.Г. Нарушевич, Р.В. Бахарева, С.А. Павловой, так или

иначе, выделяют подготовку к ЕГЭ из общего образовательного процесса по русскому языку в старших классах. В них не предлагается комплексная система работы, а лишь алгоритмы, основанные опять же на контрольно-измерительных материалах прошлых лет. Таким образом, учителю предлагается то же «натаскивание», но уже структурированное автором.

«Натаскивание» и связанное с ним частное репетиторство (сам этот феномен уже свидетельствует о несостоятельности школьной системы подготовки) возникли не на пустом месте. Сложилось противоречие. Весь основной курс русского языка обучающиеся проходят до девятого класса включительно, на десятый и одиннадцатый классы, после которого следует сдача обязательного ЕГЭ, остается системное повторение и закрепление уже сформированных компетенций. Таким образом, «натаскивание» закрыло собой программную лакуну.

ЕГЭ проверяет знания школьника, полученные им за весь период обучения, то есть с 1 по 11 классы, то есть, если обучающийся имел положительную оценку по предмету все эти годы, он должен хорошо сдать выпускной экзамен. На практике все обстоит иначе. Системно-обобщающее повторение традиционно является одним из значимых этапов обучения, однако если кроме повторения в старших классах обучающиеся ничего не получают, то происходит стойкое снижение мотивации к такой работе, она становится рутинной.

На этом фоне, вполне ожидаемым, можно признать тот факт, что год за годом ЕГЭ обнаруживает ряд проблем как в области преподавания русского языка в школе, так и в сфере усвоения знаний, умений самими учащимися, и, как следствие этого, в уровне сформированности у выпускников языковой, лингвистической, коммуникативной и культуроведческой компетенций.

В тестах (контрольно-измерительных материалах) по русскому языку представлены вопросы и задания, охватывающие практически все разделы школьного курса. Следовательно, процесс подготовки к экзамену нужно организовать так, чтобы, во-первых, осуществить повторение необходимого теоретического материала, обобщить и систематизировать знания учащихся; во-вторых, на этой основе усовершенствовать те умения и навыки выпускников, которые необходимы им для успешной сдачи ЕГЭ.

В программу экзамена были внесены задания на лингвистическую компетенцию. Такие задания проверяют умение проводить элементарный лингвистический анализ языковых явлений. Также внесены задания на проверку языковой компетенции, а именно: практическое владение русским языком, его словарным составом, знание грамматических правил и других языковых норм. Проверяется наличие коммуникативной компетенцией, то есть владение разными видами речевой деятельности, умение понимать чужую речь и создавать собственные высказывания. Проверяется и сформированность культуроведческой компетенции: осознание языка как формы выражения культуры, национально-культурной специфики русского языка; знание истории и культуры народа, о культуре межнационального общения [1, с. 5].

Как пишет М.А. Дынина, проверка выпускных работ выявила и значительные недостатки в коммуникативных умениях учащихся. Единый государственный экзамен показал, что у многих экзаменуемых недостаточно сформированы умения правильно понимать и анализировать текст. Кроме того, выявлено некоторое количество работ, где выпускники давали простой пересказ без комментирования содержания текста или демонстрировали абсолютное непонимание содержания прочитанного. Кроме этого, необходимо заключить, что в целом уровень практической орфографической и особенно пунктуационной грамотности экзаменуемых по-прежнему невысок [6, с. 35].

Так, по данным Центра оценки качества образования Российская академия образования в 2017 году 51% учащихся не достигает базового уровня подготовки по русскому языку. 68% старшеклассников на ЕГЭ по русскому языку допускают более четырех орфографических и пунктуационных ошибок в небольших текстах. Важно отметить, что в 2014 г. Рособрнадзору пришлось снизить пороговый минимум ЕГЭ по русскому языку с 36 до 24 баллов [4, с. 95]. Это было обусловлено тем, что большое число выпускников не преодолели ранее установленный порог, из-за чего они могли остаться без аттестатов.

Очевидно, что большая часть недостатков в формировании коммуникативной компетентности экзаменуемых связана с недостаточным вниманием к теоретическим знаниям при формировании коммуникативных умений и навыков обучающихся. В то же время формирование системы коммуникативных умений и навыков – необходимое условие развития, совершенствования и осмысления учащимися своего речевого опыта при помощи соответствующих теоретических понятий [2, с. 45].

Кроме того, явно выступает проблема, однозначно неразрешенная методистами и учителями-практиками. При работе по имеющимся программам и недостаточном количестве часов, заложенных в базисном учебном плане на изучение русского языка в старших классах, добиться повышения каче-

ства знаний обучающихся настолько, чтобы большинство могло справиться с заданиями ЕГЭ – очень сложный и трудоемкий процесс.

Русский язык в выпускных классах – это учебный курс, в обобщенном виде включающий в себя все, чему школьники научились на уроках русского языка в предшествующих классах. Содержание обучения русскому языку на базовом уровне в старших классах структурировано на основе компетентного подхода, в рамках которого развиваются и совершенствуются коммуникативная, языковая, лингвистическая и культурологическая компетенции, определенные и закрепленные в Государственной программе развития образования на 2013–2020 годы и Стратегии модернизации содержания общего образования

Как уже отмечалось, в современной школьной практике, в первую очередь, уделяется внимание формированию орфографической и пунктуационной грамотности, однако, современные выпускники школ должны не только грамотно писать, но и свободно говорить на заданные темы, точно и четко излагать свои мысли не только в устной, но и в письменной форме.

Признавая безусловную важность, полезность и своевременность имеющихся в методике обучения русскому языку направлений, методов и приемов, нацеленных на формирование правописных умений и навыков, мы предлагаем свой путь, который позволит осуществлять повышение уровня орфографической и пунктуационной грамотности старших школьников на завершающем этапе обучения русскому языку, в том числе русскому правописанию в 10–11 классах.

Для того, чтобы преподавание русского языка в старшей школе было максимально успешным, оно должно быть ориентировано на углубленное изучение (по сравнению со средней степенью) русского языка как системы. Филологам известно, что любой язык есть система, в которой языковые явления связаны друг с другом на всех уровнях. Однако в школьном курсе русского языка этот факт практически обойден вниманием. Так или иначе, до сих пор учащимся предлагается запомнить определенные правила, а потом через выполнение тренировочных упражнений разных видов, научиться применять это правило на практике. Ориентация на запоминание дает менее значимые для самостоятельно работы результаты, чем ориентация на понимание языковых явлений.

Навык правильного написания образуется в процессе осмысленной, сознательной работы учащихся над орфографическим или пунктуационным правилом (так называемый управляемый путь формирования навыка), закрепляется в процессе сознательной работы по его формированию и закреплению, затем переходит в долговременную память и по мере необходимости может быть актуализирован [7, с. 285].

Представляется, что именно в старших классах учащиеся должны получать теоретические сведения об устройстве языка, о происхождении различных его правил. Так, знакомство с главными принципами русской орфографии, поможет обучающимся осмыслить правописание, понять его логику. Если выпускник будет знаком, например, с принципом единообразного написания морфем, то он будет понимать, что проверять ударением можно не только безударную гласную в корне слова, но и в других его частях, а также то, почему нельзя писать так, как слышится. Обобщение и углубление знаний о морфемной структуре слова, о значениях приставок и суффиксов, их функциях поможет выпускнику понимать разницу в значении паронимов и правильно их употреблять.

Углубление теоретических знаний о лексической системе языка станет основой для профилактики речевых ошибок. Для словарной работы в выпускных классах, по-нашему мнению, хорошо подходит методика, предполагающая многоаспектную работу над словом, предложенная Е.В. Архиповой. Суть методики заключается в том, чтобы в отдельно взятой лексеме выявить ее фонетические, лексические, грамматические, стилистические и другие свойства и признаки, установить ее связи с другими единицами языка, найти имеющиеся однокоренные слова, синонимы, антонимы, гиперонимы, указать возможную семантическую сочетаемость и т.д. Выполнение такого комплексного задания, несомненно, формирует у старшеклассников более широкий взгляд на лексему как живую речевую единицу, характеризующуюся многообразными закономерностями. Работа над словом по данной методике требует от учащихся старших классов систематического повторения, запоминания обширного материала лингвистического и культурологического характера, умения регулярно использовать полученные знания применительно к разным дидактическим упражнениям, что помогает готовить выпускников к ЕГЭ по русскому языку.

Необходимо учить выпускников анализировать языковые явления, рассуждать о языке, помочь им увидеть его внутреннюю стройность и красоту.

В настоящее время все чаще говорят о необходимости проблемных методов в образовании, об исследовательской работе старшеклассников. Изучение русского языка, по-нашему мнению, не

должно быть исключением. Именно теоретические сведения о системных отношениях в языке могут стать основой для проведения самостоятельной исследовательской работы обучающихся.

Проводя собственные учебные исследования, школьники повышают мотивацию к изучению русского языка, открывают для себя интересные лингвистические факты, знакомятся с трудами ученых разных столетий. Чтение научных текстов-рассуждений тренирует старшеклассников понимать прочитанное и осмысливать суть – все это напрямую способствует успешной сдаче Единого государственного экзамена.

Конечно, такое обобщение и углубление знаний требует дополнительного времени и сил на подготовку от самого педагога, однако учитывая то, что образование в старших классах школы в настоящее время является вариативным и профильным, необходимо использовать возможности не только уроков, но и внеурочную деятельность: элективные курсы, факультативы и т.д. Это касается всех классов, несмотря на различные профили образования, поскольку русский язык сдают все без исключения выпускники.

Также необходимо усиление работы по формированию метапредметных компетенций. Так, отсутствие литературы в списке обязательных для сдачи экзаменов, привело к несерьезному отношению к ней. Однако, именно изучая литературу и историю, обучающиеся учатся самостоятельно думать, анализировать, рассуждать, отстаивать свою точку зрения. Сочинение, которое пишут одиннадцатиклассники зимой, является, с нашей точки зрения, недостаточной мерой. Получив «зачет», школьник должен продолжать совершенствовать свои навыки написания связанных текстов-рассуждений, поскольку при решении части В ЕГЭ по русскому языку, ему предстоит более сложная задача. Написать не просто свой текст на «зачет», но, во-первых, понять данный текст другого автора, во-вторых, проанализировать его, и только затем написать свой. Кроме того, при выполнении последней части ЕГЭ по русскому языку речь в большинстве случаев идет не просто о формальности, а о борьбе за каждый балл [5, с. 96].

Это значит, что часть времени на уроках русского языка и во внеурочной деятельности должно уделяться чтению текстов. Для этих целей подойдет, например, современная высококачественная публицистика, мемуары, эссе. Главная задача при этом – научить обучающихся понимать сложный авторский текст, написанный непривычным для них языком, научить следить за развитием мысли автора, вычленять суть прочитанного. Без понимания текста, без его комментированного чтения постоянное упражнение в написании эссе будет мало результативным.

Предлагаемый нами подход к преподаванию русского языка в старших классах и в данном случае будет актуальным. Текст является системой, и если обучающийся будет знать правила его устройства, то понимать и писать тексты ему будет значительно проще. Любой текст есть система, абзац – это подсистема текста, предложения в абзаце организованы в соответствии с определенными отношениями между ними, как и слова в предложении. У тестов разных типов речи разная организация на разных уровнях языка. Соответственно, владея теоретическими знаниями об устройстве текстов различных типов, учащийся будет подготовлен к выполнению заданий по тексту и легче напишет свой.

Чтобы учащиеся легче воспринимали теоретический материал, можно применять графические схемы, конспекты, уроки-семинары, работу в группах и индивидуально. Методы и приемы подачи материала учитель может выбирать самостоятельно, основываясь на принципах системно-деятельностного подхода, вариативности и т.д.

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать ряд выводов.

На данный момент в отечественной методике не существует единого подхода к решению вопроса о подготовке выпускников средних общеобразовательных школ к сдаче Единого государственного экзамена по русскому языку.

Педагоги-практики ориентируются в основном на задания прошлых лет, на уроках большое внимание уделяется тренировке решения тестовой части экзамена. Программные задачи по общему повторению пройденного в 1–9 классах материала отходят на второй план. Фактически, само повторение производится в ходе выполнения тестовых заданий.

Нами предлагается новый подход, объединяющий в себе программное повторение и подготовку к сдаче Единого государственного экзамена. Системное повторение, таким образом, должно производиться с одновременным углублением теоретических знаний обучающихся о русском языке как системе. Предлагается познакомить старшеклассников с системными отношениями на разных уровнях языка, принципами русской орфографии, стилистикой и т.д.

Большое значение, с нашей точки зрения, имеет работа по формированию метапредметных компетенций, особенно с литературой и историей. Это развивает у обучающихся способность пони-

мать сложные тексты, написанные непривычным языком, способность рассуждать, высказывать и отстаивать свое мнение.

Исследовательская работа учащихся по русскому языку является важной частью образования в старших классах. В рамках предложенного нами подхода исследовательская деятельность должна способствовать закреплению теоретических знаний.

Таким образом, нам представляется, что в течение десятого и одиннадцатого года обучения школьники систематизируют и углубят свои знания об устройстве русского языка и научатся применять их на практике, анализируя языковые явления.

Список литературы

1. Белькова А.Е., Коростелева Л.В. Грамматика современного русского языка: Рабочая тетрадь для студентов направлений подготовки «Педагогическое образование» (профиль «Филологическое образование»), «Журналистика» (профиль «Деловая журналистика»). Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2017. 130 с.
2. Бусыгина М.А. Подготовка к государственной итоговой аттестации и единому государственному экзамену по русскому языку на основе работы с текстом // Эксперимент и инновации в школе. 2009. №5. С. 45–55.
3. Волкова С.И., Сироткина Э.Ю. Сердечно-сосудистые реакции как один из показателей адаптации выпускников к сдаче пробных ЕГЭ // Новые исследования. 2014. №2 (39). С. 35–40.
4. Горбулинская Е.И. Методика преподавания русского языка в выпускных классах // ИСОМ. 2014. №4. С. 92–96.
5. Грязнова В.М. Риторический аспект в подготовке учащихся к ЕГЭ по русскому языку // МИРС. 2010. №2. С. 95–98.
6. Дынина М.А. Подготовка к ЕГЭ. Пишем сочинение-рассуждение // Эксперимент и инновации в школе. 2014. № 4. С. 35–36.
7. Чиганашкин В.М. Seriously о ЕГЭ // Вопросы образования. 2012. № 2. С. 285–294.

УДК 82

Ю.А. Никулина

ст. преп.

Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет

МИФ И УТОПИЯ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Аннотация. Статья раскрывает содержание понятий «утопия» и «миф» в сопоставительном ракурсе. Различия представлены с точки зрения анализа архетипов, которые позволяют глубже понять рассматриваемые явления. В статье представлены архетипы – соляной, временной, пространственный, героя-спасителя, островной и пр.

Ключевые слова: утопия; миф; архетип; символ.

Одним из основоположников теории о соотношении утопии и мифа являлся Ж. Сорель. В мифе он видел форму незамутненного массового сознания, которая выражалась посредством убеждения определенной социальной группы или массы. Исходя из этого, можно считать, что миф народен, но в то же время можно думать, что он содержит призыв и является средством воздействия на настоящую действительность.

Утопию, наоборот, можно считать абстрактной, умозрительной и рациональной. Она несет в себе функцию успокоения и усыпления сознания масс, обрекая их на пассивность.

Многие исследователи считают, что утопия и миф неразрывно связаны друг с другом, испытывают потребность друг в друге, наполняют друг друга, между ними существуют всяческие взаимосвязи, а в первую очередь с культурной жизнью социума. Понимание культуры в данном контексте объясняется, по мнению Г.Г. Шпета, как антропоцентрическое и историческое, где на первый план выходит человек и его жизнедеятельность. Так, он говорит о человеке с его потребностями и слабостями, которые являются отражением культурно-философского сознания [6, с. 18]. В связи с этим, утопия, ставящая в центр личность идеального человека, является культурным феноменом [4, с. 1].

Соответственно, и миф рассматривается как культурное явление, носящее исторический характер. Необходимо отметить, что первые утопии появляются в результате рационализации мифов, то есть миф объединяет в себе различные утопические элементы и может в некоторой своей части принять форму утопии. Также и утопия может включать в себя представления о бытии в осознании первобытной мифологии. Можно считать, что миф нашел свое продолжение в утопии, наполняет ее своей образностью и идеологией.

Мифологическими компонентами утопии являются архетипы. Первым ученым, который рассматривал это понятие в науке, был К.Г. Юнг. Он считал, что архетипы – это комплексы представлений, которые выражены в виде мифологических мотивов. Они вносят связующий смысл в чувственные и внутренние духовные восприятия [7, с. 80]. Чтобы понять смысл архетипов, нужно понять смысл мифов и различных форм культуры. Общие мифологические образы одинаковы для всех народов и эпох. Следовательно, процесс изменения мифа в утопии и есть воспроизведение на основе архетипов. Архетип порождает мифы (мифы о добром и мудром герое, мифы об изолированности, мифы о присоединении).

Выделяется ряд архетипов, которые лежат в основе утопических построений. Можно выделить пространственный архетип, архетип катастроф, архетип хаоса, архетип героя-спасителя, который противопоставляется коллективному «мы» [2, с. 58].

В пространственном архетипе можно выделить символ острова, который имеет несколько значений. По Юнгу, это некое укрытие в бессознательном потоке либо взаимодействие сознания и воли. В словарях русского языка 11-17 веков употребляются и другие значения: «остров – суша среди вод» и «остров – автономное местопребывание народа». В мифах можно заметить архетип острова, который образовался при таянии ледников и глобальном потеплении. В то время остров и стал для людей твердой почвой под ногами или символом спасения. В различных мифах встречается описание дивных и чудесных островов (сказка «Потерпевший кораблекрушение», «Энки и Нинхурсаг»).

В античной литературе также часто встречается островная тема (остров Схерия, острова Гесперид – у Гомера; Кронос – у Плутарха, Атлантида – у Платона). В античности на острова часто отправлялись путешественники (Гомер «Одиссея»). Благословенные острова соотносили с жизнью богов, но созданы они были для человека, где вся жизнь проходила иначе, чем в реальной жизни.

Римские авторы также употребляли в своих произведениях островную тематику. Это и великолепная Аркадия, и «острова блаженных» в Океане. Широкое распространение они имели в эпоху эллинизма, когда народ мечтал добраться до «счастливых» островов. Тогда античный утопический роман развивался благодаря походам Александра и открытием многих экзотических стран.

Островные архетипы продолжают свое развитие и в эпоху Средних веков и Возрождения. В ирландских сагах рассказывается о чудесном острове Блаженства и проживающем на нем народе сидов. Этот остров виден только в ясную погоду и простым смертным туда дороги нет. Только Кухулин – главный герой ирландского эпоса побывал там. Ирландцы считали, что души умерших отправляются на остров в океане, своеобразное райское место. Назывался он Хай-Бризейл. Существовал и другой остров – Аваллон, он был страной бессмертия и вечной молодости, где жили духи и феи, и куда был заключен король Артур – главный герой кельтского эпоса.

С возникновением христианства «блаженный остров» истолковывается как благодать господня, где нет искушений и греха. В 5–6 веке в Атлантическом океане был открыт остров, который называли «счастливый» или «блаженный». Там поселились монахи и назвали его остров Брендана, в честь первого монаха, поселившегося на нем. По соседству располагался остров Семи Городов, который описывали как земной рай.

Архетип острова, вошедший в утопию, представлялся как особый взгляд реальности. Идеальным объектом становились самые дальние острова мира. Островом являлся какой-то иной мир, где не было войны, соблазнов и тяжелого труда. Это был мир, свободный от всяких влияний. Жизнь на острове обеспечивала граница, к которой особенно чувствительна утопия, рожденная на стыке реального и воображаемого миров.

Рассматривая архетип культурного героя, можно увидеть утопию идеальной личности, честного и мужественного правителя. Социально-утопические элементы в описании исторических персонажей оказывали помощь в обожествлении властителя. Мифологизация отдельных исторических личностей, правителей, вождей приравнивается к обожествлению. Все эти процессы сходятся в утопии, превращаются в образы «отцов-основателей» – Утоп, Солнце, Севариус. Все они как будто не похожи на остальных людей. Их правление окружалось ореолом таинства. Наряду с этим утопии было свойственно переосмысление мифических героев прошлого посредством переосмысления истории идеального общества и управления им.

Актуализация образа идеального правителя привела к тому, что идеал переносился в будущее и способствовал появлению слоев населения, которые связывали свои надежды с существующими историческими персонажами. В Древнем Риме у людей сформировалась мысль о том, чтобы вернуть римлянам мир и «Сатурново царство». И сделать это мог только избранный богами вождь, которому еще с детства предрекали победы и удачи. Еще долгое время соотношение идеала с прошлым будет существовать с идеальным миром и идеализацией будущего, в том числе и в религии, которая несла в себе идею «утраченного рая».

В основании совершенного мира и созидающей его личности можно проследить мифологические соляные культы. Солнце, как гарант справедливости у народов Средиземноморья, народов Америки, сливается с утопическим образом идеальности и порождает множественные солнечные и счастливые острова и города. Например, утопическая политика Алексарха, который основал примерно в 316 году до н.э. город Уранополь. Жителей этого города называли уранидами (сыновья Неба), на монетах были изображены Солнце, Луна и звезды. Правитель Уранопля сравнил себя с Гелиосом, то есть Солнцем-Космократором, наивысшим мудрым, справедливым правителем мира. Примером могут послужить и эллинистические утопии Эвгемера и Ямбула. У Ямбула можно увидеть семь райских островов, которые населяют «жители островов Солнца», которые «почитают богами весь небесный свод и солнце, и вообще все небесные явления». Взаимодействие деяний солнца и света можно встретить и в документах Кумранской общины, в так называемой книге Тайн. По свидетельствам историков сыны света уважительно относились к солнечному свету, молились о его послании благоденствия, мудрости и пронизательности.

Произведение Т. Кампанеллы «Город Солнца» тоже можно упомянуть в данном аспекте [5, с. 52]. Знаковым является его название и, мало того, правитель называется Солнцем. Образы солнцеподобного правителя глубоко засядут в утопическое сознание из мифологии и будут существовать до наших дней.

Из мифологии в утопию перешли и идеи сотворения космоса из хаоса, противоположение народов, жизнь в изобильной природе.

Таким образом, утопия строится исходя из первичной, эсхатологической мифологии и мифологизма. Мифы, как элементы бессознательного, вбирают в себя архетипический опыт. В каждом мифе есть так называемый набор архетипов, из которых бессознательное вбирает в себя образы и формирует мифические сюжеты. Утопия же, по словам Ф. Полака, «может фактически рассматриваться как один из самых старых и чистых примеров демифологизации» [1, с. 75], у нее есть своя реальность, со своими сюжетами, системой символов и образов. Если сравнивать утопию с мифом, то она рациональнее: ей присущи не только эмоциональные переживания, но и смыслы, и значения.

Утопия, как и миф, – это повествование о творениях и его результатах, но отличное по качеству. Миф повествует нам о том, что, благодаря подвигам героев, реальность достигает олицетворения и осуществления, будь то космос, остров, природа, поведение. Мы всегда узнаем, каким образом что-либо произошло.

Утопическое повествование приводит к осмыслению того, что имеется больше вариантов рассказывания историй, что эти истории не единственно возможные. Утопия – это попытка усовершенствовать и без того идеальный мир или культуру, то есть он уже и так «совершенство совершенного» [3, с. 117]. В этом мире нет места жестким взаимосвязям, нет лишнего в утопической обыденности, но присутствует все то, чего лишен человек и что желает получить. Можно сказать, что это попытка утописта присвоить себе функции Бога и показать божественное творение космоса из хаоса.

Утопия, как и миф, – это иносказательная действительность. Если миф – это пересказ неких реальных событий, то утопия – это не только пересказ, но и иное трактование бытия. Миф – это подлинная история того, что произошло во временном пространстве и представляет собой идеализацию поведения человека, живущего в настоящем. Копируя поступки бога или героя, пересказывая их приключения, люди отделяют себя от настоящего времени и оказываются в прошлом. В.С. Полосин в своей работе «Миф, религия, государство» говорит, что «миф является иносказательно выраженным критерием оценки настоящего и планирования будущего по критериям прошлого». Утопия – это планирование будущего через оценку настоящего и прошлого.

Список литературы

1. Polak F. The Image of the Future. V. I. Leyden, 1961. 320 p.
2. Баталов Э.Я. В мире утопии: Пять диалогов об утопии, утопич. сознании и утопич. экспериментах. М.: Политиздат, 1989. 319 с.

3. Долгина Е.С. Проблема формирования личности в рамках тоталитарного государства на примере антиутопического проекта «Мы» Е.И. Замятина // *Дискуссия*. 2016. № 10 (73). С. 116–122.
4. Долгина Е.С. Проблемы культуры в русской литературной утопии XIX–XX веков: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. Нижневартовск, 2008. 22 с.
5. Долгина Е.С. Проблемы культуры в русской литературной утопии XIX–XX веков: монография. Нижневартовск, 2009. 111 с.
6. Патрахина Т.Н. Герменевтическая философия Г.Г. Шпета: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.03. Екатеринбург, 2005. 19 с.
7. Юнг К.Г. О психологии бессознательного // Юнг К.Г. Собрание сочинений. Психология бессознательного. М.: «Канон», 1994. 320 с.

УДК 82.09

Е.В. Новикова

магистрант

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор О.М. Кульшишева
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ФОРМЫ И СРЕДСТВА ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИЗОБРАЖЕНИЯ В ЛИТЕРАТУРЕ

Аннотация. В данной статье рассмотрено понятие психологизма в литературе, проведен анализ форм и средств психологического изображения, представлены классификации способов психологического изображения в работах А.Б. Есина, Д.М. Урнова, В.Е. Хализева, И.В. Страхова, Л.И. Тимофеева и С.В. Тураева.

Ключевые слова: психологизм; психологический анализ; внутренние монологи; поток сознания; диалектика души; имитация интимных документов; умолчание; персонажи-двойники.

Внутренний мир человека – центральный стержень огромного количества художественных произведений и одна из главных его ценностей для заинтересованного читателя, а также – ключ к пониманию проблематики. Мастерство автора выражается, среди прочего, в способности максимально точно и тонко отразить внутреннее состояние героя, его переживания, особенно в динамике, раскрыть проблемы морального выбора, поиска собственного «я», смысла жизни, отношения к вечным категориям, таким как любовь, верность, долг, достоинство. Изображение в художественном произведении внутреннего мира личности определяется термином «психологизм».

Белокурова С.П. предлагает следующее определение психологизма: «Психологизм – (*от греч. psuche – душа и logos – понятие, слово*) – способ изображения душевной жизни человека в художественном произведении: воссоздание внутренней жизни персонажа, ее динамики, смены душевных состояний, анализ свойств личности героя» [1, с. 217]. Далее исследовательница говорит, что психологизм в произведении может быть двух типов: явным или открытым (это непосредственное воспроизведение внутренней речи героя или образов, возникающих в его воображении, сознании, памяти, например, «диалектика души» в произведениях Л.Н. Толстого или В.В. Набокова) и неявным или скрытым, представленным через «подтекст» (например, «тайная психология», характерная для романов И.С. Тургенева, где внутреннее состояние персонажей раскрывается благодаря выразительным жестам, особенностям речи, мимики, костюма, то есть через разнообразные внешние проявления психики человека).

Уже в самом определении термина обозначены неоднозначность и сложность понятия «психологизм»; уже здесь видно, что существуют разные способы изобразить внутренний мир героя, которые зависят от ряда факторов. В литературоведении существует несколько классификаций форм и средств психологического изображения, рассмотрим подробнее некоторые из них.

Наиболее известной является классификация А.Б. Есина, которую он приводит в учебном пособии «Психологизм русской классической литературы». Здесь автор также обозначает неоднозначность понятия психологизма, разделяя его на «широкий» и «узкий», причисляя психологизм в лите-

ратуре именно к «узкому» типу, т.к. термин этот не является узко литературоведческим и заимствован из других гуманитарных наук, где он понимается шире. А.Б. Есин, оговаривая свою классификацию, акцентирует внимание на том, что психологизм в литературе есть изображение внутреннего мира персонажей, но не наличие в художественном произведении психологической достоверности.

Говоря о формах психологического изображения, А.Б. Есин выделяет три основных, ссылаясь при этом на мнение своего старшего современника литературоведа И. В. Страхова и беря за основу сформулированные им ранее 2 формы: «Основные формы психологического анализа возможно разделить на изображение характеров "изнутри", то есть путем художественного познания внутреннего мира действующих лиц, выражаемого при посредстве внутренней речи, образов памяти и воображения; на психологический анализ «извне», выражающийся в психологической интерпретации писателем выразительных особенностей речи, речевого поведения, мимического и других средств внешнего проявления психики» [4, Ч. 1, с. 4].

Первую форму психологического изображения (по И.В. Страхову) А.Б. Есин предлагает называть «прямой», а вторую «косвенной», разграничив т.о. эти формы по способу передачи читателю картины внутреннего мира – непосредственно (прямая) либо опосредованно, через «внешние симптомы психологического состояния» (косвенная). К этим двум формам А.Б. Есин добавляет еще одну, имея в виду возможность автора сообщить читателю о происходящем в душе персонажа самым простым способом – прямо называя, обозначая и обобщая эти процессы. Этот способ А.Б. Есин называет суммарно-обозначающим. А.П. Скафтымов писал об этом приеме, сравнивая особенности психологического изображения у Стендаля и Л. Толстого: «Стендаль идет по преимуществу путями вербального обозначения чувства. Чувства названы, но не показаны» [3, с. 175], а Толстой подробно прослеживает процесс протекания чувства во времени и тем самым воссоздает его с большей живостью и художественной силой» [2, с. 3].

Для иллюстрации того, как могут работать непосредственно в художественном произведении данные формы психологического изображения, А.Б. Есин приводит пример:

«Можно, например, сказать: «Я обиделся на Карла Ивановича за то, что он разбудил меня» – это будет суммарно-обозначающая форма. Можно изобразить внешние признаки обиды: слезы, нахмуренные брови, упорное молчание – это косвенная форма. А можно, как это и сделал Толстой, раскрыть психологическое состояние при помощи прямой формы психологического изображения: «Положим, – думал я, – я маленький, но зачем он тревожит меня? Отчего он не бьет мух около Володиной постели? вон их сколько! Нет, Володя старше меня, а я меньше всех: оттого он меня и мучит. Только о том и думает всю жизнь, – прошептал я, – как бы мне делать неприятности. Он очень хорошо видит, что разбудил и испугал меня, но выказывает, как будто не замечает... противный человек! И халат, и шапочка, и кисточка – какие противные!» («Детство»)» [2, с. 4].

Примечательно, что на основе анализа данных трех форм психологического изображения А.Б. Есин предлагает собственное определение психологизма в литературе: «...психологизм – это достаточно полное, подробное и глубокое изображение чувств, мыслей и переживаний вымышленной личности (литературного персонажа) с помощью специфических средств художественной литературы» [2, с. 4]. В первую очередь, это внешние детали (работающие на изображение внутреннего мира). А.Б. Есин, естественно, не отменяет роль внешних деталей в создании обстановки, обозначении места, времени и иных обстоятельств повествования, однако говорит о том, что внешние детали имеют и дополнительную, не менее важную функцию, которая заключается в сопровождении процессов, происходящих во внутреннем мире персонажа. Всё, что его окружает, всё, что с ним происходит так или иначе отражается в потоке мыслей, в размышлениях, особым образом интерпретируется и переживается на эмоциональном уровне. Т.о., рассуждает А.Б. Есин, через призму восприятия персонажем меняется и читательское восприятие всех внешних деталей. Они, не теряя свой объективный, прямой смысл, становятся также маркером внутреннего состояния, причиной или следствием определенной внутренней работы героя. А.Б. Есин приводит следующий пример: «внешние обстоятельства жизни Раскольникова, детали его быта, жилья, одежды и пр., конечно, имеют значение и сами по себе, как воспроизведение характерных черт жизни петербургского разночинца того времени, но еще большее значение они имеют в психологическом плане: ими во многом обусловлен образ мышления Раскольникова, подготовлено и усилено его болезненное душевное состояние» [2, с. 8].

Продолжая разговор о сложности, неоднозначности использования такого художественного средства, как внешняя деталь, А.Б. Есин подчеркивает, что она может работать и «от противного», то есть на контрасте, подчеркивая несоответствие внешнего и внутреннего, акцентируя, таким образом, нужные автору моменты. Это своеобразный прием и используется писателями, чтобы усилить остроту в восприятии читателем внутреннего состояния героя, показать его в переломный момент, в мо-

мент «разрыва шаблона» или же наоборот, в затянувшемся диссонансе с окружающей действительностью.

К внешним деталям относится портрет. А.Б. Есин разделяет портрет психологический и непсихологический, говоря о том, что если портрет используется в литературе, то он обязательно несет на себе отпечаток характера, однако не обязательно он даст возможность углубиться в тайны психологии персонажа. Т.е. портрет не всегда будет являться психологическим приемом, а лишь в том случае, когда он будет служить иллюстрацией внутреннего мира, сиюминутных душевных переживаний.

Как уже говорилось, большое значение при создании психологизма имеет повествовательно-композиционная форма: повествование может вестись от первого или от третьего лица. Прежде всего, А.Б. Есин отмечает значительную роль, которую играет психологическое повествование от третьего лица и представляет ряд преимуществ такой формы рассказа в изображении внутреннего мира. Данное средство психологического изображения называется авторским повествованием о мыслях и чувствах героя (или психологическим анализом). Этот прием, считает А.Б. Есин, дает автору возможность стать проводником для читателя во внутренний мир персонажа и объяснить процессы, мотивировки, причинно-следственные связи, которые невозможно было бы выразить столь же полно другим способом. Еще одна характерная черта этого метода – нейтральный повествователь может объяснить даже то, что не понимает сам герой, либо в чем он не отдает себе отчета. Благодаря этому методу читателю становятся доступны вторые, третьи уровни повествования, он может погрузиться в самые глубины психологических процессов, происходящих в сознании или даже подсознании героя.

В повествовательную стихию от третьего лица легко и свободно вливаются такие средства психологического изображения от первого лица, как: психологический самоанализ героя, внутренние монологи, поток сознания, диалектика души, а также такие специфические средства психологического изображения, как имитация интимных документов (например, отрывки из дневников, письма), сны и видения.

Важнейшую роль в системе композиционно-повествовательных форм, использующихся для воспроизведения внутреннего мира, А.Б. Есин отводит внутреннему монологу и психологическому изображению, идущему от повествователя, которое А.Б. Есин предлагает обозначать как авторское психологическое изображение. Рассмотрим их подробнее.

Внутренний монолог используется преимущественно для изображения мыслей героев, тогда как авторское психологическое изображение с равным успехом воссоздает как рациональную, так и эмоциональную сферу сознания и психики. Причем, посредством монолога настроение героя можно передать двумя путями: Первый путь (по А.Б. Есину) – это размышления самого персонажа о своем внутреннем состоянии, выраженные посредством его внутренней речи, также герой самостоятельно осмысливает и самостоятельно формулирует свои ощущения и переживания в данный момент времени. Второй же путь А.Б. Есин обозначает как «поток сознания», здесь состояние героя передается не с помощью формулировок персонажа, а опосредованно – путем особенного построения внутренней речи – это может быть и спутанность мыслей, перескакивание с темы на тему и т.д. Всё, что помогает определить состояние героя без прямого называния конкретных эмоций.

Потоку сознания, как разновидности внутреннего монолога, довольно точное и развернутое определение дал Д.М. Урнов: «**Внутренний монолог** (франц. *le monologue intérieure*, англ. *interior monologue*), обращенное к самому себе высказывание героя, непосредственно отражающее внутр. психол. процесс, *монолог* «про себя», в котором имитируется эмоционально-мыслит. деятельность человека в ее непосредств. протекании (отсюда нередко синонимичность понятий В. м. и «поток сознания»). В. м. как понятие впервые зафиксирован у А. Дюма-отца и Т. Готье. Как способ передачи чувств и мыслей использовался еще в антич. и особенно шекспировской драме (в сценах, когда герой, оставшись один или обращаясь в сторону, говорил сам с собой). <...> В эпосе Л. Толстого, наряду с совершенствованием синтаксически упорядоченного В. м. предшествующей лит-ры, складываются новые его формы – В. м., развертывающийся без видимого вмешательства автора, с элементами грамматически неоформленными, благодаря чему стало возможным изображение работы сознания и подсознания героя <...> В нач. 20 в. разрабатывается крайняя, наиболее, по видимости, полная и самопроизвольная форма В. м., известная и Толстому, но используемая им ограниченно – «поток сознания» ...» [6, Т. 9, с. 194-195].

Наряду с внутренним монологом и авторским психологическим изображением А.Б. Есин выделяет и ряд специфических, менее распространенных форм психологизма. Это, как уже говорилось, сны и видения, а также персонажи-двойники, который автор может вводить в повествование. Сны и видения в этом случае как бессознательные и полубессознательные формы внутренней жизни помогают читателю понять внутреннее состояние героя в отрыве от внешних деталей и обстоятельств по-

вестования, автор может увести читателя в абстрактные сферы, расставив акценты так, как необходимо на данном этапе повествования. При этом, сны или видения могут быть вызваны как событиями, которые ранее происходили с героем и нашли отражением в такой бессознательной форме, так и событиями будущими, т.е. являться неким предчувствием персонажа в ожидании важных перемен. **Литературные сны**, по мнению И.В. Страхова, – это анализ писателем «психологических состояний и характеров действующих лиц» [4, Ч. 1, с. 72]. **Персонаж-двойник** также служит целям психологического изображения: при помощи этого приема автор выводит на поверхность ту часть сознания героя, которая скрыта как от читателя, так, зачастую, и от самого героя. Т.о. выходят на поверхность скрытые желания персонажа, возможно, неосознаваемые им самим. Персонаж-двойник служит иллюстрацией в том случае, когда герой раздвоен, раздираем внутренними противоречиями.

Еще один прием психологизма – **умолчание**. Он возникает в тот период, когда читатель начинает обнаруживать в произведении не только напряженный занимательный сюжет, но и внутреннюю динамику. Писатель использует прием умолчания, никак не описывая психологическое состояние героя в течение определенного времени, и тем самым дает читателю простор для размышлений и самостоятельного анализа. В этом случае нет ограничений, рамок, навязанных автором интерпретаций психологического состояния героя. В таких эпизодах психологизм переходит из повествования в сознание читателя. Наиболее широкое распространение этот прием получает в творчестве Ф.М. Достоевского и А.П. Чехова. «Вполне возможно, что такой прием психологического изображения появляется в литературе еще и потому, что все возрастающая сложность характера и внутреннего мира человека в конце концов осознается буквально как неисчерпаемая, принципиально не могущая быть понятой и изображенной до конца, во всех деталях [2, с. 12]. Иногда сам герой, личность рефлексивная, склонная к самоанализу (как это обычно происходит у Достоевского и Толстого), не может разобраться в сложности своего внутреннего мира или состояния. Не может или сознательно не делает этого и повествователь. Но он дает почувствовать эту неисчерпаемую сложность, намекает на нее, обозначает в ней все, что возможно, чтобы читатель сам определил, какие психологические процессы происходят в душе героя в момент авторского молчания.

Понятие психологизма и художественные средства, которыми он достигается, рассматривают и другие исследователи теории литературы. В частности, к этому вопросу обращается В.Е. Хализев в своем учебном пособии «Теория литературы». Психологизм он обозначает как «художественное освоение человеческого сознания» и выделяет 2 основные формы – явный, открытый психологизм и скрытый, подтекстовый: «Арсенал художественных средств освоения внутренней жизни человека весьма богат. Здесь и описания его впечатлений от окружающего, и компактные обозначения того, что творится в душе героя, и пространственные характеристики его переживаний, и внутренние монологи персонажей, и, наконец, изображение сновидений и галлюцинаций, которые выявляют бессознательное в человеке, его подсознание – то, что прячется в глубинах психики и неведомо ему самому» [7, с. 112]. В.Е. Хализев акцентирует внимание также и на относительно новой форме психологизма, которую называет весьма оригинальной, – речь идет о потоке сознания, когда внутренний мир человека не определен им самим, а словно сложен из обрывков воспоминаний, разрозненных впечатлений, и картин, нарисованных воображением на их основе. Такая картина внутреннего мира может служить своеобразным убежищем, где герой словно прячется от внешнего мира, создавая свою, параллельную действительности реальность.

Наряду с потоком сознания, В.Е. Хализев выделяет широкий ряд других средств, используя которые, автор имеет возможность запечатлеть внутренний мир человека. Это интимные дневниковые записи героев, их душевные беседы, несобственно-прямая речь, позволяющая слить в единое целое голоса персонажа и его создателя, суммирующие обозначения мыслей, чувств, желаний героя, а также масштабные, с элементами глубокого анализа характеристики автора того, что происходит в душе персонажа.

Как видно из вышесказанного, формы и средства психологического изображения, выделяемые В.Е. Хализевым, во многом пересекаются с классификацией А.Б. Есина, хотя и не рассматриваются столько глубоко, объемно и подробно. Примечательно, что, анализируя в своем учебном пособии «Теория литературы» такие приемы, как портрет, пейзаж, формы поведения и речь, в том числе и монологи персонажа (причем уединенный монолог Хализева перекликается со внутренним монологом А.Б. Есина), В.Е. Хализев не связывает их напрямую с психологизмом, как А.Б. Есин, хотя и наделяет похожим функционалом. Однако В. Хализев делает акцент именно на предмете изображения.

Ряд средств и форм, свойственных психологизму, отразили в «Словаре литературоведческих терминов» Л.И. Тимофеев и С.В. Тураев с примерами из русской, советской и мировой литературы. В словаре есть определение таких понятий, как «поток сознания», «психологический портрет», «моно-

лог» с оговоркой использования этого метода с целью психологического изображения: «В драме в монологе раскрывается душевная жизнь персонажа, показывается сложность его характера. Монолог знакомит зрителя с обстоятельствами действия, которые не получили сценического воплощения, с душевным состоянием героя» [5, с. 509]. Однако, во-первых, в этой работе средства и методы психологического изображения в литературе не структурированы, а во-вторых – многие понятия, которые сформулированы в работе А. Б. Есина, здесь вовсе не заявлены: дневник, персонаж-двойник, сны, видения, галлюцинации и т.д.

Т.о., на наш взгляд, сегодня классификация форм и средств психологического изображения в литературе, принадлежащая А.Б. Есину, является наиболее полной, разнообразной и всеобъемлющей в отечественном литературоведении. Она применима при анализе произведений разных авторов разных эпох, поскольку именно неповторимая, уникальная комбинация методов создает неповторимость, своеобразие психологических стилей.

Список литературы

1. Белокурова С.П. Словарь литературоведческих терминов. СПб., 2005.
2. Есин А.Б. Психологизм русской классической литературы: книга для учителя. М., 1988.
3. Скафтымов А.П. О психологизме в творчестве Стендаля и Толстого // Скафтымов А.П. Нравственные искания русских писателей. М., 1972.
4. Страхов И.В. Психологический анализ в литературном творчестве: в 2 ч. Саратов, 1973.
5. Словарь литературоведческих терминов / ред.-сост. Л.И. Тимофеев, С.В. Тураев. М.: Просвещение, 1974.
6. Урнов Д.М. Краткая литературная энциклопедия. М., 1978.
7. Хализев В.Е. Теория литературы. М.: Высшая школа, 1999.

УДК 82.09

Г.В. Охотникова

студент

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор О.М. Култышева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ОБРАЗ БЕЗУМНОГО МИРА В ТРАГЕДИИ У. ШЕКСПИРА «ГАМЛЕТ»

Аннотация. В статье анализируется образ безумного мира в творчестве У. Шекспира. Для рассмотрения данного вопроса была выделена трагедия «Гамлет» (1600-1601). Особенное внимание акцентировано на кризисе гуманизма – позднем этапе Возрождения, который возник в условиях безумного мира и был отражен в трагедии.

Ключевые слова: безумный мир; безумие; эпоха Возрождения; гуманизм; кризис гуманизма.

В 13-14 веках мир литературы претерпевал огромные изменения – эпоха Возрождения сменяла Средневековье. Ф. Энгельс охарактеризовал особенности данной эпохи таким образом: «Это был величайший прогрессивный переворот, когда разрушились феодальные отношения и развивались новые буржуазные экономические и политические отношения» [2, с. 6]. Наряду с этим в это время люди начали придерживаться светских убеждений, а христианство стало подавляться. Деятелям науки, культуры и искусства вновь, впервые за долгое время, стала интересна человеческая жизнь, и именно поэтому эпоха Возрождения характеризуется зарождением идеи гуманизма. Новый взгляд на мир в эпоху Возрождения обратился к античности, из философии которой и были взяты за основу идеи гуманизма.

Представители данного общественно-философского движения рассматривали человека как самодостаточную и богоравную личность: «Для гуманистов человек – центр мироздания» [1, с. 15]. Человек перестал быть пассивной игрушкой в руках добрых и злых сил, ведущих борьбу за его душу. Он приобрел способность выбора своего пути, ощутил права действовать по своей воле. Но жизненная реальность позднего средневековья не совпадала с убеждениями гуманистов, и чем дальше, тем

очевиднее становился этот разрыв, приведший к представлениям о трагизме жизнеустройства и неизбежности гибели положительного героя в столкновении с проявлениями зла. Этот поздний этап эпохи Возрождения ознаменован кризисом гуманизма.

В 14–15 веках идеи эпохи Возрождения стали проникать и в Англию: «Началось развитие городов, появились первые ростки нового мировоззрения, чуждого христианскому аскетизму» [1, с. 17]. Но так как в 15 веке началась междоусобица, а позже и война с Францией, то гуманизму пришлось развиваться в стране, во главе которой стояли деспоты: нищие были подвергнуты насилию со стороны высшего сословия, а власть усиливала свое влияние в стране. Но, несмотря на это, гуманизм продолжал развиваться благодаря поддержке монархии Тюдоров, так как они боролись против авторитета власти католической церкви.

Идеи гуманизма были воплощены в работах многих философов и писателей Англии 15–16 веков. Кризис гуманистических идей обусловил появление зрелых и самых мощных творений У. Шекспира. Он отразился в героях и конфликтах его трагедий, написанных между 1601 и 1607 гг.: «Гамлет», «Макбет», «Отелло», «Антоний и Клеопатра», «Тимон Афинский», «Король Лир». В названных произведениях обостряется конфликт человека с окружающим его обезчеловеченным, безумным миром. Образ безумия становится знаком жизни. Сходит с ума Офелия; безумие, равное прозрению, настаивает короля Лира. Безумие героев – это отражение безумия мира, преисполненного корысти, зла и бесправия.

В трагедии У. Шекспира «Гамлет» образ безумия мира воплощен в образе главного героя – принца Гамлета. Это отображается, например, во втором акте пьесы, когда Офелия пришла, встревоженная, к своему отцу, чтобы рассказать о странном поведении Гамлета. Сначала она обращает внимание на внешний вид:

*Я шила, входит Гамлет,
Без шляпы, безрукавка пополам,
Чулки до пяток в пятнах, без подвязок,
Трясется так, что слышно, как стучит
Коленка о коленку, так растерян,
Как будто выпущен из-под земли
Порассказать об ужасах геенны* [4, с. 57–58].

Офелия отмечает беспорядок в одежде Гамлета, который всегда был джентльменом не только в поступках, но и в своей манере одеваться, а также его растерянный вид, гиперболизированный необычным сравнением.

Далее Офелия рассказывает Полонию о том, что её испугали действия Гамлета:

*Он сжал мне кисть и отступил на шаг,
Руки не разнимая <...>
И испустил такой глубокий вздох,
Как будто перенес в него остаток
Последнего дыханья, вслед за чем
Разжал ладонь, освободил мне руку
И удалился, глядя чрез плечо* [4, с. 58].

Этот рассказ запечатлевает момент, когда Гамлет предстал в образе безумного перед окружающими его людьми. И Офелия с Полонием поверили в его безумие. Но, зная особенность драматургии Шекспира, которая заключается в том, что герой всегда откровенен со своими читателями, которые видят всю картину в целом, мы начинаем понимать истинную природу такого поведения Гамлета. Нужно всего лишь вспомнить его фразу, обращенную к Горацио, Бернандо и Марцеллу в первом действии:

*<...> как бы непонятно
Я дальше ни повел себя, кого
Собой ни счел необходимым корчить,
Вы никогда при виде этих штук
Вот эдак рук не скрестите, вот эдак
Не покачнете головой* [4, с. 51].

Исходя из этих слов ясно, что безумие Гамлета лишь маска, задача которой спровоцировать короля Клавдия на действия, которые бы доказали или опровергли слова призрака короля о том, что произошло братоубийство.

Стоит упомянуть о том, что Гамлет изначально сам не может довериться призраку своего умершего отца: ведь и ему, как и остальным людям его эпохи «не чужды предрассудки относительно

духов» [4, с. 89], которые были распространены во время У. Шекспира. Но, как человек, в основе мировоззрения которого был гуманизм, Гамлет решил во что бы то ни стало сам понять, говорил ли призрак правду или же он только дьявол, решивший запутать его душу.

Чем дальше разворачивается действие трагедии, тем запутаннее становится мироощущение самого Гамлета. Он начинает осознавать, что отомстив за отца, он не искоренит зла, которое скопилось вокруг него. Он разочаровывается во всём: в матери, в любимой женщине, в университетских друзьях: Гильденстерне и Розенкранце. Гамлет перестает доверять всем, кто его окружал. Единственный, кому он готов поверить все свои тайны – это Горацио. Помимо этого его гуманистические идеалы перестают соответствовать той реальности, которая окружает Гамлета. И именно это становится решающим фактором в раздвоении души заглавного героя. Исходя из этих доводов можно говорить о проявлении кризиса гуманизма в самой трагедии.

Во втором акте отображена внутренняя борьба Гамлета с самим собою. Он корит себя за то, что откладывает время своей мести и не может окончательно решиться на убийство дяди:

Тупой и жалкий выродок, слоняюсь

В сонливой лени и ни о себе

Не заикнусь, ни пальцем не ударю

Для короля, чью жизнь и власть смели

Так подло [4, с. 88].

Гамлет желает отомстить за старого короля, но не решается пойти на это, так как все еще не знает истины: действительно ли Клавдий убийца его отца. Он не знает, кому и чему можно верить в этом мире. В голове Гамлета даже возникают мысли о самоубийстве. Его знаменитый монолог «Быть или не быть» передает душевное состояние героя в тот момент. Гамлету кажется, что только смерть сможет облегчить его страдание, лишь она поможет избавить его от мук. Но стремление совершить возмездие дает ему силы продолжить борьбу с обществом, для которого он безумен. Помимо этого данный монолог передает всю несправедливость монархической власти:

А то кто снес бы униженья века,

Позор гоненья, выходки глупца,

Отринутую страсть, молчанье права,

Надменность властимущих и судьбу

Больших заслуг перед судом ничтожеств [4, с. 94].

Клавдий здесь выступает как представитель монархии, Гамлет же как представитель гуманизма. Их мировоззрение противоположно: если Клавдий может пойти даже на братоубийство ради захвата престола, то для Гамлета это аморально и безумно. Для Гамлета важнее моральные качества и образование, нежели чем власть, фундамент которой запачкан кровью ближайшего родственника. Как раз в этом и состоит парадокс безумного мира: для Гамлета сам Клавдий и его приближенные тоже безумны, ведь Гамлет не понимает истинную природу поступков этих людей: он не понимает, как можно было пойти на убийство человека, как можно следить тайно за собственным сыном и т.п.

Узнав правду о том, что Клавдий всё-таки виновен в своем злодеянии, Гамлет обращается к своей матери, которую корит за то, что она не только подвергла их род «кровосмешению», но и опозорила себя, выйдя замуж за убийцу своего мужа. В глубине своей души Гамлет ожидал, что Гертруда изменит свое отношение к нынешнему королю и мужу, но, вместо этого она еще больше убеждается в безумии Гамлета и не препятствует попытке Клавдия отправить ее сына в Англию.

Убийство Полония, отца Офелии, очень сильно пошатнуло психику девушки. Офелия слаба в нравственном отношении: она никогда самостоятельно не принимала решение по какому-либо вопросу, за неё всегда решали Полоний и Лаэрт. Её трагедия заключается в том, что она не способна бороться за своё счастье, она всем жертвовала ради того, чтобы находиться в комфортных для себя условиях, то есть подле ближайших родственников. Даже истинная любовь не стала для нее причиной восстать против мнения отца, запрещавшего ей видиться с Гамлетом. Смерть Полония повлекла за собой и смерть Офелии, ведь такая слабая девушка не смогла бы приспособиться к жизни в «тюрьме», именуемой Данией.

«Гамлет» имеет трагическую концовку: король, снова решивший убрать основную угрозу для своего престола – Гамлета, по совершенной случайности убивает Гертруду, Гамлет закалывает короля, Лаэрт ранит Гамлета отравленной рапирой, а Гамлет Лаэрта. Все умирают – это результат трагической концовки данного произведения.

В этой в этой трагедии безумен не Гамлет, он лишь притворяется таковым: он безумен лишь тогда, когда ему это выгодно. Безумен мир, в котором брат идёт против брата, мать против сына, в котором утрачены нравственные устои.

Список литературы

1. Аникст А.А. Трагедия Шекспира «Гамлет». Лит. коммент.: кн. для учителя. М.: Просвещение, 1986. 124 с.
2. Комарова В.П. Творчество Шекспира. СПб.: Филологический факультет Санкт-Петербургского государственного университета, 2001. 256 с.
3. Тураев С.В. Зарубежная литература: пособие для факультативных занятий в ст. классах средн. школы. Изд. 2-е, испр. М.: «Просвещение», 1975.
4. Шекспир В. Гамлет, принц Датский: трагедия / пер. с англ. Б. Пастернака. СПб.: Азбука-Аттикус, 2013. 224 с.

УДК 821.161.1

К.А. Путенихина

магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.В. Себелева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ОСОБЕННОСТИ УСТНОГО ТВОРЧЕСТВА ОБСКИХ УГРОВ

Аннотация. В статье представлен обзор устного наследия обских угров. Автор обосновывает положения о том, что фольклор – это словесный документ, отражающий историческую истину, это история и летопись народа. Устное народное творчество ханты и манси – это модель творческого развития, и его исследование подразумевает восстановление исходного образца, что позволит сохранить основы культуры народов ханты и манси, создать условия, при которых ее представители могли бы самоидентифицироваться.

Ключевые слова: фольклор; обские угры; мифология.

На ранних стадиях национальных литератур мифы и фольклор имеют исключительное значение. Мифические сюжеты и образы являются знаком национального своеобразия художественного творчества, свидетельством его связи с преданием. Тем самым миф представляет в авторском тексте от имени коллектива, указывает на родство художника с его народом.

Ханты и манси – коренные малочисленные финно-угорские народы, живущий на севере Западной Сибири. Литература обских угров возникла в ситуации, когда миф еще не пережит в общественном сознании народа. Поэтому в творчестве хантыйских и мансийских писателей можно наблюдать две противоположные тенденции: стремление сохранить древние мифы в необычной для них форме письменной авторской словесности и изживание мифа, его преодоление как способа отражения мира, уже неадекватно современному искусству. Национальные мифы в художественной литературе ханты и манси представлены, с одной стороны, очень богатым рядом образов, сюжетов, мотивов, а с другой – осознаются как фантастика, искусство, т.е. утрачивают собственную мифическую природу [1, с. 208].

В богатом обско-угорском фольклоре жанры делятся на священные и обыденные. К ним относятся мифологические сказки и предания, рассказывающие о сотворении мира, мифологические «медвежьи песни» заклинания, молитвы-заговоры, исторические сказания. Пограничное положение среди сакральных жанров занимают рассказы типа быличек и бывальщин о встречах с духами – менквами, духами воды и леса. Священные песни и танцы чаще всего исполнялись после захода солнца, преимущественно поздней осенью и зимой, их исполнение обычно приурочено к праздникам и ритуалам.

Призывные песни, посвященные духам-предкам, клятвенные речи, заклинания. Все они имеют обрядовую значимость, сочинены в стихах. Их исполняют при строгом соблюдении требований и только определенные, посвятившие себя этому делу люди. Каждая песня посвящена определенному духу-предку и имеет свою мелодию.

Песни, как и сказки, обычно очень длинные, их исполнение занимает порой больше часа и требует большого исполнительского искусства. Хорошо известна традиция исполнения личных песен,

или «песен судьбы», которые принадлежали конкретным людям, посвящались реальным событиям и могли исполняться другими только с разрешения авторов. Слагаются они, как правило, в стихах [2, с. 21].

Необычайно разнообразны у ханты бытовые или индивидуальные песни – лирические, эпические, похвальные, песни-жалобы, любовные, социально-конфликтные и песни, посвященные ребенку или животному. Важнейшей функцией индивидуальной песни было сохранение имени автора. Песни имели стабильный текст, который выучивался другими исполнителями. Существовали и песенные импровизации.

В сказках отражена вся мудрость народа: обучение охоте, о людских нравах, обычаях и обрядах, о животном мире, об умении вести борьбу с суровой окружающей природой. Это могут быть и рассказы о героических делах предков. Исполнение сказок у манси имеет сезонный характер, их можно рассказывать только зимой, приблизительно с середины ноября до середины марта. Язык сказок краток, четок, ясен, предложения простые. В прошлом было принято в зимние вечера собираться вместе в определенном доме. Детские сказки знакомят малышей с окружающим миром, с взаимодействием человека и природы. Их обычно рассказывают матери или бабушки. Летом детские сказки запрещается исполнять – нет времени заниматься сказками. Но зато песни, шутки дозволены круглый год. Кто нарушит запрет сказок в летнее время, будет наказан.

В произведениях устного народного творчества отражена мифология ханты и манси. Язык устных текстов имеет свои особенности, отличающие его от обыденной речи. Для фольклорного языка характерны устоявшиеся формулы, обилие параллелизмов, ритмика, аллитерация, художественные эпитеты, тавтология, метафоры, эвфемизмы. В мифах, культовых и героических песнях часто встречаются старые, ныне уже не употребляемые грамматические формы, устаревшие выражения. Это затрудняет понимание текста, ибо исполнитель зачастую сам не знает смысла многих слов. К.Ф. Карьялайнен в своем труде «Религия югорских народов» подчеркивает необходимость учитывать особенности фольклорного языка, так как в нем образы божества и духов не вполне соответствуют повседневным воззрениям и существующим обрядам [2, с. 22].

Жанровые особенности текста обуславливали место и время их исполнения, а также состав слушателей. Мифы рассказывались довольно редко, обычно на общественных празднествах. Так, мифы о происхождении медведя были составной частью медвежьего праздника. Сакральная часть некоторых мифов была запретной для женщин и детей. Исполнение героических песен требовало особого воодушевления, поэтому они звучали лишь несколько раз в году: на культовых празднествах, свадьбах. Героические сказания или сказки можно было услышать вечерами, когда все отдыхали. По некоторым сведениям, рассказывать сказки днем было запрещено, но все-таки это практиковалось. Например, их рассказывали, чтобы «укоротить» путь во время длинных переездов на лодке.

Каждый из жанров связан с определенными сюжетами и героями, хотя строгой дифференциации здесь тоже не существует. Например, в сказке может появиться эпизод из мифа, а мифологические фигуры (божества, духи) могут выступать в образе богатырей. В устных текстах отражены представления о существовании нескольких эпох (время первотворения, «богатырская эпоха», «эпоха хантыйского человека») и о делении вселенной на главные космические зоны – по вертикали (небо, земля, подземный мир) либо по горизонтали (животворный юг и мир умерших на севере). Они повествуют о происхождении земли, созвездий, человека, животных [3. Ч. 2, с. 152].

Таким образом, фольклор ханты и манси связан с системой верований, с потребностями людей, с их повседневной жизнью. В устном народном творчестве ханты и манси наблюдается взаимодействие пяти сфер. Это человек, мир духов, стихии природы, животный и растительный мир. Главным связующим звеном всех пяти сфер является человек.

Фольклор обских угров – это словесный документ, отражающий историческую истину, это история и летопись народа. Своеобразие фольклора состоит в сочетании архаичности функционирования с изысканностью поэтического стиля и форм. Фольклор отразил духовность народа, его мудрый ум, национальный дух, его мировоззрение, нравы, обычаи и силу.

Список литературы

1. Ромбандеева Е.И. История народа манси и его духовная культур. Сургут: Изд. АИИК «Северный дом», 1993. 208 с.
2. Лукина Н.В. Мифы, предания, сказки ханты и манси. М., 1990. 568 с.
3. Немысова Е.А. Хантыйская литература в школах Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов: учебная хрестоматия; в 2-х ч. М., 1996. Ч. 2. 347 с.

ГЕНЕЗИС ДИАЛОГА РУССКОЙ И ЮГОРСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Аннотация. В статье дается представление об архетипических образах обско-угорских народов. На основе сравнительно-исторического изучения словесности, автор обосновывает положение о том, что наличие в творчестве ханты и манси общих для мирового литературоведения архетипических образов вписывает угорскую литературу в мировой поток.

Ключевые слова: взаимовлияния; архетип; диалог литератур; обские угры; фольклор.

Сравнительно-историческое изучение словесности дает возможность рассмотреть одну из закономерностей литературного процесса – взаимовлияния, международные контакты писателей, которые могут быть полемическими или преемственными. Но даже последние при всей внутренней потребности, при всех, по выражению Александра Николаевича Веселовского, «встречных течениях» воспринимающей стороны сопровождаются модификациями заимствованных образцов в зависимости от национальных традиций и своеобразия творческих манер.

Творческие связи, односторонние и взаимные, не следует отождествлять с типологическими аналогиями, потому что, во-первых, контакты могут порождать не только сходство, но и споры, во-вторых, типология обнаруживает общность литературных явлений, не зависящую от влияния, исследует их сущность и видоизменения.

В современной науке о литературе принято говорить о взаимодействии этих подходов к изучению словесности, поскольку в основе их лежит сравнение. Этот принцип и был нами положен в основу анализа происхождения диалога изучаемых литератур.

Говоря о типологической общности русской и угорской литературы, хочется обратиться к истокам обеих культур. Исторически известно, что финно-угры, к которым относятся и обские угры, ранее занимали гораздо большие территории в Центральной и Северной Евразии. Позднее, под давлением других обществ, они отступали либо в недоступные и слабо приспособленные для обитания таежные зоны и тундру, либо ассимилировались с более активными и наступательными этносами (славянами), либо жили на окраине этих обществ, приспособляясь к ним. Это позволяет говорить об общности культур, а значит и о единстве тех базовых понятий психики, которые, воскресив античную традицию поиска первоначал, К.Юнг назвал архетипами.

Архетипам свойственны колебания деталей, но при этом базовая схема остается неизменной, это некая коллективная универсальная модель, которая возникла из бессознательного, она и является главным содержанием легенд, мифов, преданий и сказок разных народов мира. Чаще всего архетипическими образами становятся простые природные образы моря, неба, земли, огня, которые стали символами сразу же, как только человек выделил их из общего пейзажа. Поэтому подсознательные идеи – рождение жизни, движения в пространстве, твердая опора существования и др. – стали основой архетипов [4, с. 34–36].

Единый круг тем и сюжетов прослеживается уже на самых ранних этапах развития общества. Так, мифологические представления о мире схожи у разных народов. В истории литературы зафиксировано большое количество мифологем и архетипов, запечатленных во многих культурных традициях. Это, например, архетип потопа, Богини-матери, богатыря, дороги. Осваиваются они и у обских угров. Таким образом, мифы, в которых интерпретируются такие архетипы, переходят в разряд общекультурных.

Народы ханты и манси сохранили богатейшую мифологию, в которой нашла отражение и трансформация архетипов животных. И здесь мы опять можем говорить об общности образов. Так, исследователь Перевалова Елена Валерьевна в статье ««Русские» в преданиях обских угров и лесных ненцев» пишет, что «некоторые русские народные сказки обские угры считают своими. Так, дочь знаменитого в прошлом сказителя Евдокия Рыбась с уверенностью утверждала, что сказку «Лягушка-царевна» придумал ее отец, так как лягушка является их родовым духом» [3, с. 98]. Действительно, в мифологии обских угров существует поверье о богине-жизнеподательнице Калтась, которая имеет

несколько ипостасей: водную (лягушка), небесную (лебедь) и земную (заяц). Также у манси имеется мифологический сюжет о том, что раньше лебедь был человеком, которого по его просьбе небесный бог превратил в птицу. А у русских образ девушки-лебедя мы встречаем, например, у А.С. Пушкина в «Сказке о царе Салтане, о сыне его славном и могучем богатыре князе Гвидоне Салтановиче и о прекрасной царевне Лебеди».

Помимо лягушки и лебедя в мифах ханты и манси встречаются и другие животные, образы которых прослеживаются и в русских сказках – это щука, заяц, ворон, медведь. В русском фольклоре, например, частым героем является щука. Ей посвящено множество пословиц и поговорок («На то и щука, чтобы карась не дремал», «Щука умерла, да зубы остались», «Как щука не остра, а не возьмет ерша с хвоста» и др.), сказок. Так, в русской народной сказке «По щучьему велению» щука наделена волшебством и в благодарность за свою жизнь наделяет героя силой слова: «по щучьему велению, по моему хотению...».

В хантыйском мифе щука также считалась наделённой особой силой, потому на ее носу давалась священная клятва. Однако если в русском фольклоре она является символом жизни, то у обских угров щука имеет безобразный нрав. Существуют легенды о наличии в больших озерах щук-людоедов, которые могут жить до ста лет. Эти озера считаются мертвыми, потому как не имеют источника и в них не живут рыбы, а также около них не гнездятся птицы. Следовательно, щука – это архетипический образ. Он присущ как литературе обских угров, так и русской, что сближает эти две культурные традиции.

Однако самую главную роль в сказаниях и обрядах обских угров играет Медведь. Медведь считается мифологическим предком одной из фратий северных ханты, пришедшей с юга на семислойных плотах. Культ медведя – одна из характерных черт мировоззрения северных обских угров. «Образ медведя как бы рассеян по разным сферам и мирам, предстает в разных ипостасях – медведеподобного духа, медведя-человека, небесного медведя, лесного, земного и подземного» [2, с. 134]. К Медведю относились с боязливым обожанием, признавая в нем божественное, наделенное разумом существо. Существует представление о Медведе, как о культурном герое – это связано с образом Медведя-первопредка. Этот образ тесно связан с высшими представителями мифологической системы ханты, черты его облика мы наблюдаем у высших богов. В одной из легенд говорится о небесном происхождении Медведя, ловкого и сильного младшего сына Торума. Известны также мифы обских угров о медведях-оборотнях, повествующие о том, как некий богатырь, заблудившийся в лесу, должен был перебраться через ствол огромного поваленного дерева. Для этого ему пришлось обнажиться и карабкаться по дереву, густо заросшему мхом. Мох облепил тело богатыря, прирос к нему, и он превратился в Медведя. Вернувшись назад, богатырь обнаружил пропажу одежды. Пришлось ему навсегда остаться в образе лесного зверя, стать оборотнем. Этот миф «Богатырь-медведь» зафиксирован в сборнике «Мифы, предания и сказки ханты и манси». Такое внимание к Медведю объясняется, прежде всего, тем, что он по принципу внешнего сходства подобен человеку, в мифопоэтическом сознании угров сформировались концепции их родства: общего происхождения, или происхождения друг от друга. Праздник Медведя воспет в стихах Ювана Шесталова, известного мансийского писателя:

*По тайге летают сказки,
По тайге легенды бродят,
Как охотники медведя,
Встретив, хитростью «низводят».
В деревнях расскажут манси,
Как медведя «опускают».
Но никто сказать не смеет,
Что медведя – убивают...
«Низведен» медведь, «опущен», –
Он поддался ненароком,
Голова его большая
На столе лежит широко.
И тогда его мужчины
Как героя восхваляют,
Духом леса называют,
Куньей песней развлекают,
Птичьей пляской провожают [5, с. 455].*

Интересен также обряд ряженья человека в Медведя. Он уже утратил свою непосредственную связь с охотой, но вместе с тем зафиксирован как в русской традиции, так и в традиции финно-угорских народов.

Особо следует выделить различные мифологизированные былички о связях Медведицы с охотником, или Медведя с заблудившейся в лесу женщиной. Здесь Медведь предстает не только духом тайги, хозяином леса, но и родственным архетипом рода человеческого, предком людей, их родственником, тотемом.

В русской культуре не сохранилось прямых подтверждений, говорящих о происхождении человека от медведя. Однако в «Слове о полку Игореве» Боян именуется «велесовым внуком». Культ Велеса – одна из ипостасей медведя – восходит к культу прародителей, предков по славянским религиозно-мифическим представлениям.

В русском фольклоре существует сюжет совместного жительства или бытового взаимодействия медведя и человека: сказки «Три медведя», «Медвежье ушко», «Маша и медведь», «Мужик и медведь». Это подтверждает то, что человек и медведь – являются представителями общего начала.

Поверья о медведе-человеке были популярны у народов Урала, Сибири, Севера. Это также подтверждает наличие тотемических представлений о единстве животного и человеческого начал. Например, сказка «Седой медведь», где осиротевший мальчик обретает семью в лице медведицы и медвежонка, которые могли оборачиваться женщиной и девушкой. И когда охотники убивают их, обезумев и поседев от горя, юноша оборачивается медведем. Он стал защитником леса: охотиться не мешал, но не давал лишнего забрать. Таким образом, мы видим, что медведь-человек наделялся сверхкачествами. Медведь – единственное животное, не имеющее собственного наименования в русском языке. Это связано с запретом поизносить имя священного зверя. Мед-вед – тот, кто ведает (знает) мёд. В русских сказках его называют почтительно Хозяином (сказка «Дочь и падчерица»), Медведюшко-батюшко (сказка «Мужик и медведь»), а ещё чаще – по имени, отчеству: Михайло Потапычем (сказка «Три Медведя»), Михайло Ивановичем (сказка «Кот и лиса», «Зимовье зверей») и, ласково, Мишей (сказка «Шабарша»). Медведь выполняет роль гаранта исполнения клятвы, правил поведения общего мироустройства. Он символизирует карающую силу в случаях, если человек нарушал эту клятву или гармонию с растительным и животным миром. Например, в сказке о медведе на липовой ноге.

Образ Медведя, представленный в различных ипостасях и зафиксированный во множестве мифов, сказаний, песен, является самым важным феноменом как обско-угорской культуры, так и русской. Устойчивость образа медведя свидетельствует о его важном месте в духовной культуре и ментальности этих народов. Образ медведя популярен до сих пор. Он присутствует на гербах российских городов и в топонимике, в символике политических партий современной России. Ни одному животному не поклоняются так, как Медведю, ни об одном из них не говорят с таким почтением. А бережное хранение традиций, связанных с Медведем, говорит об архетипичности его восприятия как предками народов ханты и манси, так и современниками.

Все выше сказанное демонстрирует диалог культур, который понимается как взаимодействие, влияние, проникновение или отталкивание.

Так, В.Г. Белинский говорил в 40-е годы XIX в.: «Для поэта национальное есть первое, но не единственное условие; необходимо еще, чтобы национальность его творений была формой, телом, плотью... мира общечеловеческих идей» [1]. Он же считал, что национальная особенность литературы придает ей «всемирно-историческое значение» [1].

Таким образом, через осознание национального своеобразия угорской словесности приходит понимание ее значения для литературного процесса как такового. Это вписывает литературу угорских писателей в мировой фонд культурных ценностей.

Список литературы

1. Белинский В.Г. Статьи и рецензии 1843-1848. Собрание сочинений; в 3-х т. / под ред. Ф.М. Головенченко. Т. III. М.: ОГИЗ, ГИХЛ, 1948.
2. Кулемзин В.М., Лукина Н.В. Знакомьтесь: ханты / отв. ред. В.И. Молодин. Новосибирск: ВО «Наука», 1992.
3. Первалова Е.В. «Русские» в представлениях Обских угров и лесных ненцев // Русские старожилы: Материалы III Сибирского симпозиума «Культурное наследие народов Западной Сибири» (г. Тобольск, 11–13 декабря 2000). Тобольск-Омск, 2000. С. 97–100.
4. Себелева А.В., Рымарева Е.Н. Понятие «архетип» и мифология обских угров: теоретический аспект // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12 (66). Ч. 2. С. 34–37.
5. Шесталов Ю. По тайге летают сказки // Шесталов Ю. Собрание сочинений; в 2-х т. / пер. с манси А. Галембо. Т. 2. С-Петербург – Ханты-Мансийск: Фонд космического сознания, 1997.

ТЕКСТ ДОКУМЕНТА КАК СИСТЕМА СУБТЕКСТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ОТЧЕТОВ ГЕОЛОГИЧЕСКИХ ИЗУЧЕНИЙ ЗАО «НИЦ «ЮГРАНЕФТЕГАЗ»)

Аннотация. В статье анализируются субтексты отчетов геологических исследований ЗАО «НИЦ «Югранефтегаз». Рассматривается текст документа как система субтекстов с типовым набором. Отдельное внимание уделяется построению формуляра, включающего стандартный набор из девяти субтекстов.

Ключевые слова: документ; деловой документ; текст; субтекст; система субтекстов; формула; формуляр; языковая картина мира.

В настоящее время управление организаций или предприятием представляет собой информационный процесс, который включает этапы получения, обработки и хранения информации. Для этой цели широко используется деловой документ с представлением полной и точной информации.

Документ – это зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющая её идентифицировать и обладающая юридической значимостью [3, с. 231].

Деловые документы – это официально-деловые документы, регламентирующие деятельность организаций, учреждений, предприятий, фирм.

Текст – это письменное сообщение, объективированное в виде письменного документа, состоящее из ряда высказываний, объединённых разными типами лексической, грамматической и логической связи.

Именно поэтому к тексту и структуре документа предъявляется требование точности.

При составлении и оформлении отчетов геологических исследований ЗАО «НИЦ «Югранефтегаз» используются: «Требования к составу и правилам оформления и правилам оформления представляемых на государственную экспертизу материалов по подсчёту запасов питьевых, технических и минеральных подземных вод содержат предназначены для использования всеми недропользователями и организациями, независимо от их ведомственной подчинённости и форм собственности», которые утверждены приказом Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 31 декабря 2010 года № 569 и зарегистрированы в Минюсте РФ 25 марта 2011 года [4, с. 2].

Формуляр отчётов геологических исследований представлен типовым набором девяти субтекстов:

1. Субтекст титульного листа.
2. Субтекст списка исполнителей.
3. Субтекст реферата.
4. Субтекст технического задания.
5. Субтекст отчёта.
6. Субтекст перечня сокращений.
7. Субтекст текстовой части отчёта.
8. Субтекст списка литературы.
9. Субтекст текстовых приложений.

[1. Титульный лист] + [2. Список исполнителей] + [3. Реферат] + [4. Техническое задание] + [5. Отчёт] + [6. Перечень сокращений] + [7. Текстовая часть] + [8. Список литературы] + [9. Приложения] [1, с. 12].

Субтекст – это законченная в смысловом отношении самостоятельная часть текста.

Континуально субтексты отчётов геологических исследований ЗАО «НИЦ «Югранефтегаз» объединены общим смыслом и связаны между собой репрезентацией локальной языковой картины мира.

Субтекстовая характеристика позволяет осуществить комплексный подход к анализу материала: от описания отчётов геологических исследований как системы субтекстов – языковым единицам, от-

ражающим определённую концептуализацию действительности языкового коллектива ЗАО «НИЦ «Югранфтегаз» [2, с. 24].

На примере материалов отчетов геологических изучений ЗАО «НИЦ «Югранфтегаз» рассмотрим структуру субтекстов текстовых объединений делового документа.

Рассмотрим титульный лист – конечный информационный продукт по выполнению договора, который свидетельствует о завершении работ.

Субтекст первой части формуляра отчётов геологических изучений [Титульный лист] представлен многокомпонентной моделью, состоящей из восьми формул:

[Полное названия организации заказчика и потребителя] + [Государственный регистрационный номер] + [Утверждаю] + [Заглавие отчёта] + [Подзаголовные данные] + [Должности и подписи исполнителей] + [Место] + [Год].

Например, [Общество с ограниченной ответственностью «Институт ЮЖНИИГИПРОГАЗ» и Закрытое акционерное общество «Научно-исследовательский центр «Югранфтегаз»] + [Гос.рег. №71140-16-2152] + [Руководитель] + [Геологическое изучение в целях поиска, разведки и оценки пресных подземных вод для питьевого и хозяйственно-бытового водоснабжения и технологического обеспечения водой объектов Тэрельского ГКМ по состоянию на 01.04.2016 г.] + [Договор № 15-07/15 от 30.07.2015, Лицензия СЛХ № 81122-ВР от 16.11.2015 г.] + [Генеральный директор ЗАО НИЦ «Югранфтегаз» С.П. Верес] + [г. Нижневартовск] + [2017 год].

Субтекст второй части формуляра отчётов геологических изучений [список исполнителей] представлен многокомпонентной 110 моделью, состоящей из четырёх формул. Данные формулы содержат информацию о списке исполнителей или список лиц, принимавших участие в работах: [Фамилия, имя, отчество] + [должность] + [организация] + [перечень разделов отчёта, в составлении которых принимал участие данный исполнитель].

Обратимся к примерам: [Затенко В.И.] + [Руководитель гидрогеологических проектов] + [ЗАО НИЦ «Югранфтегаз»] + [Планирование и организация работ, полевые работы, главы 5,6,7, заключение].

[Семенихина Н.В.] + [Ведущий гидрогеолог] + [ЗАО НИЦ «Югранфтегаз»] + [Главы 1, 2, 3, 4, составление таблиц, графические приложения, оформление отчета].

Субтекст третьей части формуляра [реферат] состоит из четырёх структурных элементов, таких как: [библиографическое описание] + [порядок предоставления отчёта в Фонды] + [текст реферата] + [перечень ключевых слов содержания отчёта].

Субтекст четвертой части формуляра [техническое задание], представлен однокомпонентной моделью [сканированные приложения к договору].

Субтекст пятой части формуляра [отчёт] состоит из многокомпонентной модели, включающей в себя девять формул:

[оглавление отчёта] + [список рисунков и иллюстраций, таблиц] + [список текстовых приложений] + [список табличных приложений] + [список графических приложений] + [список таблиц в тексте] + [список рисунков в тексте] + [список текстовых приложений] + [список графических приложений].

Субтекст шестой части формуляра [перечень сокращений] показан однокомпонентной моделью [аббревиатура с расшифровкой сокращения]. Сокращения должны быть расшифрованы в тексте или даны списком (перечень) сокращений.

Например: [АБ – артезианский бассейн]; [ТКЗ – Территориальная комиссия по запасам полезных ископаемых]; [ЗПВ – запасы подземных вод]; [ЭОВК – эоцен-олигоценый водоносный комплекс]; [РЧВ – резервуар чистой воды] и т.д.

Субтекст седьмой части формуляра [текстовая часть] состоит из неоднородной многокомпонентной модели, состоящей из десяти формул: [содержания отчёта] + [введение: [целевое 111 назначение приведённых геологоразведочных работ] + [данные о соответствии подсчитанных запасов] + [данные о существующем использовании промышленных или теплоэнергетических подземных вод на объекте] + [организации-исполнители и соисполнители] + [Сроки проведения работ]] + [общие сведения о районе расположения участка недр или месторождения: [административное и географическое положение месторождений] + [краткий физико-географический очерк] + [оценка водности периода проведения исследований в многолетнем разрезе] + [краткие сведения о геологическом строении и гидрогеологических условиях] + [общая характеристика геолого-гидрогеологического разреза характеристика водоносных горизонтов] + [сведения о химическом и газовом составе подземных вод] + [сведения о геотермических условиях района и месторождения] + [характеристика слабопроницаемых (водоупорных) пластов] + [сопоставительная оценка водоносных горизонтов] + [геологогидрогеологическая изученность района работ и месторождения] + [общие выводы по состоянию изучен-

ности] + [методика проведения геологоразведочных работ: [целое назначение и основные задачи проведённых работ] + [общую характеристику методики приведённых геологоразведочных работ] + [виды геологоразведочных работ, их стадийность, состав и объёмы] + [выводы о возможностях использования полученных результатов работ]] + [технология проведения отдельных видов геологоразведочных работ и их основных результатов] + [природная гидрогеологическая модель месторождения и схематизация гидрогеологических условий] + [подсчёт запасов подземных вод] + [заключение] + [список использованных материалов].

Субтекст восьмой части формуляра [Список литературы] сформирован однокомпонентной моделью [выходные данные источника литературы]. Например, [Информационный бюллетень о состоянии геологической среды на территории ЯНАО за 2001 г. – Салехард, 2002].

Субтекст девятой части формуляра [приложения] организован однокомпонентной моделью, которая отличается своей вариативностью наполнения: лицензии, отчёт о выполнении лицензионного соглашения к лицензии, приказы, свидетельства ЕГРЮ, 112 графические приложения, договор, результаты анализа, протокол испытаний и т.д.

Таким образом, отчёты геологических изучений ЗАО «НИЦ «Югранефтегаз» является основным информационным продуктом, отражающим результаты работ. Он содержит полные и систематизированные сведения об итогах выполненных работ, а также данные, на которых базируется вывод и заключения исполнителя. В отчёте изложены результаты работ и обоснованные выводы и рекомендации.

В целом, в исследуемых документах наблюдается общность в построении формуляра, включающая стандартный набор из девяти субтекстов. В результате анализа отчётов геологических изучений ЗАО «НИЦ «Югранефтегаз» выявлены основные тенденции формирования устойчивых формул делового языка, что свидетельствует о сформированности стандартизированных норм стилистической системы русского языка современного периода.

Список литературы

1. Белькова А.Е. Метрические книги первой половины XIX века тюменского духовного правления как жанр деловой письменности: дис. ... канд. филол. наук. Сургут, 2009. 207 с.
2. Белькова А.Е. Структура и лексическое наполнение формуляра метрических книг // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета: Филологические науки. 2009. № 2. С. 138–143.
3. Белькова А.Е., Яцик В.В. Связи с общественностью органов местной власти: понятие и функции // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов (Нижневартковск, 5-6 апреля 2016 г.). Нижневартковск, 2016. С. 231–235.
4. Приказ Минприроды РФ от 31.12.2010 № 569 «Об утверждении Требований к составу и правилам оформления представляемых на государственную экспертизу материалов по подсчету запасов питьевых, технических и минеральных подземных вод». URL: <http://nwgeology.ru/assets/templates/texts/Trebovania.pdf>. (дата обращения: 10.02.2017).

УДК 82.09

В.П. Спешилова

студент

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор О.М. Култышева
Нижневартковск, Нижневартковский государственный университет*

Ф.М. ДОСТОЕВСКИЙ – ПИСАТЕЛЬ, ПОТЯСАЮЩИЙ ДУШУ

Аннотация. На материале романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание» в статье рассматриваются и анализируются приёмы и средства психологического изображения: психологический самоанализ, внутренний монолог, приём умолчания, интимные документы, сны, образы двойников, позволяющие наиболее детально раскрыть персонажей. На основе проведённой работы доказано, что Ф.М. Достоевский является мастером психологизма.

Ключевые слова: психологизм; «новый человек»; «лишний человек»; психологический самоанализ; пейзаж; внутренний монолог; приём умолчания.

Увлечение ряда великих русских писателей середины XIX века (И.А. Гончаров, И.С. Тургенев, Ф.М. Достоевский, Л.Н. Толстой) таким жанром как роман, который предполагает обострённое внимание к личности, к внутреннему миру человека, сообщило их творчеству особое свойство: *психологизм*.

Ф.М. Достоевский – выдающийся писатель, который сумел через душевные терзания, драматические переживания личности передать психологию современного ему человека, который пытается найти решение внутренних и социальных проблем. Показательным в данном плане является известный роман Достоевского «Преступление и наказание», в котором главный герой произведения Родион Раскольников – молодой студент, будучи задавленным бедностью и находясь под влиянием чудовищной теории, разделяющей человечество на «тварей дрожащих» и «право имеющих», решает на серьёзное преступление – убийство старухи-процентщицы.

Родион Раскольников относится к эволюционному для русской литературы середины XIX столетия типу «нового человека». В отличие от «лишнего человека», «новый человек», также наделенный недюжинными способностями и высоким умом, стремится к общественно-практической реализации своей личности. Для того чтобы как можно глубже проанализировать и охарактеризовать связанный с образом Раскольникова психологизм, заключенный в романе, следует обратиться к выразительным приёмам и средствам, которые использует в романе автор произведения.

Приём психологического самоанализа, который состоит в том, что сложные душевные состояния раскладываются самим героем на составляющие и тем самым объясняются, становятся ясными для читателя, является одним из ключевых для понимания романа, и потому используется автором довольно часто. Таково, например, рассуждение Раскольникова о том, что он неспособен на преступление: «*О боже! как это все отвратительно! И неужели, неужели я...нет, это вздор, это нелепость! – прибавил он решительно. – И неужели такой ужас мог прийти мне в голову? На какую грязь способно, однако, мое сердце! Главное: грязно, пакостно, гадко, гадко!.. И я, целый месяц...*». «*После того, – вскрикнул он, срываясь со скамейки, – да разве то будет? Неужели в самом деле будет?*». Следующий яркий, показательный пример психологического самоанализа свидетельствует о том, что Раскольников истощен морально и физически: «*Или отказаться от жизни совсем!- вскричал он вдруг в испуге, – послушно принять судьбу, как она есть, раз и навсегда, и задушить в себе все, отказавшись от всякого права действовать, жить и любить!*».

Пейзаж играет немаловажную роль, отражая подавленность и угнетенность человека. Достаточно вспомнить описание города, которое раскрывает нам состояние души Раскольникова: жара, распивочные – «*все это разом потрясло и без того уже расстроенные нервы юноши*».

После совершения Раскольниковым преступления, чтобы как можно детально показать читателю эмоциональное состояние героя, его переживания и терзания, разочарованность в жизни, автор романа чаще использует такой прием как *внутренний монолог*, состоящий в фиксации и воспроизведении мыслей героя, имитирующем психологические закономерности внутренней речи. Например: «*Это оттого, что я очень болен, – угрюмо решил он наконец, – я сам измучил и истерзал себя, и сам не знаю, что делаю... И вчера, и третьего дня, и все это время терзал себя... Выздоровлю и... не буду терзать себя... А ну как совсем не выздоровлю? Господи! Как мне все надоело!*».

Важнейшими специфическими приемами психологического изображения в произведении являются и *интимные документы*, например, письмо Пульхерии Раскольниковой, в котором сообщалось о том, что сестра Родиона Дуня выходит замуж, и *сны* Раскольникова.

После прочтения письма Раскольников был в смятении, он был против того, чтобы сестра выходила замуж за Петра Петровича Лукина: «*Да что же вы, в самом деле, обо мне-то подумали? Не хочу я вашей жертвы, Дуничка, не хочу, мамаша! Не бывает тому, пока я жив, не бывает! Не принимаю!*». Раскольникову, как и каждому человеку, любящему свою семью, хотелось обеспечивать её, избавлять от забот о «куске насущного хлеба», беречь честь и достоинство каждого члена семьи. С другой стороны, в глубине души Раскольников понимал, что фраза, сказанная Мармеладовым: «*Понимаете ли, понимаете ли вы, милостивый государь, что значит, когда уже некуда больше идти?*», соотносится со сложившейся ситуацией в их семье: ничтожная бедность, которая вынуждает сестру выйти замуж за обеспеченного человека, что никуда на данный момент от этого ужаса не деться.

Сны Родиона Раскольникова являются некой символической реальностью, которая в то же время становится специфическим средством изображения внутреннего мира героя. «*В болезненном состоянии сны отличаются часто необыкновенною выпуклостью и чрезвычайным сходством с действительностью*».

вительностью. Такие сны, болезненные сны, всегда долго помнятся и производят сильное впечатление на расстроенный и уже возбужденный организм человека», – пишет автор романа [1, с. 28].

Сон, в котором главный герой погружается в детство, где он с ужасом наблюдает картину, в которой до смерти «пьяные-препьяные большие такие мужики в красных и синих рубахах, с армяками навскидку» забивают лошадь, снится Раскольникову до совершения преступления и выражает душевное сопротивление героя с его желаниями, умыслами. Неслучайно мы видим два пространства: церковь и кабак, то есть два возможных выбора человека. Первое пространство говорит о нравственном выборе, связи с Богом, второе – создаёт образ, в котором утеряно единение с Богом.

Второй сон, в котором мы наблюдаем повторное убийство старухи-процентщицы, выражает беспомощность, бессилие героя перед его мыслями, которые воплотились в реальность.

Третий сон заключает в себе мысль о том, что суждения, взгляды и убеждения, подобные теории Раскольникова, могут привести к печальным последствиям. Во сне мы наблюдаем и путь к спасению: «Спасись во всем мире могли только несколько человек, это были чистые и избранные, предназначенные начать новый род людей и новую жизнь...».

Следующим приемом психологического изображения, на который следует обратить внимание, является использование персонажей-«двойников» Раскольникова. Автор стремился привести героя к осознанию собственного заблуждения, убедить, что его теория была ошибочной. Для осуществления этой цели в роман были включены «двойники»: Свидригайлов и Лужин.

Свидригайлов – это человек, который имеет достаточно богатый жизненный опыт и без особого труда понимает причины, толкнувшие Раскольникова на преступление. Он развратный человек, циник, его не мучает совесть, когда он постоянно преступает человеческие законы, традиции и обычаи.

При всей своей безнравственности, аморальности мы видим, что он находится в состоянии какой-то душевной неустойчивости и тревоги, от Свидригайлова веет растерянностью, опустошенностью и бесперспективностью. Возможно, именно эти причины привели Свидригайлова к самоубийству.

Лужин – еще один персонаж, который представляется как «двойник» Раскольникова. Это человек, дела и принципы которого основаны лишь на эгоистическом расчете. Раскольников видит отражение собственных мыслей в утверждении Лужина, что необходимо отбросить, отвергнуть какой бы то ни было нравственный долг личности перед другими людьми. «...Приобретая единственно и исключительно себе, я именно тем приобретаю как бы и всем...», – говорит Лужин, – и это будет, в его понимании, гарантией «всеобщего преуспевания...».

Столкнувшись с этими двумя персонажами, образ мыслей которых в большей или меньшей степени отражает его собственные мысли и идеи, герой убеждается, к каким ужасным последствиям в действительности может привести его теория.

Кандидат филологических наук А.Б. Есин отмечает еще один значимый прием психологизма, несколько парадоксальный на первый взгляд, – это прием *умолчания*. Он состоит в том, что писатель в какой-то момент вообще ничего не говорит о внутреннем мире героя, заставляя читателя самого производить психологический анализ, намекая на то, что внутренний мир героя, хотя он прямо и не изображается, все-таки достаточно богат и заслуживает внимания. Таков отрывок из последнего разговора Раскольникова с Порфирием Петровичем в «Преступлении и наказании»[2, с. 93].

Таким образом, можно с уверенностью сказать о том, что Федор Михайлович Достоевский действительно является мастером психологизма, писателем, потрясающим душу. Произведения Ф.М. Достоевского не оставят равнодушным ни одного читателя. Используя широкий арсенал средств и приемов психологического изображения, помогающих раскрыть натуру персонажа, провести тончайший анализ психического склада личности, глубоко проникнуть в «потайные места» личности главных героев, писатель помогает читателю погрузиться в ту атмосферу, в которой находится главный герой, посочувствовать ему.

Список литературы

1. Достоевский Ф.М. Преступление и наказание: роман. М.: Худож. лит., 1983. 272 с.
2. Есин А.Б. Принципы и приёмы анализа литературного произведения: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2008. 248 с.

ДЕЛОВОЙ ТЕКСТ КАК ИНТЕРТЕКСТ

Аннотация. Статья посвящена интертекстуальности как элементу структуры делового текста.

В основу анализа положена концепция интертекстуальности, согласно которой любой текст, в том числе и деловой, рассматривается как интертекст.

Ключевые слова: интертекстуальность; деловой текст; интертекст; маркеры интертекстуальности.

Введенное в научную мысль французской исследовательницей Юлией Кристевой понятие интертекстуальности, выражающееся в наличии связей между текстами, благодаря которым тексты могут многими способами явно или неявно ссылаться друг на друга, почти полвека назад и по сей день находится под пристальным вниманием лингвистов.

Базовым понятием категории интертекстуальности является вторичность текста. Каждый вновь создаваемый текст вбирает в себя уже существующие с помощью маркеров интертекстуальности – цитат, реминисценций, сносок, ссылок и т.д., и сам выступает источником для текстов, которые будут созданы на его основе. «Любой текст строится как мозаика цитаций, любой текст есть продукт впитывания и трансформации какого-нибудь другого текста» [2, с. 167]; «всякий текст есть между-текст по отношению к какому-то другому тексту» [1, с. 418]; взаимодействие текстов и/или их фрагментов как в плане выражения и представляет собой «способ, которым один текст актуализирует в своем внутреннем пространстве другой» [6, с. 49], «многомерная связь отдельного текста с другими текстами по линиям содержания, жанрово-стилистических особенностей, структуры, формально-знакового выражения» [3, с. 3]. Категория интертекстуальности предстает как непрерывное взаимодействие текстов, неким безграничным полотном «ни один текст не может быть написан вне зависимости от того, что было написано прежде него; любой текст несет в себе ... следы определенного наследия и память о традиции ... любой текст пребывает в окружении множества предшествующих ему произведений...» [4, с. 48].

Текст, в который включен тем или иным способом другой текст, называется интертекстом. «Каждый текст является интертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат. Обрывки культурных кодов, формул, ритмических структур, фрагменты социальных идиом и так далее – все они поглощены текстом и перемешаны в нем, поскольку всегда до текста и вокруг него существует язык» [1, с. 78].

Исходя из вышеизложенного, можно говорить о том, что любой текст может быть назван интертекстом. Интертекст – основной вид построения текста, в котором используются фрагменты других текстов по замыслу автора.

Интертекстуальность трактуется как общее свойство текста, обусловленное наличием в принимающем тексте фрагментов или целых текстов, а также кодов иных текстов, а под интертекстом понимаются конкретные случаи проявления интертекстуальности.

Существование текстов деловых документов невозможно без интертекстуальных связей. Документ построен на нарочито-подчеркнутом использовании ранее созданных текстов, без которых невозможен процесс документооборота. Таким образом, тексты документов всегда интертекстуальны.

В процессе документооборота особое внимание уделяется оформлению документа, вводятся необходимые лексические средства, устойчивые обороты, языковые формулы, свойственные сфере официально-делового общения. Интертекстуальные включения в деловом тексте обычно характеризуются логичностью, эксплицитностью, лексической, синтаксической и композиционной стереотипизацией, преобладанием объективности в изложении, клишированием.

При составлении распорядительных документов, например, приказов, используются отсылки к ранее изданным распорядительным документам, для избежания противоречий и дублирования. Подобные отсылки также служат способом сворачивания информации (*Приказ об утверждении... В со-*

ответствии с подпунктом 5.2.41 Положения... утвердить прилагаемый перечень). Подобные отсылки служат для стандартизации и лаконичности изложения, позволяя избегать пересказа предыдущего документа.

В типологии интертекстуальных связей, предложенной Н.А. Фатеевой [5, с. 25–36], выделяют паратекстуальность, или отношение текста к своему заглавию. В практике документирования заголовков документа играет роль интертекстуального знака: «Приказ», «Отчет», «Распоряжение», «Рапорт», «Заявление», «Письмо», «Договор» и т.д., являясь отсылкой к ситуации, кодом к содержанию.

В некоторых видах документов («Протокол», «Постановление») возможно применение интертекстуальных включений в виде цитат: «по словам ответчика... (заявителя..., обвинителя...»).

Если поводом для создания, какого либо документа послужил другой документ («на основании Приказа №...», «в соответствии с распоряжением о...»), достаточно указать только вид документа, наименование организации. В данных видах документов наиболее часто используются отсылки к документам вышестоящего органа власти, во исполнение которого он создается. Подобные интертекстуальные элементы устанавливают взаимосвязь документов в рамках документооборота. Каждый вновь создаваемый документ аккумулирует результаты предшествующих, и является вторичным по отношению к иницирующему, обеспечивают однозначность понимания текста, сокращают время на его подготовку и восприятие его адресатом.

Адресатом документа является, зачастую, лицо того же статуса, что и его адресант. Оба они, как правило, имеют схожие интересы, профессиональные установки и взгляды. Интертекстуальные маркировки текста легко опознаются участниками документооборота.

В заключение отметим, что деловой текст, как и любой другой, обнаруживает интертекстуальные связи. Интертекстуальные элементы, включаемые в документ по замыслу составителя, выполняют чаще всего функцию экономии речевых средств.

Список литературы

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994. 616 с.
2. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. М.: РОССПЭН, 2004. 656 с.
3. Михайлова Е.В. Интертекстуальность в научном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 1999. 205 с.
4. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. М.: Издательство ЛКИ, 2008.
5. Фатеева Н.А. Типология интертекстуальных элементов и связей в художественной речи // Известия АН. Серия литературы и языка. 1998. Т. 57. №5. С. 25-38. URL: <http://feb-web.ru/feb/izvest/1998/05/985-025.htm> (дата обращения: 10.11.2017).
6. Чернявская В.Е. Интертекстуальность как текстообразующая категория в научной коммуникации: на материале немецкого языка: дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2000.

УДК 821.161.1

Е.Е. Ушакова

магистрант

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.В. Себелева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

ПРЕДПОСЫЛКИ К ПОЯВЛЕНИЮ ТАИНСТВЕННЫХ ПОВЕСТЕЙ В ТВОРЧЕСТВЕ И. ТУРГЕНЕВА: «СТИХОТВОРЕНИЯ В ПРОЗЕ»

Аннотация. В статье обосновываются предпосылки появления в творчестве И.С. Тургенева так называемых «таинственных» повестей. Автор начинает анализ со «Стихотворений в прозе», аргументируя это тем, что именно этот цикл является своеобразным итогом, чертой, точкой, которую Тургенев ставит в конце всех своих произведений, в конце своей жизни. Здесь отразилось все то, что было «разлито» по всем произведениям писателя.

Ключевые слова: Тургенев; стихотворения в прозе; таинственный цикл.

Особого внимания критики и исследователей творчества И.С. Тургенева удостоилась лишь небольшая часть произведений автора, в большинстве своем относящихся к раннему творческому этапу. Из них можно выделить наиболее известные, например, такие как: «Му-Му», «Отцы и дети», «Рудин», «Накануне», «Дворянское гнездо» и другие произведения.

Однако творчество писателя пережило глубокую эволюцию, и в переходе к более позднему периоду у Тургенева появились так называемые «таинственные» повести. Они были не известны широкому кругу читателей, т.к. это были несколько иные произведения, чем те, которые привыкли видеть у Тургенева. Также известно, что произведения писателя хорошо изучены, раскрыты литературоведами, но все же в его творчестве остается некий пласт тех произведений, на которые еще не даны полные и однозначные ответы. Это произведения, написанные в поздний период и условно называемые «таинственными».

Итак, чтобы проследить эволюцию творчества Тургенева от раннего периода к позднему, надо найти различия между ними и установить особенность произведений позднего периода. Но, рассматривая проблему странных «таинственных» повестей Тургенева, следует сказать, что Иван Сергеевич был сам по себе человеком довольно странным. Современники часто называли его «странный Тургенев» [2, с. 91]. Друзья и близкие замечали за ним достаточно много различных странностей. Порой это была резкая и не к месту горячность и вспыльчивость, проявлявшая себя в Тургеневе. Или же сильная боязнь заразиться болезнью, особенно холерой, что доходило вплоть до фобии. Услышав об эпидемии в какой-либо области России, с Тургеневым случалась депрессия, состояние страха, замкнутости (даже находясь за границей, Тургенев отказывался приезжать в Россию, узнав, что там эпидемия). У писателя даже существовал свой, особый воображаемый образ холеры в виде «сморщенной гнилой желто-бурой старушонки». Также к странностям относили высказывание Тургеневым совершенно отвлеченной мысли в совершенно неподходящей для нее ситуации, причем это выходило непреднамеренно, а как-то наивно, случайно. Странной была и его любовь, которую он пронес через всю жизнь и унес с собой в могилу (любовь к Полине Виардо). Как известно Тургенев был смертельно болен, болен раком позвоночника, он был практически парализован и прикован к постели. Его постоянно терзали ужасные, нестерпимые боли. Для смягчения болей приходилось принимать морфий. Следствие – затуманенный рассудок, бред, галлюцинации. Под конец даже морфий перестал помогать. Но даже в таком состоянии, он продолжал работать, диктовал Полине Виардо письма, мысли.

Вероятно, и, пожалуй, естественно, что физическое состояние писателя также повлияло на характер его творчества, и придало ему те изменения, которые характеризуют его поздние повести и рассказы.

Но неоправданно такое расширенное понимание «таинственных» повестей, так как тема неизвестного, странного, а порою страшного и непонятного – одна из основных тем творчества Тургенева. Но, очевидно, когда речь идет о «таинственных» повестях как о самостоятельном явлении, то следует иметь в виду группу повестей и рассказов, в которых эта тема становится центральной. И большинство исследователей сходятся на том, что наиболее показательные из числа таких произведений – «Песнь торжествующей любви», «Стихотворения в прозе» и «Клара Милич». Не будь этих произведений, не было бы и самой проблемы «таинственных» повестей.

Проблема интерпретации «таинственных» повестей связана с вопросом об особенностях мировоззрения Тургенева, событиями, постигшими его в этот период, включая личную жизнь и социально-политические веяния.

Начиная цикл «таинственных» повестей, Тургенев мало рассчитывал на их глубокое понимание, верное прочтение и тем более, положительную оценку русских читателей и критиков, полной идейных конфликтов пореформенной эпохи. Его письма тех лет полны опасений: «Боюсь, что читатели опять найдут, что я выжил из ума и занимаюсь пустяками или «Часы» господина Тургенева отстают: он все еще воображает себя писателем» [2, с. 114].

Специфика задачи, поставленная Тургеневым в «таинственных» произведениях (писать не то, и не так как раньше), плюс своеобразие положенного в основу материала, требовали определенного уровня письма, который позволил бы добраться до этого уровня непонятного и бессознательного. Соответственно это должно было повлечь за собой изменения структуры его произведений, их строй, стилистику, характер.

В «таинственных» повестях отсутствует наличие каких-либо особых эффектов и неожиданностей, и сюжет несложен столь же, как и в «Записках охотника». Зачастую это простые истории из жизни обычного для того времени человека, изложенные чаще всего им самим, реже рассказчиком, и только в одной повести повествование ведется от третьего лица (в повести «Клара Милич»).

В традициях реализма и собственной манеры, повести и рассказы начинаются небольшим вступлением, служащим для объяснения читателю, где и когда, и по какому поводу была рассказана данная «таинственная» история. Далее обычно следует обычная характеристика персонажа, который является главным участником происходящих «таинственных» событий. Но именно здесь писатель достаточно сильно отступает от манеры своих прежних повестей и рассказов.

«Стихотворения в прозе» были напечатаны в 1882 году в двенадцатом номере «Вестника Европы». Однако написаны были много ранее, в 1877 году. Первоначально, Тургенев не желал публиковать это произведение, т.к. мысли, высказанные там, были очень личными и сокровенными. Тем не менее, Стасюлевич, близкий друг Тургенева и редактор журнала, убедил писателя напечатать часть «Старческих раздумий» – (так их называл сначала сам Тургенев).

Свойственно думать, что заголовок и окончательный вариант названия стихотворений придумал Стасюлевич. Хотя Тургенев отправлял рукопись в «Вестнике Европы» уже с подзаголовком «Сорок стихотворений в прозе». Некоторые критики считают, что тургеневские «Стихотворения...» – это новый жанр, как для отечественной литературы, так и для мировой. Однако можно провести параллель между «Стихотворениями в прозе» И.С.Тургенева и некоторыми произведениями европейской литературы XIX века, например Ш. Бодлера. Так, А.Е. Грузинский говорил, что между известным стихотворением Тургенева «Природа» и некоторыми произведениями Джакомо Леопарди, а в частности, с «Диалогом природы с исландцем», есть сходство [1, с. 64]. Вокруг жанра стихотворений в прозе существует много споров. Одни считают, что он зародился на западе, другие же, что истоки нужно искать в античности и библейских преданиях. Так, у самого Тургенева есть стихотворения, близкие притче («Нищий»).

Также можно сказать, что тургеневские стихотворения имеют сходство с японской, арабской и восточной поэзией. Их объединяет философичность, образность и глубина мысли. Каждое слово, каждый звук имеют свой смысл.

Итак, «Стихотворения в прозе» – это сборник философских умозаключений и выводов, вынесенных из жизненного опыта. Это своеобразный итог, черта, точка, которую Тургенев ставит в конце всех своих произведений, в конце своей жизни. Здесь сконцентрировано все то, что писатель хотел выразить в каждом отдельном своем произведении. Тематика стихотворений весьма разнообразна, но, тем не менее, все они тесно связаны между собой, связаны единым мотивом. Например, разные по теме стихотворения «Старуха», «Старик», «Сон» имеют общую идею: размышления о неотвратимости смерти

Композиция цикла «Стихотворений в прозе» построена на антитезе. Своим пессимистичным, наполненным безысходностью стихотворениям (например, «Старик») Тургенев противопоставляет яркие, наполненные светом и надеждой стихотворения, (к примеру, «Лазурное царство»). Обычно, они посвящены любви, красоте и их силе над обстоятельствами и человеком. В этих произведениях чувствуется сама жизнь, с ее разочарованиями и взлетами. Автор все верит в силу прекрасного, в счастливую жизнь.

Таким образом, цикл «Стихотворений в прозе» – это противопоставление жизни и смерти, молодости и старости, добра и зла, прошлого и настоящего. Эти жизненные ипостаси вступают в борьбу между собой. Тургенев часто сталкивает их, сочетает не сочетаемое, противоречиво переплетает и стремится слить их воедино («Двойник»).

Как можно понять из выше сказанного, все произведения И.С. Тургенева из цикла объединяет обращение к вечным проблемам бытия, которые, в принципе, волнуют общество и в данное время.

Список литературы

1. Грузинский А.Е. И.С. Тургенев (личность и творчество). 1818–1918. М.: Изд-во Т-ва «ГРАНЬ», 1972.
2. Стасюлевич М.М. и его современники в их переписке. В 5 т. Т. 3 / под ред. М.К. Лемке. СПб., 1912.

ЛИЧНОСТНОЕ «Я» В РАННЕМ ПОЭТИЧЕСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ Е.А. ЕВТУШЕНКО

Аннотация. На примере ранних поэтических текстов Е.А. Евтушенко дается характеристика личностного «Я», которое позволяет выразить отношение лирического героя к реальной жизни.

Ключевые слова: местоимение; личностное «Я»; Е.А. Евтушенко; лирика.

Традиционно местоимения выделяются в самостоятельную часть речи, к которой относятся слова, обобщенно указывающие на предметы, признаки, количество, но не называющие их. Конкретное значение того слова, на которое указывает местоимение, реализуется в контексте.

Особую смысловую роль местоимения играют в поэтическом тексте, что объясняется целенаправленным использованием их автором для стилистической окраски и большей речевой экспозиции. О.Н. Селиверстова отмечает, что «разряд местоимений, в узуальной языковой системе не обладающий значительностью, системой стиха выдвигается на первый план, добавочно семантизируется, укрупняется» [4, с. 84]. Так, например, местоимение «Я» имеет немаловажное значение в выражении образа лирического героя. «В контексте поэтического произведения поэтов первой четверти XX века можно обнаружить такие случаи семантизации местоимения 1-го лица ед. числа, когда его референтами выступают: 1) «личностное Я»; 2) «функциональное Я»; 3) «сопоставительное Я»; 4) «Я лирического персонажа»; 5) «опредмеченное Я»; 6) «Я олицетворенного персонажа» [3].

Личностное «Я», по определению О.П. Мурашевой, «это сам говорящий, воспринимающий жизнь во всех её проявлениях, отражающей сложность, многогранность, противоречивость человеческой натуры» [3].

Цель данной работы состоит в том, чтобы определить, как через личностное «Я» Е.А. Евтушенко раскрывает свое отношение к миру лирического героя на примерах ранних поэтических текстов, вошедших в сборник стихов «Обещание» (1957 год). По мнению литературного критика того периода А. Калитина, ранние стихи Е. Евтушенко характеризуются некой расплывчатостью образа лирического героя, что было естественно, поскольку шло формирование личности самого поэта, который пытался рассказать от себя то, что он видел и слышал от других [2, с. 165].

Анализируя раннюю лирику поэта, нельзя не обратить внимание на свойственное для неё использование личностного «Я» для выражения чувства неуверенности автора в каких-либо важных для него вещах.

*Ах, что я делал, что я делал,
чего хотел, куда глядел?
Какой не умный мелкий демон
во мне заносчиво сидел?..*

*Я ничего не вспоминаю,-
теперь мы с памятью враги.
Не так я жил.*

*Как жить – не знаю,
и ты мне в этом помоги [1, с. 208].*

Чаще всего букет эмоций и мыслей пробуждается у говорящего во взаимоотношениях с другими людьми. Лирический герой трепетно относится к тем людям, с которыми он находится в близких отношениях. И в этих людях он видит шанс обрести покой, избавиться от неуверенности жизни.

*Припав ко мне,
рукой моею
счастливо гладишь ты себя.
Но я,
Неловко обнимая,
боюсь и слова одного.
Я ничего не понимаю
и не умею ничего.
И всем, чем радуешь и мучишь,
чему названья не найду,
меня в любви ходить ты учишь,
а я боюсь, что упаду [1, с. 127].*

*Я лежу,
чего-то жду
каждою кровинкой,
в темном небе
звезду
шевелю травинкой...*

*В небе звездно и черно.
Ночь хороша.
Я не знаю ничего,
Ничегошеньки [1, с. 375].*

Автор испытывает разного рода душевные терзания, он не может объяснить и понять свое внутреннее состояние. Это и порождает каждый раз тяжкие и мучительные для говорящего переживания и метания души.

*Хочу я память вытеснить
и думать о своем,
но всё же тянет видеться
и быть с тобой вдвоём.
Когда все это кончится?
Я мучаюсь опять –
и брать любовь не хочется,
и страшно потерять [1, с. 128].*

*Но если столько связано со мной,
я что-то значу, видимо,
и стою?
А если ничего собой не значу,
то отчего же,
мучаюсь и плачу?! [1, с. 265]*

В ряде стихотворений личностное «Я» используется для выражения и обозначения позиции героя, его мыслей и чувств, которое автор чётко обозначил для себя, и в них не присутствует даже оттенка неуверенности.

*А мне все это нравится.
Мне гордо оттого,
что им со мной не справится,
не сделать ничего...*

*С душой, для них закрытою,
я знаю, – все не так.
Чему они завидуют,
я не пойму никак [1, с. 256].*

Все на всеете я смею,
усмехаюсь врагу,
потому что умею,
потому что могу [1, с. 257].

Я разный –
я натруженный и праздный.

Я целе –
и нецелесообразный.

Я весь несовместимый,
неудобный,
застенчивый и наглый,
злой и добрый.

Я так люблю,
чтоб всё перемежалось! [1, с. 268]

Таким образом, личностное «Я» играет немаловажную роль в раннем поэтическом творчестве Е.А. Евтушенко. Личностное «Я» позволяет выразить и робкую неуверенность, и тревожное непонимание себя, и продемонстрировать определенную уверенность лирического героя в тех аспектах жизни, которые автор смог прочувствовать и понять.

Список литературы

1. Евтушенко Е.А. Первое собрание сочинений; в 8 томах. Том 1. 1937-1958. М.: АО «Х.Г.С.», 1997. 481 с.
2. Калитин А. Творчество молодых // Октябрь. 1955. №9. С. 165.
3. Мурашева О.П. Семантика и функции местоимений в поэтическом тексте. URL: http://www.e-ng.ru/drugoe/semantika_i_funkcii_mestoimenij_v.html (дата обращения: 16.10.2017).
4. Селиверстова О.Н. Местоимения в языке и речи. М.: Наука, 1988. 151 с.

УДК 82-31

О.Н. Шинкевич
аспирант

Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор О.М. Култышева
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ПОРТРЕТА-ВПЕЧАТЛЕНИЯ В РАННИХ ПОВЕСТЯХ А.И. КУПРИНА

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема недостаточной изученности портрета-впечатления, а также особенности его функционирования в ранних повестях А.И. Куприна «Впотьмах» (1892), «Молох» (1896) и «Прапорщик армейский» (1897). Выявляется важность и сложность данного вида портрета, что говорит о его актуальности и необходимости детального изучения. В ходе работы выяснилось, что данный вид портрета может выполнять функции характерологического и психологического портретов, а также активизирует фантазию и творческое мышление читателя.

Ключевые слова: литературный портрет; портрет-впечатление; портрет-описание; персонаж; повесть.

Среди многообразия существующих видов литературного портрета персонажа имеет место *портрет-впечатление*. Крайне немногочисленные замечания по данному виду портрета в специальных источниках говорят о его малоизученности и недостаточном внимании, хотя данный портрет довольно часто встречается на страницах художественных произведений и требует детального изучения не менее других существующих видов. При этом портрет-впечатление встречается не только в эпосе,

но и в лирике: «во многих стихотворениях внешность не имеет значения, гораздо важнее производимое впечатление» [5].

Анализ литературоведческих источников показал, что портрет-впечатление выделяют и характеризуют такие исследователи, как Л.Ю. Юркина, А.Б. Есин, А. Ш. Абдуллина, Л. В. Чернец. Следует отметить, что названные исследователи приходят к единому мнению об особенностях данного вида портрета. Например, исследователь Л.Ю. Юркина говорит о том, что «передача портрета через впечатление способствует его художественной цельности» [6, с. 185]. А.Ш. Абдуллина также упоминает о художественной целостности при исследовании портретной характеристики персонажа: «Портретная характеристика ... тесно сливается с авторским описанием, что придает портрету художественную целостность [1, с. 1343].

А.Б. Есин считает данную разновидность портрета «самой сложной»: «своеобразие его состоит в том, что портретных черт и деталей здесь как таковых нет вообще, остается только впечатление, производимое внешностью героя на стороннего наблюдателя или на кого-нибудь из персонажей произведения» [2, с. 50]. Таким образом, изучение данного вида литературного портрета становится актуальным и необходимым.

Сложность данного вида портрета заключается в отсутствии привычной детализации описания персонажа, что позволяет, в свою очередь, читателю обратиться к собственной фантазии: «Лицо его ничего не выражало, кроме брезгливого утомления» («Молох») [3, с. 54]; «Ее лицо было грустно, и вся тоненькая, хрупкая фигурка жалко-беспомощна» («Впотьмах») [3, с. 96].

Портрет-впечатление встречается уже в первом опубликованном рассказе А.И. Куприна «Последний дебют»: «Она вышла, прекрасная и величественная в своей скорби, и уж один вид ее заставил вздрогнуть и забиться сотни сердец» («Последний дебют») [4, с. 363], «Лидия Николаевна Гольская была красавица» [4, с. 360].

Важной особенностью данного вида портрета является то, что он помогает судить о характере персонажа, становясь характерологическим, т.к. с его помощью «достигнуто определенное эмоциональное впечатление от его внешности и достаточно легко сделать заключение о его характере» [2, с. 51]. А.Ш. Абдуллина, исследователь портрета в творчестве Н. Мусина, поддерживает данное мнение: «Такие портреты в большей степени выполняют функцию раскрытия характера и психологического состояния персонажа» [1, с. 1345]. Так, например, изображены персонажи повести «Впотьмах»: «У него есть маленькая дочка, необыкновенно капризное насекомое» [3, с. 94], «Эти восклицания и нагло смеющееся жирное лицо восточного человека привели Аларина в бешенство» [3, с. 98]. Добавочная характеристика к *насекомому* – «необыкновенно капризное» – и к *лицу* – «нагло смеющееся» – помогает частично раскрыть характер персонажа в восприятии другого героя.

Исследователи данного вида портрета уделяют внимание тому, что такой «портрет может быть дан *глазами другого персонажа*. В этом случае он передает произведенное *впечатление*. Такой портрет особенно значим, поскольку характеризует одновременно и самого персонажа и тех, кто на него смотрит» [5]. Исследователь А.Ш. Абдуллина продолжает данную точку зрения, говоря, что «в портретах-впечатлениях проявляется субъективизм видения и восприятия героями других действующих лиц и себя» [1, с. 1345]. Такая характеристика портрета-впечатления нашла свое отражение в повести А.И. Куприна «Прапорщик армейский». Произведение представлено в виде дневниковых записей и отражает исключительную оценку портрета персонажа, данную через восприятие главного героя: «По лицу Кэт я догадался, что о нашем случайном знакомстве в саду никому не должно быть известно» [4, с. 248], ««Их лиц я не успел хорошенько рассмотреть, но заметил, что у старшей, брюнетки, задорный, сочный тип малороссиянки, а младшая выглядит подростком» [4, с. 229].

Чаще всего представление *лица* героя в художественных произведениях характеризуется *портретом-описанием*: «Вот и я в настоящую минуту необыкновенно ярко вижу перед собою ее лицо: круглый овал, матовая бледность, брови, почти прямые, очень черные и густые; у переносья они сходятся в виде темного пушка, что придает им несколько суровое выражение; глаза большие, зеленые, с громадными близорукими зрачками; рот маленький, чуть-чуть неправильный, чувственный, насмешливый и гордый, с полными, резко очерченными губами; матовые волосы тяжелым и небрежным узлом собраны на затылке» («Прапорщик армейский») [4, с. 238]. Заметим, однако, что А.И. Куприн в повестях раннего периода при изображении *лица* героев часто использует не только *портрет-описание*, но и *портрет-впечатление*, наделяя его при этом функциями *портрета характерологического* (иначе говоря, портрета, раскрывающего характер персонажа), а также используя при этом доминанту *«лукавый»*: «Лицо Свежевского приняло *лукавое* и торжествующее выражение» («Молох») [3, с. 24]; «Фальстаф сделал *лукавое* лицо» [4, с. 227]; «глаза под густыми взъерошенными бровями быстрые, *лукавые*» [4, с. 224]; «Он широко улыбнулся, отчего все лицо его сморщилось, а глаза со-

вершенно исчезли, и *лукаво* погрозил мне пальцем» [4, с. 230] («Прапорщик армейский»). Определение «*лукавый*» подтверждает характер данных героев, выражающийся в их поступках.

Сложность данного вида портрета также заключается в том, что он способствует наделению произведения психологизмом, что, как уже отмечалось, утверждает А.Ш. Абдуллина. В таком случае *портрет-впечатление* выполняет функцию *портрета психологического*: «бледное лицо Боброва искривлено внутренним страданием» («Молох») [3, с. 84], «ей, вероятно, стало жаль видеть мое разочарованное лицо» («Прапорщик армейский») [4, с. 243].

Таким образом, значение портрета-впечатления и его особенности заключаются в следующем:

- способствует художественной цельности портрета персонажа;
- наделяется функциями характерологического и психологического портретов;
- вызывает эмоциональное впечатление читателя или героя;
- опирается на фантазию и творческое мышление читателя;
- является самым сложным типом портрета, что подтверждается при анализе его функционирования в ранних повестях А.И. Куприна.

Список литературы

1. Абдуллина А.Ш. Портрет как важнейшее средство формирования целостного образа героя в прозе Н. Мусина // *Фундаментальные исследования*. 2014. № 5-6. С. 1343-1347. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=34096> (дата обращения: 28.10.2017).
2. Есин А.Б. Принципы и приемы анализа литературного произведения. М.: Флинта; Наука, 2000. 163 с.
3. Куприн А.И. Полное собрание сочинений в 10-ти томах. Т. 1. Повести. Рассказы. Очерки. Стихотворения. Эпиграммы. Афоризмы. Романсы. М.: Воскресенье, 2006. 528 с.
4. Куприн А.И. Полное собрание сочинений в 10-ти томах. Т. 2. Повести. Рассказы. Очерки. Пьеса. М.: Воскресенье, 2006. 576 с.
5. Чернец Л.В., Исакова И.Н. Семиотика портрета // *Лингвокультурологический тезаурус «Гуманитарная Россия»* / под научной редакцией М.Л. Ремнёвой. URL: <http://www.philol.msu.ru/~tezaurus/docs/3/articles/2/6/1> (дата обращения: 15.10.2017).
6. Юркина Л.А. Портрет // *Литературоведение. Литературное произведение: основные понятия и термины* / под ред. Л.В. Чернец. М., 1998. С. 199-207.

УДК 82

А.А. Шошина

магистрант

*Научный руководитель – канд. культурологии, доцент Е.С. Долгина
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

УТОПИЯ: ОПЫТ ЖАНРОВЫХ ДЕФИНИЦИЙ

Аннотация. Статья раскрывает содержание понятия «утопия» с точки зрения жанровой поэтики. Основное внимание в статье акцентируется на анализе сюжетной линии, пространственно-временных отношениях, мифологизации, архетипе «золотого века», фольклору.

Ключевые слова: утопия; антиутопия; мифология; фольклор; хронотоп.

Утопия является феноменом, порожденным культурой. В центре любой утопии стоит человек, а любая сфера жизнедеятельности человека пронизана культурой [6, с. 1]. Так, Г.Г. Шпет сводит понимание культуры к феномену антропоцентризма и историзма, выводя на первый план в культурной жизнедеятельности человека литературу, поскольку она рассматривает человека в совокупности его слабостей и потребностей и является отражением «культурно-философского» сознания в его единстве, целостности и многообразии [11, с. 18]. Утопия становится ярким примером такого определения литературы, в которой ярким представителям культуры является человек. Утопия, зародившаяся в античности, и антиутопия, появившаяся в начале XX века и получившая широкое распространение в наше время [5, с. 116] – жанры, порождённые различными историческими обстоятельствами, друг с другом связаны преимущественно диалектически. Многочисленные стремления установить меру их

взаимосвязи и в то же время их самостоятельности не привели ещё к формированию точной теории жанров. Единственный вопрос, практически не затронутый критикой, – историческая жанровая поэтика. Данный принцип исследования и положен в основу анализа жанров.

Сюжеты утопии и антиутопии типологически схожи интересом к общественной системе. Литературный критик Ю. Латынина пишет, что к ним относят в мировой литературе «небольшую часть текстов, главным действующим лицом которых является государство» [7, с. 178]. Общефилософская обусловленность сюжетных ситуаций, исследования со временем и пространством делают близкими оба жанра с социально-философской фантастикой, однако глобализация абсолютно всех факторов, преобладающая роль прогностического условия дают возможность утопии и антиутопии быть самостоятельными. Многие особенности сюжетного сходства исследуемых жанров не игнорируют вопрос об их жанровой «индивидуальности». Таким образом, различными становятся истоки основных сюжетных тем. Содержание утопии относится к архетипам фольклора, как бы ни была современна его научно-техническая аранжировка. К. Юнг, устанавливая архетипы равно как обобщённо-образные схемы, в какие помещаются людские понятия о мире, считал неотъемлемым обстоятельством их появления стихию коллективно-бессознательного. Архетип «золотого века» непременно заложен в сюжете утопии. Одной из самых ранних писательских форм подобного содержания считается «народная утопия»: поэма о стране Кокейн в Англии, легенды о Беловодье в России, кроме этого многие песни, сказки как религиозные, так и светские. Непосредственно народная утопия, полагает А.Мортон, «служит мерилем оценки всех своих преемников» [10, с. 18]. Её архетип присутствует и у Т. Мора в варианте совершенного патриархального общества, и у Э. Кабе в виде коммунистического братства или технократической модели государства Г. Уэллса.

Фольклор для утопии – «ларец первообразов, в котором замкнуто бессознательное древности» [15, с. 389], кладёшь сюжетных тем: это тема идеального предводителя, тема мифического материального изобилия, торжества общих нравственных законов и т.д. По этой причине к утопиям всех времён причислена фраза, сказанная героем «Новой Атлантиды» Ф. Бэкона (1627): «Нет на земле народа столь целомудренного ... и столь чуждого всякой скверны» [3, с. 212].

Какой бы замысловатой ни была утопическая фантазия, нацеленная на конструирование планов благополучного мироустройства, она направлена больше в прошлое, нежели в будущее, так как метахудожественная память текста является сильнее всех художественных новаций, обладающих больше персональной, чем типологической ролью. Это выражается в подборе того жанра, под который стилизована утопия: пастораль, трактат, диалог, проповедь и т.д. Утопия крайне редко претендует на то, чтобы стать романом, иногда стараясь в XX веке как бы отреагировать на обращение Г. Уэллса: «Современная утопия не должна быть мёртвым, неизменяющимся государством. Она должна откинуть от себя всё косное и вылиться не в устойчивые непоколебимые формы, а в полную надежду на дальнейшее развитие... Наш идеал не в постройке крепости, а в постройке идеал-корабля» [13, с. 5]. Однако романное начало, в том числе и в таких утопиях, как «Уолден-два» Б.Скиннера (1948), «Конец детства» А. Кларка (1953), «Чужестранец в чужой стране» Р. Хайнлайна (1954), недостаточно отображено. Персонаж никак не преобразуется в личность со своим внутренним миром, внешние обстоятельства, присущие утопии, разумны и прогнозируемы. Разве только более гибким становится сюжет, наиболее веской – философская аргументация автора, им осознаётся значимость своего эстетического навыка. Действительно, основным принципом функционирования изображаемого утопического мира остаются «не причинно-следственные связи, а упорядоченность и целесообразность» [7, с. 178].

Жанр утопии, относящийся к фольклору, каноничен, его структура главным образом никак не способна изменяться, с. Аверинцев выдвигает «статистическую концепцию жанра как устойчивых правил игры, в которую можно играть с удалёнными во времени партнёрами» [1, с. 112]. Утопия в таком случае отображает то положение словесной культуры, которое С. Аверинцев именуется рефлексивно-традиционалистским. Такая культура содержит в себе неопровержимость идеала и превосходство рассудочности. Философско-литературные истоки утопии находят и в античности. Платон, странствуя по Египту и Месопотамии, был потрясён зрелищем руин древнейших городов, обилием материальной культуры людей прошлого. И «его воображение, уязвлённое хаосом и беспутством окружающей жизни и жаждущее гармонии и порядка, нарисовало себе древнюю живую машину, в которой каждый винтик чувствовал себя частью Высшего Порядка. Он увидел мир, отделённой стеной от хаоса, соразмерный и подконтрольный высшим силам. Так возник платоновский город-архетип утопии на все времена» [14, с. 8].

Принцип неоспоримости идеала представляется в утопии как жанрообразующий и поэтологический фактор. Энергия сюжета проистекает из расшифровки этого идеала, который имеет универ-

сальное значение. Событие в сюжете утопии по существу одно – перед читателем каким-то путём (сон, путешествие, природный катаклизм) открываются врата земного рая. Данный сюжетный ход даёт толчок конфликту утопии, содержащемуся в столкновении двух систем – старой и новой, он чаще всего имеет умозрительный характер, как в «Утопии» Т. Мора: антигуманное государство, где «овцы пожирают людей», отрицается по всем социальным и идейным характеристикам государством порядка, справедливости и всеобщего счастья.

Утопия – риторический жанр, не владеющий высшим критерием внутренней свободы, что дала возможность выйти за границы логических пределов, на чём настаивал ещё Платон в «Государстве»: «То, что находится в наилучшем состоянии, менее всего изменяется под воздействием другого» [12, с. 240]. Сюжет утопии игнорирует категорию случайности, вероятности, он заметно походит на «госпитальную стерильность» [2, с. 114]. Между тем Урсула Ле Гуин, знаменитый писатель фантастических романов, писала: «Единственное, что делает жизнь возможной, – это постоянная, нестерпимая неопределённость, когда не знаешь, что произойдёт в следующий миг» [2, с. 115]. Ещё одно интересное утверждение по этому поводу: «Повинуясь халдейской логике новейшего образца, история человечества предстаёт в виде гигантской астрологической таблицы, где учтён, по выражению Достоевского, каждый кирпич, потребный на постройку дворца» [7, с. 184].

Классический сюжетный процесс в утопии, содействующий формированию ключевых мыслей, – диалог, где неопиту поясняют новую картину мира. Возьмём, к примеру, так далеко отстающие друг от друга во времени «Утопию» Т. Мора (1516) и «Вести ниоткуда» У. Морриса (1891). В двух произведениях диалог – жанровый шаблон, что невозможно полагать «недостатком» утопии, её данное наследственное свойство, отражение той ментальной структуры, которая не способна выразить себя по-другому, не разрушив жанровых канонов. Здесь отсутствует интеллектуальное обсуждение вопроса, как это случается в философском романе, так как вариант будущего, излагаемый автором, безусловен. Модель мира в утопии устремляется к единству, содержащим в себе, согласно формулировке, А. Гуревича: «осмысление отношения мира, земного к миру потустороннему и мира человеческого к миру природы, оценку рождения и смерти, разных возрастов человеческой жизни, место, которое занимают в жизни женщина и ребёнок, роль семьи, понимание личности, интерпретацию истории, права, собственности, богатства, бедности, труда, нравственные нормы, сексуальную жизнь» [4, с. 155].

Однако данная модель мира механистична, она не может изменяться во временном аспекте. Принцип мышления авторов рассматривается только во взаимоотношении к прошлому, если оценивается уровень социальной дисгармонии, пути выхода из кризиса доутопического социума. Возникают разнообразные условно-исторические мотивы: от архаического – спасение народа героем-благодетелем, как у Т. Мора и Д. Вераса («История севарамбов», 1679), до революционного (У. Моррис «Вести ниоткуда», 1891; А. Франс «На белом камне», 1904). Г. Морсон в статье «Границы жанра» отмечает: «Построенная в расчёте на неизменную сущность человеческой природы, утопия стремится быть вневременной, как её идеал справедливости» [9, с. 240].

Категория времени подменяется в ранней утопии категорией пространства. В повествованиях мореходов у Т. Мора, Т. Кампанеллы, Ф. Бэкона и других «идеальные пространства»: город, сад, остров находятся вне времени (ахрония) или в системе циклических координат, если понятие времени исключительно относительно, в том числе и в случае, если читателя отсылают к точным датам (Л. Мерсье «2440», 1770; Э. Беллами «Взгляд назад», 1888; А. Богданов «Красная звезда», 1908 и др.). Вдохновлённая идеей коллективизма утопия пренебрегает личностным фактором. Её рационалистичность выражается в незаинтересованности к чувственно-эмоциональной стороне жизни, которая в утопии сведена к отдельным психологическим реакциям (боязнь, удовольствие, отвращение и др.). На уровень страсти возведено желание воплощения идеала: «Оглядываясь назад, мы теперь видим, что великой двигательной силой революции было стремление к свободе равенству, близкое, если хотите, к нерассуждающей страсти влюблённого, к болезни сердца» [8, с. 166].

Каждое неутопическое устройство общества утописты видят как хаос, который необходимо гармонизировать путём коренной ломки всех структур. Коллективистская концепция приобретает черты мифа, а тот, «вырастая из прошлого, из многовекового коллективного опыта, переносит с помощью утопии этот преобразованный им и выкристаллизовавшийся в системе архетипов опыт в будущее» [2, с. 91]. Отталкиваясь от мифологических архетипов, утопия ориентирована уже на миф искусственный, процесс создания которого попытался проанализировать Ю. Давыдов в работе «Интеллектуальный роман и философское мифотворчество». Он говорит о такого рода мифе как о рациональным образом построенном на основе помещения фрагментов исторически исчерпанного мифологического сознания в систему «ценностных координат», произведённую в рамках одного из новей-

ших мировоззренческих течений. В таком случае мифу отводится роль эстетического «оформления» содержания, возникающего в системе новых идеологических установок XX века, когда в целом ряде стран утвердились авторитарные политические режимы. «Элементы мифосознания с его культом героя, мессионизмом и эсхатологией» [2, с. 77] основательно вошли в жизнь и культуру общества времён сталинизма, фашизма, торжества диктаторских режимов на Востоке и в Латинской Америке.

Список литературы

1. Аверинцев С. Историческая подвижность категории жанра: Опыт периодизации // Историческая поэтика: Итоги и перспективы изучения. М., 1986.
2. Баталов Э. В мире утопии. М., 1989.
3. Бэкон Ф. Новая Атлантида // Утопический роман XVI-XVII вв. Библиотека всемирной литературы; В 200 т. М., 1971. Т. 34
4. Гуревич А. Вопросы культуры в изучении исторической поэтики // Историческая поэтика: Итоги и перспективы изучения. М., 1986.
5. Долгина Е.С. Проблема формирования личности в рамках тоталитарного государства на примере антиутопического проекта «Мы» Е.И. Замятина // Дискуссия. 2016. № 10 (73).
6. Долгина Е.С. Проблемы культуры в русской литературной утопии XIX–XX веков: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. Нижневартовск, 2008.
7. Латынина Ю. В ожидании Золотого Века: от сказки к антиутопии // Октябрь. 1989. № 6.
8. Моррис У. Вести ниоткуда. М., 1962.
9. Морсон Г. Границы жанра // Утопия и утопическое мышление. М., 1991.
10. Мортон А. Английская утопия. М., 1956.
11. Патрахина Т.Н. Герменевтическая философия Г.Г. Шпета: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.03. Екатеринбург, 2005.
12. Платон. Государство // Платон. Сочинения. М., 1971.
13. Уэллс Г. Современная утопия. СПб., 1906.
14. Чаликова В. Предисловие // Утопия и антиутопическое мышление. М., 1991.
15. Эпштейн М. Парадоксы новизны: О литературном развитии XIX–XX веков. М., 1986.

УДК 821.161.1

Ш.А. Якупов
магистрант

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.В. Себелева
Нижневартовск, Нижневартровский государственный университет*

МОТИВ СОБЛАЗНА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ АЛЕКСАНДРА КУПРИНА

Аннотация. В статье рассматривается один из мотивов творчества А. Куприна. Мотив соблазна не широко распространен в отечественной литературе. Анализируется его значение и интерпретация в тексте повестей «Поединок» и «Звезда Соломона». Отдельное внимание автор статьи уделил взаимодействию мотива с образом маленького человека. Герой подвергается моральному испытанию, стоит перед нравственным выбором.

Ключевые слова: мотив; маленький человек; нравственный выбор.

Мотив – это компонент произведений, обладающий повышенной значимостью (семантической насыщенностью). Это второстепенная, дополнительная тема произведения (своеобразная микротема), задача которой дополнить или подчеркнуть основную. В литературоведении выделяют мотивы памяти, встречи, ухода, прощания, возвращения, разлуки, любви и нелюбви, соблазна и др.

В русской классической литературе мотив соблазна появляется во многих известных произведениях, например, в романах «Бесы», «Идиот», «Братья Карамазовы» Фёдора Михайловича Достоевского; в драме «Бесприданница» Александра Николаевича Островского; в романе «Мастер и Маргарита» Михаила Булгакова; в повестях «Поединок», «Звезда Соломона» Александра Куприна и др.

Александр Куприн один из немногих писателей, сумевший совместить в себе всё самое лучшее от своих предшественников и современников. В своих произведениях он затрагивает проблемы социального, политического, гуманистического характера. Все эти проблемы укладываются в тему маленького человека. Маленький человек Куприна отличается от общей галереи этих образов. Писатель вводит мотив соблазна, которому сопротивляются его персонажи. Рассмотрим это на примере двух повестей: «Поединок» (1905), «Звезда Соломона» (1917).

В данных произведениях Александр Куприн затрагивает непросто тему маленького человека и раскрывает всю несправедливость по отношению к нему, он использует мотив соблазна как способ разрешения внутренних и внешних противоречий в личной жизни героя.

В повести «Поединок» главный герой офицер Ромашов подвергается испытанию любовью. Он становится жертвой обстоятельств, полюбив жестокую женщину, подтолкнувшую героя к черте, за которой верная гибель, но отступить от которой герой не в праве.

Здесь мотив соблазна проявляется не только в любви, но и в желании героя обрести комфортную жизнь, но для этого герой должен пойти на сделку с совестью. Ромашов стоит перед нравственным выбором.

Второе проанализированное произведение автора – «Звезда Соломона».

Конструктивным элементом сюжета становится сказочный мотив исполнения желаний. Образ главного героя повести – Ивана Цвета развивает модель Ивана-дурака, оказавшегося удачливее своих умных собратьев. И здесь герой подвергается соблазну власти. Обретение власти над миром и судьбами людей в результате удачного разгадывания магического слова открывает перед Иваном Степановичем неограниченные возможности. Каждое его желание осуществляется со скоростью мысли, чуть ли не «по щучьему велению», как замечает один из героев повести.

Маленький человек обретает власть и могущество, не осознавая по первым впечатлениям ответственность за предоставленную возможность.

На скачках Иван Степанович знакомится с хозяином лошади, на которую он поставил крупную сумму денег, – Осипом Фёдоровичем Валдалаевым. Валдалаев не понимает, как на его лошадь можно ставить деньги, если она не имеет даже одного шанса на миллион, чтобы победить. На этой почве у них возникает конфликт и Валдалаев впадает в агрессию, ссорясь с Цветом. Агрессия персонажа говорит читателю о том, что победа этой лошади не может произойти просто так, без вмешательства нечистой силы, а также даёт предположение, что произойдёт какое-то не совсем хорошее событие. После победы Сатанеллы (говорящее имя) Валдалаев говорит Цвету: «Ваша удача от дьявола. Не завидую вам». Услышав эти слова, Иван Степанович сам начинает задумываться над тем, сколько ещё несчастий он принесёт окружающим людям. Финал произведения служит тому доказательством, а смерть случайного прохожего не оставляет равнодушным, скорее служит уроком, что подавшись соблазну властвовать, наступит момент принятия важного решения, а вслед за ним и ответственность за последствия.

Подводя итоги, можно сделать выводы, что мотив соблазна в произведениях Александра Куприна играет немаловажную роль. Писатель, используя данный прием, ставит еще одну проблему – проблему личного выбора. Эта проблема актуальна и для современного общества. Человек избегает соблазна пойти легким путем, совершив необдуманные поступки лишь обладая сильным духом и способностью мыслить самостоятельно.

УДК 94 (470)

Л.В. Алексеева

д-р ист. наук, профессор

Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ХОЗЯЙСТВА В ШАДРИНСКОМ УЕЗДЕ В ДОРЕВОЛЮЦИОННЫЙ ПЕРИОД

Аннотация. В статье на основе трудов отечественных историков рассматриваются некоторые аспекты экономического развития Шадринского уезда Пермской губернии в дореволюционный период. Автор подчеркивает высокий уровень экономического развития региона и крестьянских хозяйств, в частности, отмечает положительную динамику, значение сельского хозяйства для обеспечения городского населения страны продуктами, сырьем и изделиями.

Ключевые слова: уезд; губерния; сельское хозяйство; животноводство; торговля; государственные крестьяне.

Шадринский уезд был образован 27 января 1781 года в составе Екатеринбургской области Пермского наместничества. Затем в связи с новым административным делением, уезд вошел в состав Пермской губернии, образованной 12 декабря 1796 года [11]. Пермская губерния делилась на две части: приуральские и зауральские уезды. Зауральская часть в свою очередь делилась на два района: промышленный (два уезда) и сельскохозяйственный (куда относилось три уезда) [5, с. 50]. Одним из развитых сельскохозяйственных уездов и являлся Шадринский.

В досоветский период к вопросу развития сельского хозяйства проявляли познавательный интерес образованные люди, в том числе и из представителей земства. Их работы носили преимущественно статистико-экономический и публицистический характер. В числе первых обобщающих работ стал труд Н.С. Попова, посвященный хозяйственному описанию Пермской губернии, опубликованный в 1811-1813 гг. В нем обобщался достаточно богатый фактографический материал по различным сферам социальной жизни, в том числе экономике (в первую очередь – сельское хозяйство) и культуре [12].

Первой же специальной работой, посвященной вопросам экономического состояния Шадринского уезда стал труд краеведа А.Н. Зырянова (моего земляка). Александр Никифорович Зырянов род. 28 августа 1830 г. в с. Верхний Яр Далматовской волости, Шадринского уезда в семье государственных крестьян. Рано остался без отца. Учился всего несколько месяцев в Далматовском духовном училище, и всю жизнь занимался самообразованием, став весьма известным публицистом. Умер 16 ноября 1884 г. [10, с. 5]. В 60-х гг. XIX в. в «Трудах императорского Вольного Экономического общества» и «Пермских губернских ведомостях» была опубликована его работа «Промыслы в Шадринском уезде» [3], где весьма подробно описывалась хозяйственная жизнь. В целом, говоря о работах досоветского периода, стоит подчеркнуть, что в них был осуществлен первичный исторический анализ процессов развития крестьянского хозяйства Пермской губернии и Шадринского уезда в том числе, заложены фактографические основы для дальнейшего изучения.

Значительный вклад в изучение крестьянского хозяйства и экономики Зауралья внесли работы историков советского периода. Специальное исследование, посвященное жизни государственных крестьян – это канд. дис. Г.В. Ярового [18]. В 1969 г. вышла в свет книга А.А. Кондрашенкова «Крестьяне Зауралья в XVII–XVIII вв. Экономика и положение крестьян». Главное внимание в работе уделялось развитию мелкой промышленности в деревне. Среди специальных работ советского периода – это статьи В.В. Прусса о сельском хозяйстве Шадринского уезда [14; 15]. Некоторые сведения о южно-зауральском крестьянстве содержатся и в обобщающих изданиях 1960-х гг.: «Очерках истории Курганской области» и «300 лет Кургану».

Новый этап в развитии изучения истории Южного Зауралья начался в 1990-х гг. Подъем краеведческого движения был во многом связан с исследовательской деятельностью курганских историков. Этот процесс нашел выражение в появлении значительного числа научных работ по истории Южного Зауралья, в которых получили отражение вопросы истории крестьянства [4]. Заслуживает внимания монография В.В. Пундани «Государственная деревня Урала и Западной Сибири во второй половине XVIII – первой половине XIX вв.». Он также изучал вопросы бедности и богатства крестьян Зауралья, в них представлены сведения и о крестьянах Шадринского уезда [15; 16]. Среди работ постсоветского периода, следует выделить и труды Г.Г. Павлуцких, изучавшего хозяйственную и культурную жизнь крестьян Шадринского уезда в рамках обобщающих работ, выполненных им по истории региона [9]. В работах М.Ф. Ершова представлены различные сюжеты по истории края, в некоторых из них содержатся сведения о Шадринском уезде [2]. Нельзя не отметить вышедшую недавно работу молодого исследователя С.А. Пьянкова, посвященную крестьянскому хозяйству Пермской губернии, где представлены статистические сведения о крестьянских хозяйствах Шадринского уезда [17].

Природные условия уезда благоприятствовали хлебопашеству и разведению скота. По данным на конец XIX в. земли уезда принадлежали следующим категориям населения.

Таблица

Распределение земельных ресурсов в Шадринском уезде в XIX в.

	Крестьяне	Частные собственники	Казна	Различные учреждения	Итого
Надел	13 021,67 км ² (1 191 871 десятина)	63,15 км ² (5 780 десятин)	4 074,70 км ² (372 957 десятин)	91,59 км ² (8 383 десятины)	17 251,11 км ² (1 578 991 десятина)

Пашня почти вся принадлежала крестьянам, большая часть лесов – казне. Главнейшие культуры в уезде хлеба – яровая пшеница и овёс, затем озимая и яровая рожь; в среднем собиралось пшеницы около 163,8 тыс. тонн (10 млн. пудов), овса — свыше 81,9 тыс. т. (5 млн. пудов), ржи — до 16,4 тыс. т. (1 млн. пудов). Избыток хлеба частью перерабатывался на винокуренном заводе в Шадринске, но большей частью вывозился за пределы уезда.

Хорошо было развито животноводство в уезде. В 1899 г. лошадей имелось 154 057, крупного рогатого скота 1 215 101 голов, овец 1 319 825, коз 22 368, свиней 220 015. Жители приозерных селений занимались рыболовством.

Стимулом в развитии сельскохозяйственного производства и ремёсел являлась торговля. Традиционно крестьяне продавали на рынке хлеб разных видов, солод, горох, различные крупы, кожи мелкого и крупного скота, овчины, сырое сало, масло, мясо, домашнюю птицу, лошадей (выездных и рабочих), свежую и соленую рыбу, шкуры пушных зверей, холст, серые сукна, сермяги, пеньку, веревки, посуду, рогожи, циновки, мед, ягоды, орехи, дрова и многое другое [16, с. 20]. Главными потребителями этой продукции были растущее городское население Шадринска. Существовал также и рынок рабочей силы, особенно он активизировался в неурожайные годы, или из-за падежа животных. Характерным явлением стало появление крестьян-скупщиков. Они приобретали товар, а затем его перепродавали по более выгодной цене. Крестьяне заключали подряды в одиночку или группами с заводчиками на поставку строевого леса (сосна), смолы, дегтя, пеньки, сена, сала для свеч, продуктов кустарного производства, и, конечно же, хлеба. Накопленные таким образом средства зачастую позволяли хозяину открыть промысел.

На рынке крестьяне приобретали преимущественно товары фабричного производства: мануфактурные мягкие и металлические изделия (полосовое железо, металлические сошники к сохам и зубья к боронам, косы, серпы, пилы, топоры, скобели, струги, долота, буравы, шилья, ножи, железные крюки, самовары, колокольчики, оружие (дробовики, пистолеты, винтовки), железные ловушки (капканы) для зверей, таганы); ткани, швейные изделия и инструменты для шитья (обувь, шляпы, одежда, тонкое и толстое сукно, мерлушковый мех, шелковые и хлопчатобумажные шали, ситец, тканые одеяла, вязальные и швейные иглы, ножницы). Спросом пользовались и предметы роскоши (карманные и стенные часы, серебряные ложки, рюмки, стаканы, серьги, кольца, цепочки). Крестьяне покупали табак, мыло, соль, сахар, свинец, кубовую краску, зеркала, лубочные картинки, вино, фабричную одежду, книги [16, с. 27]. Понятно, что предметы роскоши могли позволить себе лишь представители зажиточной части крестьян. Что касается менее обеспеченных крестьян, то все необходимое для жизни производилось ими своими руками: орудия труда, предметы быта, одежда, обувь, посуда. Эти крестьяне могли позволить купить только соль, сахар, некоторые металлические изделия, железо.

Торговля в уезде благодаря большому объёму производимых сельхозпродуктов очень хорошо развивалась, особенно ярмарочная. Еще с 1792 года в Шадринске действовала летом Петровская ярмарка, а осенью – Михайловская, чуть позже открылась и Афанасьевская ярмарка. При этом в уезде было большое количество торжков, лавок и базаров. Самой известной была Крестовско-Ивановская ярмарка в селе Ивановском (в 27 верстах от города Шадринска), на которую в 1900 году привезено было товаров (меха, чай, мануфактура и др.) на сумму 3 712 000 руб., а продано товаров на 3 209 000 руб. Таким образом ее оборот составил почти 7 млн рублей, огромная по тем временам сумма. Во время Крестовско-Ивановской ярмарки открывались отделения Государственного, Волжско-Камского, Сибирского и Тюменского коммерческих банков. Довольно бойкие ярмарки бывали и в заштатном городе Далматове (46 км от г. Шадринска). Крестьяне уезда на этих ярмарках продавали сукна до одного миллиона аршин и до трёх миллионов аршин холста в год. В селе Маслянском тоже открывалась ярмарка три раза в год, а в Песчано-Таволжанском селе были определены базарные дни и трёхдневная Введенская осенняя ярмарка, на которую охотно с товарами приезжали казахи, бухарцы. В селе Красномылье постоянно действовали 22 лавки. И так было в каждой волости и в крупном селе [6]. В Сибири, куда шли в основном промышленные товары умельцев Шадринского уезда, высоко ценили канашиные полушубки, борчатки, дохи. А иванищевские пряники доходили по сибирской торговой линии до Иркутска. Ольховскими пимами и унтами торговали в Якутске. А ермаковские гребни не имели конкуренции во всей азиатской части России. Макаровские и батуринские кружева с успехом расходились по промышленному Уралу [6].

Каждое село в уезде имело своё «лицо», свой характер, свои особые жизненные интересы. А всех их объединяло одно стремление: в столь благодатном крае жить можно лучше. Предки наши были предприимчивы, трудолюбивы, с живинкой в деле. Не случайно Шадринск в те времена был административно-хозяйственным, торговым и культурным центром Зауралья. Здесь уместно напомнить, что в советской литературе, десятилетиями формировалось представление о том, что жизнь крестьян до революции 1917 г. была беспросветной, и только при советской власти крестьяне обрели свободу и благополучие. Это утверждение разбивается об исторические источники, повествующие о достаточно высоком уровне жизни, самодостаточности подавляющего большинства крестьян Шадринского уезда и наличии в их среде лишь 10% бедняков.

М.М. Громько, в специальном труде, посвященном культурной жизни крестьян, писала о советском периоде историографии так: «Укреплялось ложное представление, что «темный», «невежественный», «забитый» крестьянин был пассивен и бесконечно скован в своих действиях. А если он и был активен, то это был «кулак», с которым позже и разделались. Чем больше было сложностей в жизни современной деревни, тем важнее, по-видимому, было доказать, как плохо все было в старину. При этом неувязки бросались в глаза многим. Дети слушали рассказы стариков и видели в них совсем не то, о чем говорилось в учебнике. Исследователи видели в архивных документах иную действительность, чем в своих собственных теоретических экскурсах. Но говорить об этом было невозможно» [1, с. 3]. С этим замечанием выдающегося историка трудно не согласиться. Действительно, еще более убедительны воспоминания старшего поколения, с представителями которых удалось побеседовать, слушая их рассказы о прежней жизни. Так, моя бабушка Анастасия Михайловна, 1912 г.р. (семья была раскулачена в 1930 г.), как-то заметила: «Разве мы живем. Мы существуем. Вот раньше мы жили...». Эти слова были произнесены ею где-то в 1970-х гг.

Развитие хозяйства в Шадринском уезде в дореволюционный период показывает, что крестьяне государственной деревни не только обеспечивали государство сельхозпродукцией, но и развивали собственное крестьянское хозяйство, увеличивали производство, улучшали свое экономическое положение, что требовало трудового участия всей семьи, именно в тяжелом крестьянском труде формировалась личность, закладывались ее нравственные основы – в этом и были, вероятно, секреты воспитания наших предков, формирования сибирского характера, который не раз выручал, когда становилось особенно трудно.

Список литературы

1. Громько М.М. Мир русской деревни. М.: «Молодая гвардия», 1991.
2. Ершов М.Ф. Шадринская слобода в 1682–1712 гг. // История Курганской области (города Южного Зауралья в досоветский период). Курган, 1997. Т. 3.
3. Зырянов А.Н. Промыслы в Шадринском уезде Пермской губернии / сост. С.Б. Борисов. Шадринск, 1997.

4. История Курганской области (с древнейших времен до 1861 г.). Том 1. Курганский гос. пед. ин-т. Курган, 1995. 370 с.; История Курганской области (города Южного Зауралья в досоветский период). Том 3. Курганский госуниверситет. Курган, 1997.
5. Колбин К.К. Восточная часть Пермского Зауралья как особый регион (к проблеме исторической регионалистики Урала в XIX в. // Зырянские чтения: Материалы межрегиональной науч.-практ. конф. (Курган, 14-15 декабря 2004 г.). Курган, 2004.
6. Малая родина. URL: <http://plekhanovskiy.narod.ru/mesta.html> (дата обращения: 17.08.2017).
7. Менщиков В.В. Русская колонизация Зауралья в XVII–XVIII вв.: общее и особенное в региональном развитии: автореф. дис. ... д-ра. ист. наук. Курган, 2004.
8. Павлуцких Г.Г. К вопросу о феодальной и капиталистической составляющих крестьянского землевладения в Зауралье // Зырянские чтения: материалы межрегион. науч.-практ. конф. (Курган, 18–19 декабря 2003 г.) Курган, 2003.
9. Павлуцких Г.Г. Южное Зауралье в конце XVIII – первой половине XIX в.: автореф. дис. ... канд. ист. наук. Челябинск, 1994.
10. Пашков А.А. Краевед, просветитель, писатель // Зырянские чтения: материалы всерос. науч.-практ. конф. (Курган, 9-10 декабря 2010 г.). Курган, 2010.
11. Пермская губерния. URL: <http://enc.permculture.ru/showObject.do?object=1803687216> (дата обращения: 30.08.2017).
12. Попов Н.С. Хозяйственное описание Пермской губернии по гражданскому и естественному ее состоянию в отношении к земледелию, многочисленным рудным заводам, промышленности и домоводству. Ч. 1. СПб., 1811; Ч. 2, 3. СПб., 1813.
13. Прусс В.В. О специфических формах и степени расслоения крестьянства Южного Зауралья // Вопросы аграрной истории Урала и Западной Сибири. Свердловск, 1966.
14. Прусс В.В. Сельское хозяйство Шадринского уезда во второй половине XIX–XX вв. // Ученые записки Курганского гос. пед. ин-та. 1962. Вып. 4.
15. Пундани В.В. О богатстве и бедности Сибирских крестьян (первая половина XIX в.) // Зажиточное крестьянство России в исторической ретроспективе: Материалы XXVII сессии Симпозиума по аграрной истории Восточной Европы. Вологда, 2001.
16. Пундани В.В. Связи государственных крестьян Урала и Западной Сибири с рынком во второй половине XVIII – первой половине XIX в. // Вопросы аграрной истории Урала и Зауралья (XVII–XX вв.). Свердловск, 1990.
17. Пьянков С.А. Крестьянское хозяйство Пермской губернии в конце XIX – начале XX века. Екатеринбург: РИО УрО РАН, 2014.
18. Яровой Г.В. Государственные крестьяне Пермской губернии (1807–1860): дис. ... канд. ист. наук. Свердловск, 1961.

УДК 908

В.В. Борисова

канд. ист. наук, доцент

Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет

ФЕЛЬДШЕРСКО-АКУШЕРСКИЕ ПУНКТЫ МЕГИОНСКОГО ПРИОБЬЯ В 1950–1960-х гг.

Аннотация. В статье анализируется состояние здравоохранения на территории Мегионского Приобья до начала активного нефтяного освоения края. Рассматривается профессиональный состав работников фельдшерско-акушерских пунктов, условия их работы, должностные обязанности, уровень заработной платы и т.д. Отдельное внимание автор статьи уделил вопросам организации быта фельдшеров и акушерок.

Ключевые слова: фельдшерско-акушерский пункт; средний медицинский персонал; Мегионское Приобье; здравоохранение.

На территории Мегионского Приобья в 1950-х – 1960-х гг. располагались следующие населённые пункты: д. Мегион (с 1961 г. село, с 1964 г. рабочий посёлок), д. Лекрысово, пос. Мега (исключён из учётных данных административно-территориального деления 5 ноября 1965 г. [2. Л. 15]), д. Мысо-

вая Мега, п. Баграс (образован в 1960 г., исключён из учётных данных административно-территориального деления как утративший своё значение 24 января 1968 г.).

Историю здравоохранения Мегионского Приобья принято начинать с 1964 года, когда в Мегионе появилась первая участковая больница. Однако ещё до приезда в рабочий посёлок первого врача (Наталья Яковлевна Цибизова) медицинскую помощь население получало у среднего медицинского персонала – фельдшеров, в местных фельдшерско-акушерских пунктах (далее – ФАП). Штат сотрудников такого пункта в 1950-е гг., как правило, состоял из одного фельдшера, в обязанность которого входило не только оказывать медицинскую помощь обратившимся, но и регулярно посещать места рыбной ловли, животноводческую ферму, рабочие бригады колхозников для проведения лекций и бесед по медицинской тематике. Участвовать в общественной жизни населённого пункта. Строго следить за санитарным состоянием посёлков и деревень, особенно питьевых источников. Проводить прививки против брюшного тифа и дизентерии и т.д.

Сеть медицинских учреждений в районе в этот период состояла из одной районной больницы на 25 коек, трёх участковых больниц на 20 коек и 20 фельдшерско-акушерских пунктов (далее – ФАП), рассчитанных на 16 коек. Весь штат медицинских сотрудников района состоял из 5 врачей, 45 фельдшеров-акушеров, 12 медсестёр и 39 санитарок. При этом в двух участковых больницах отсутствовали врачи. Население обслуживал только средний медицинский персонал [1. Л. 71].

Кузницей кадров медицинских работников среднего звена для Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого округов являлась открытая в 1934 году в г. Ханты-Мансийске фельдшерско-акушерская школа (далее – ФАШ). Именно её выпускники попадали по распределению в медицинские пункты Ларьякского района.

Архивные документы сохранили биографии некоторых из них.

Змановский Николай Александрович родился в 1933 году в д. Скрипуново Самаровского района Ханты-Мансийского национального округа Тюменской области в семье крестьян середняков занимающихся рыбной ловлей. В 1934 г., когда Николаю Александровичу исполнился 1 год семья была раскулачена и отправлена на спецпоселение в с. Нялино Самаровского района, всего за 12 км. от сельсовета. Здесь Николай Александрович учился в семилетней школе. После её окончания в 1948 г. поступил в Ханты-Мансийскую фельдшерско-акушерскую школу. Освоив трёх годичный полный курс, получил специальность фельдшера. После вручения диплома был направлен в Колёк-Еганский Красный чум. Проработав там фельдшером менее года, был переведён в п. Мега, где и работал в течение 1952 года [7. Л. 3, 8].

Чекунов Виктор Сергеевич родился в 1934 г. в с. Ханты-Мансийске Самаровского района Тюменской области в крестьянской семье. В 1950 г., после окончания семилетней школы, подал заявление в ФАШ на первый курс фельдшерского отделения. После окончания учёбы в 1953 году был направлен в Ларьякский райздравотдел, а от туда распределён в д. Лекрысово [8. Л. 7].

Кацука Клавдия Ильинична родилась в 1933 г. в г. Нижний Тагил Свердловской области. Родители работали на заводе Уралвагонстрой. В 1942 г. отца призвали в ряды Красной армии и семья была вынуждена переехать к бабушке в посёлок Малый Исток Свердловской области. После окончания семилетней школы в 1949 г. поступила на первый курс Тюменской фельдшерско-акушерской школы. На следующий год родители переехали в г. Ханты-Мансийск и Клавдии Ильиничне пришлось перевестись на второй курс Ханты-Мансийской ФАШ, которую она окончила в 1952 г. с дипломом фельдшера. С 1953 г. в разное время работала фельдшером в д. Мегион, д. Мысовая Мега и п. Мега [7. Л. 6, 22].

Также в разные годы середины XX века в населённых пунктах Мегионского Приобья трудились в должности фельдшера Куклин К.С., Толстун С.А., Кунгурова А. и др.

Стоит отметить, что в момент прибытия на рабочее место большинству новоиспечённых фельдшеров было всего по 19 лет. С момента окончания ФАШ они работали самостоятельно без оказания практической помощи со стороны более квалифицированных медицинских работников. Ситуацию усугубляло отсутствие элементарных условий жизни и труда. Медпункты находились в приспособленных ветхих помещениях. Плохо было налажено коммунальное обслуживание населения. Так в д. Мегион и д. Мысовая Мега вплоть до 1953 г. не имелось колхозных бань, в результате чего жители не имели возможности регулярно мыться, процветал педикулёз [6. Л. 9].

С медицинскими работниками заключался трудовой договор на 36 месяцев с возможностью пролонгации. В соответствии с Указом Президиума Верховного Совета СССР от 1 августа 1945 г. «О льготах для лиц работающих в условиях Крайнего Севера» работникам предоставлялись следующие льготы: надбавка в размере 10% к основному должностному окладу; получение от предприятия жилого помещения; возмещение предприятием фактических расходов связанных с обратным проездом

работника и членов его семьи если работник по истечении срока трудового договора не возобновляет его действие и изъявляет желание выехать в другую местность [7. Л. 81].

Открытие нефти весной 1961 г. в местечке Баграс стало новым этапом в развитии всего Среднего Приобья. Тюменский областной Совет депутатов трудящихся 23 октября 1961 года принял решение об образовании Мегионского сельского совета путём выделения из состава Нижневартовского сельского совета.

Население села стало стремительно расти. Если на 1 января 1961 г. в Мегионе проживал 281 человек [3. Л. 3], то на 1 января 1963 уже 933 [9. Л. 16].

В связи с увеличением населения штат сотрудников ФАП Мегиона был расширен. Появилась ставка акушерки и двух санитарок. По прежнему по одному фельдшеру было в д. Мысовая Мега и д. Лекрысово [4. Л. 3]. Оклад медицинских работников был одним из самых высоких в селе. Так в 1963 г. акушерка зарабатывала 75 руб. в месяц, фельдшер 81 руб. (в Лекрысово 72 руб.), санитарка 42 руб. Разница между окладом санитарки и председателя С/с составляла 3 руб. в пользу последнего. Заведующий сельским клубом получал на 1 рубль меньше санитарки. Самая большая статья расходов в бюджете Мегионского сельского совета на 1963 г. была посвящена содержанию трёх ФАП (4890 руб. из 11330 руб. всего бюджета сельского совета [12. Л. 2, 12].

При этом исключительно тяжёлое положение складывалось с обеспечением медицинских работников жилыми квартирами. В виду этого исполком Мегионского сельсовета принял решение построить деревянный рубленый двухквартирный жилой дом с печным отоплением для работников Мегионского ФАП «за счёт средств самообложения и перевыполнения доходной части бюджета сельского совета» [11. Л. 6]. Ответственность за строительство была возложена на заведующего Мегионским ФАП Бабич Виталия Константиновича.

Дом был построен с небольшим опозданием к осени 1963 года (начало строительства – апрель 1963 г.). Полезная площадь составила 60 м² (размер 10*6 м., высота 3 м.) с капитальной внутренней стеной и тамбуром. В строительстве дома участвовало три бригады плотников: Алеев А.С., Бизин П.П., Нелюбин А., во главе с бригадиром Ахминеевым Аскарком; Грибов С.С., Кирса Я.С., Никитин П.А., во главе с бригадиром Седовым Л.С. и Трифанов А.П., Чокарев С.В., Коробов А.К., Кирсанов Н.С. Стоимость работ составила 2000 руб. [13. Л. 4, 4 об, 5, 6].

С начала 1960-х гг. на заседаниях исполкома сельского совета регулярно поднимались вопросы о мерах по улучшению медицинского обслуживания населения. Работники ФАП подвергались жёсткой критике со стороны депутатов. В обязанности медицинских работников, по мнению жителей народа, помимо оказания медицинской помощи, входило:

1. Медицинский осмотр пищеблоков. Заведующий школой Качушкин И.А. отмечал, что «...наши медики не обращают никакого внимания на плохо выпекаемый хлеб и не предъявляют требований к пекарям». Его поддерживал депутат Винокуров В.Н., заявлявший что «хлеб совершенно не пригоден для употребления в пищу, однако его пускают в продажу» [10. Л. 21, 21 об].

2. Медицинский осмотр детских учреждений. В вину медикам вменялась и большая скученность детей в школе, влияющая на учёбу и здоровье.

3. Предлагалось обратить внимание на питьевые источники. Население пользовалось водой из общих прорубей, где поился и скот, при этом вода была настолько загрязнена, что теряла свой обычный цвет. Свою роль в этом сыграла и животноводческая ферма, оказавшаяся в самом центре разросшегося посёлка. Нечистоты от неё растекались во все стороны. Школа для обеспечения учащихся водой пользовалась озером, которое одновременно являлось и свалкой. Вода в нём не являлась чистой.

4. Немедленного вмешательства медицинских работников требовало, по мнению депутата Пермитина Я.И., и санитарное состояние Мегиона и других населённых пунктов совета. Он указывал, что обычным явлением стало наличие строительного мусора, навоза и других нечистот не только возле индивидуальных жилых домов, но и в районах расположения общественных и культурных зданий. При чём, «на все эти недостатки медицинские работники не обращают никакого внимания» [11. Л. 4].

5. Отсутствие санитарного просвещения населения, распространение литературы, лекций, бесед, встреч с коллективами трудящихся, по мнению депутатов привело к тому, что «хаос, антисанитарию можно встретить везде и даже возле медучреждения. Помойные, выгребные ямы до нельзя захожены ... однако это медиков не интересует» [10. Л. 22].

По всей видимости, в течение 1963 г. были ликвидированы ФАП в п. Лекрысово и п. Мысовая Мега из-за малого количества жителей. В 1963 году таковых в общей сложности насчитывалось 114 человек [9. Л. 16]. Одновременно создавались медицинские пункты нефтеразведочной экспедиции в

п. Баграс и Ермаки. Однако это только внесло неразбериху в систему медицинского обслуживания населения. Отмечались случаи, когда некоторым пациентам – работникам экспедиции в ФАП отказывали в выдаче больничных листов, а фельдшер медицинского пункта экспедиции такие листы выдавала, не считаясь с тем, что эти работник не потеряли свою работоспособность.

Таким образом, в 1963 г. населенные пункты Мегионского сельсовета, насчитывающего в общей сложности 1235 человек, обслуживали 4 работника со средним медицинским образованием. При этом мегионские фельдшеры Бабич В.К. и Жильцова обязаны были обслуживать посёлки Лекрысово и Мысовая Мега. Очевидно, что при таком соотношении медиков и населения невозможно было полноценно, качественно и в срок справиться со всеми возникающими проблемами, которые, при этом, не всегда зависели напрямую и только от указанных лиц. К примеру, из-за отсутствия транспорта в период весенне-осенней распутицы невозможно было добраться до Нижневартовской больницы, а в виду отсутствия специализированного медицинского помещения в населённых пунктах сельского совета женщины были вынуждены рожать в балках, совершенно не пригодных для этих целей.

Всё чаще и чаще на общих собраниях граждан, на заседаниях исполкома сельского совета звучали требования о создании в Мегионе врачебного участка, расширении штата медицинского персонала, строительстве помещения для больницы. В итоге в апреле 1963 г. было принято решение просить исполком районного совета открыть в с. Мегион врачебный участок. Однако просьба не была удовлетворена. Главный врач Нижневартовской районной больницы В.М. Сабанов заявил что «...в ближайшее время у вас врача не будет, но районная больница примет меры по периодической посылке в Мегион своих работников» [10. Л. 22].

Таким образом, в 1950-х – 1960-х гг. здравоохранение Мегионского Приобья переживало трудный период становления. Не развитая инфраструктура, суровые климатические условия, периферийное положение, удалённость от основных промышленных и культурных центров делало край мало привлекательным для специалистов медицинского профиля. В результате для региона была характерна частая смена кадров, низкое качество оказания медицинских услуг и слабая материальная база медицинских пунктов.

Список литературы

1. Архивный отдел Администрации г. Нижневартовска. Ф. 1. Оп. 1. Д. 52.
2. Архивный отдел Администрации г. Нижневартовска. Ф. 1. Оп. 1. Д. 91.
3. Архивный отдел Администрации г. Нижневартовска Ф. 9. Оп. 1. Д. 49.
4. Архивный отдел Администрации г. Нижневартовска Ф. 12. Оп. 1. Д. 5.
5. Архивный отдел Администрации г. Нижневартовска Ф. 12. Оп. 1. Д. 6.
6. Архивный отдел Администрации г. Нижневартовска Ф. 33. Оп. 1. Д. 53.
7. Архивный отдел Администрации г. Нижневартовска. Ф. 33. Оп. 2. Д. 91.
8. Архивный отдел Администрации г. Нижневартовска. Ф. 33. Оп. 2. Д. 128.
9. Архивный отдел управления делами администрации г. Мегиона. Ф. 2. Оп. 1. Д. 4.
10. Архивный отдел управления делами администрации г. Мегиона. Ф. 2. Оп. 1. Д. 6.
11. Архивный отдел управления делами администрации г. Мегиона. Ф. 2. Оп. 1. Д. 7.
12. Архивный отдел управления делами администрации г. Мегиона. Ф. 2. Оп. 1. Д. 10.
13. Архивный отдел управления делами администрации г. Мегиона. Ф. 2. Оп. 1. Д. 12.

ЛАРЬЯКСКАЯ ШКОЛА В ПЕРВОЕ ПОСЛЕВОЕННОЕ ДЕСЯТИЛЕТИЕ (1945–1957 гг.)

Аннотация. В статье на основе преимущественно новых архивных источников рассматривается прошлое Ларьякской школы в первое послевоенное десятилетие. Приведены сведения о количестве учащихся, о выполнении всеобуча, о педагогическом коллективе.

Ключевые слова: Ларьякская школа; всеобуч; учителя; учебный план; тарификационный список; учащиеся.

Изучение истории образовательных учреждений не теряет своей актуальности. О прошлом Ларьякской школы не создано специальных работ. Нет полного исследования, которое помогло бы проследить развитие районной школы на различных этапах ее становления, в частности в первое послевоенное десятилетие.

История образования в регионе в указанный период рассмотрена в трудах Л.В. Алексеевой, Н.С. Казаковой (Салимовой), Д.В. Кирилюка, Е.Г. Чумак и др. По истории образования в Ларьякском районе имеются исследования М.М. Ишбаева, Л.В. Алексеевой, однако, многие страницы истории школы еще не известны исследователям.

Послевоенные годы были весьма трудными в жизни населения СССР, и Ларьякский район не являлся исключением. Ларьякская средняя школа являлась школой районного уровня, то есть базовой для всего районного учительства. Главной задачей школы являлось выполнение всеобуча – то есть обучение всех учащихся в возрасте 8 лет и старше и получение ими основного среднего образования (7 классов). Однако, как показали наши исследования, не все дети посещали школу, особенно из числа коренных народов севера, а также дети калмыков. Согласно отчету школы за 1946/1947 гг. (Форма ОШ – 3) можно выявить количественные данные по всеобучу (см. табл. 1).

Таблица 1

Охват обучением в Ларьякской школе в 1946/1947 учебный год [З. Л. 48]

	1-4 классы	5–7 классы	Всего
Количество учащихся	165	48	213
Выбывших	32	5	37
Прибывших	2	1	3
Оставлено учащихся на второй год	29	5	34
Переведено в следующий класс или окончило школу	113	29	142

Как следует из данных таблицы, контингент учащихся на конец учебного года составил 213 человек, большая часть детей учились в начальных классах (165 из 213), а в средних классах только 48 человек.

В 1947/1948 учебному году в Ларьякскую школу в 5-й класс поступило учиться 12 детей ханты, из них в 6-м классе обучались 4 человека, окончило учебный год 2, а в 7-й класс уже не пришел ни один [5, с. 48]. Согласно данным отчета за 1954/1955 – 1955/1956 учебные годы (Форма ОШ – 1) охват обучением в Ларьякской школе был следующим (см. табл. 2).

Таблица 2

Контингент учащихся Ларьякской школы в 1954/1955 – 1955/1956 учебных годах [З. Л. 48; 2. Л. 3-4]

	1954 / 1955			1955 / 1956		
	1–4 классы	5–7 классы	Всего	1–4 классы	5–7 классы	Всего
Количество учащихся	101	103	204	110	110	220
Мальчиков	57	53	110	59	54	113
Девочек	44	50	94	51	56	107
Оставлено учащихся на второй год	15	15	30	8	15	23

Приведенные сведения показывают, что наблюдалось сокращение числа учащихся 1–4 классов и рост охвата обучением учащихся 5–7 классов по сравнению с 1946/1947 учебным годом. Общая же численность учащихся была примерно на одном уровне. Существенной проблемой послевоенного десятилетия являлось плохое материальное положение школ. И в числе первостепенных вопросов являлось оснащение учебниками. Особенно это касалось учебников для детей ханты. В школах района имелись только учебники на хантыйском языке для 1 и 2 классов, которые были непонятны учащимся по той причине, что были написаны на другом диалекте. В 3 классе учащиеся по плану национальной школы переходили на учебники, написанные на русском языке. И здесь большую роль играл уровень владения русским языком (проще говоря, понимал ханты русскую речь или нет). Соотношение годовых часов по русскому языку для русских школ и для школ Крайнего севера было следующим (см. табл. 3).

Таблица 3

Учебный план по русскому языку для русских и национальных школ [5, с. 32]

Учебные планы	Количество годовых часов по русскому языку		
	1 класс	2 класс	Всего
Для русских школ	392	392	784
Для школ Крайнего севера	52	272	324

Указанное количество часов русского языка в национальной школе особенно в первом классе не позволяло подготовить детей к продолжению обучения на русском языке. Они не могли усвоить содержание материала рассчитанного на ученика третьего класса русской школы. Дети ханты испытывали большие трудности в обучении, и все это не слишком способствовало получению образования. Об этом неоднократно ставился вопрос Ларьякским РК партии. Например, 30 января 1957 года Ларьякский РК КПСС докладывал в Ханты – Мансийский окружном комитете партии: «Грамматика ваховского диалекта совершенно не разработана. Создать же букварь для ваховских ханты без научной разработки грамматики представляется затруднительным» [5, с. 31]. В 1946/1947 учебном году в школе работало всего 5 учителей, владеющих разговорным языком ханты без знания грамматики. Из 5 выпускников Тобольского педагогического института, направленных в Ларьякский район в 1956 году, только двое знали язык ханты: Н.П. Тархова и А.К. Прасина [5, с. 31].

Следующий важный вопрос положения школы – это ее педагогический коллектив, его квалификация. О кадрах учителей Ларьякской школы позволяют получить информацию тарификационные списки учителей. В тарификационный список учителей на 1946/1947 учебный год были включены 10 педагогов. Директором школы являлась Раиса Гавриловна Сидорова, выпускница Тобольского учительского института. Директор преподавала историю, биологию, химию, Конституцию СССР. В педагогическом коллективе школы среднее специальное образование имели 7 учителей, высшее – ни одного. В школе было всего двое учителей-мужчин: Павел Карпович Ситников – завуч, возраст – 33 года, преподавал алгебру, геометрию, физику и Леонид Михайлович Бабинов – учитель физподготовки, 28 лет, с образованием 7 классов [1, с. 47]. В 1951/1952 учебном году количество учителей составило 21 человек. Директором являлся Алексей Иванович Кузнецов, выпускник Мурманского государственного педагогического института им. Н.К. Крупской; завучем работал Алексей Александрович Куртакаев, окончивший Московский университет. В педагогическом коллективе среднее специальное образование уже имели абсолютно все учителя [4. Л. 142].

Таким образом, изучение документов Архивного отдела администрации г. Нижневартовска по истории Ларьякской школы послевоенного периода позволило на данном этапе выявить тенденцию увеличения числа учащихся в школе (но всеобщее равно не выполнялось), повышения профессионального уровня учителей. Вместе с тем, очевидно, что попытка Министерства просвещения РСФСР организовать обучение на языке ханты была ошибочной, т.к. в школе не было ни учителей, знающих ваховский диалект, ни учебников, написанных на этом языке.

Список литературы

1. Алексеева Л.В. Учительские кадры Ларьякского района в 1946–1947 гг. // Материалы Всероссийских Менделеевских чтений (15-17 ноября 1999 г.). Тобольск: Издательство Тобольского государственного педагогического института, 1999. С. 47.
2. Архивный отдел администрации г. Нижневартовска. Ф. Р-29. Оп. 1. Д. 24.
3. Архивный отдел администрации г. Нижневартовска. Ф. Р-29. Оп. 1. Д. 3.
4. Архивный отдел администрации г. Нижневартовска. Ф. Р-29. Оп. 1. Д. 5.
5. Ишбаев М.М. Выход в свет: становление культурно-просветительской работы в Ларьякском районе: монография. Нижневартовск: НВГУ, 2015. Ч. 2. 268 с.

ОТРАЖЕНИЕ ВОПРОСОВ СОВЕТИЗАЦИИ НА СЕВЕРЕ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В ТРУДАХ В.А. ЗИБАРЕВА И М.Е. БУДАРИНА

Аннотация. Статья посвящена некоторым проблемам осуществления советизации в Ханты-Мансийском национальном округе, рассматриваемых в трудах историков советского периода. Обращаясь к анализу работ известных североведов, автор предпринимает попытку выявить поднимаемые В.А. Зибаревым и М.Е. Будариним проблемы советских преобразований в крае.

Ключевые слова: советизация; управление; проблема; власть; север; округ; национально-государственное строительство.

В современной историографии имеются труды, в которых с иных методологических позиций и на основе новых источников рассматриваются процессы национально-государственного строительства в северных районах Сибири. В этой связи их авторы обращаются к изучению советского исторического наследия. Следовательно, научная актуальность имеет место быть, особенно, когда речь идет о выявлении имевшихся проблем в процессе советизации, формировании систем органов партийной, советской власти.

Хронологический период 1917-1930-х гг. в отечественных исследованиях по истории Северо-Западной Сибири являлся в числе приоритетных в среде советских историков. Этому можно найти ряд объяснений. Крайность (в смысле удаленности от основных социально-экономических и культурных центров страны) региона, его национальный состав, масштаб предпринимавшихся преобразований в тот период – все это делало его изучение привлекательным для исследователей. Как подчеркивал Е.И. Гололобов, на первом плане в исследованиях по истории Обь-Иртышского Севера были борьба за установление советской власти и строительство социализма в регионе (М.Е. Бударин, В.А. Зибарев, Л.Е. Киселев, Г.А. Мазуренко и др.) [5, с. 6–7].

Территориальная специфика выразилась в активном изучении предпосылок социалистического развития малых народностей Севера, их переходе от первобытно-общинного либо феодального строя к социализму, минуя капиталистическую стадию развития. Поэтому проблема перехода отсталых народов к социализму, минуя капитализм, являлась, по мнению некоторых авторов, важнейшей проблемой и актуальнейшей задачей революционного обновления мира [7]. По мнению В.А. Зибарева тема национального государственного строительства была изучена недостаточно по причине неполной ее разработанности применительно к советской истории народностей Севера в целом.

К началу 1950-х годов относятся работы М.Е. Бударина [3], в которых представлены данные по вопросам советского строительства, проведенным советской властью преобразованиям, которые оценивались им как одно из выдающихся достижений в продвижении народов Севера к социализму [1, с. 7-9]. М.Е. Бударин являлся приверженцем марксистско-ленинского подхода, что неудивительно в тех исторических условиях, соответственно работы по истории Обского Севера разрабатывались им в данном контексте, в то же время, Бударин М.Е. большое внимание уделял классовому расслоению среди малых народов, подчеркивая наличие жестокого угнетения в среде соплеменников [2, с. 112–113], с чем не был согласен В.А. Зибарев, писавший: «Вряд ли можно согласиться с утверждением о классовом расслоении среди малых народов и жестоким угнетении в их среде соплеменников. По отношению к народам Севера допустимо признание имущественной, а не классовой дифференциации, эксплуатация же бедных богатыми, отношения зависимости и подчинения отнюдь не составляли основу их общественных отношений, не имели всеобщего распространения, ограничивались и смягчались первобытнообщинным коллективизмом, традиционным правосознанием» [6, с. 14].

Появление в 1958 году работы В.А. Зибарева, посвященной советизации на Севере РСФСР, стало во многом точкой отсчета нового этапа в изучении советского и национального строительства у северных народов. Монографическое исследование В.А. Зибарева «Советское строительство у малых

народностей Севера (1917-32 гг.)» было посвящено проблеме возникновения у народностей Севера советской национальной социалистической государственности. В работе освещалось создание, укрепление и деятельность временных органов советской власти, реформа традиционного суда, национально-территориальное районирование, образование национальных округов и районов. Цель его исследования состояла в том, чтобы выяснить, как и в силу каких причин возникла социалистическая государственность у народностей, находившихся на стадии перехода от первобытнообщинных отношений к классовым, установить особенности этого процесса, его итоги и значение. По мнению В.А. Зибарева возможность некапиталистического развития была теоретически доказана классиками марксизма-ленинизма и практически осуществлена в СССР, что многие народы пришли к социализму, перешагнув через одну или несколько предшествующих ступеней. Вместе с тем, он подчеркивал, что переход к социализму, минуя капитализм, его формы, средств и результаты, имел определенное практическое значение для коммунистического строительства в СССР, особенно для народов, совершивших этот переход [7].

В.А. Зибарев считал, что Октябрьская социалистическая революция – главное событие XX века, коренным образом изменившие ход развития человечества. Он придерживался мнения, что именно революция спасла народы Севера от вымирания, освободила от национального угнетения и эксплуатации, открыла перспективу ускоренного общественного прогресса. Поэтому победа революции – основной, решающий фактор, обусловивший возможность перехода народов Севера к социализму [8]. По мнению В.А. Зибарева переход к социализму народностей Севера не был чем-то искусственным и навязанным им извне. Он явился закономерным результатом развития их в условиях диктатуры пролетариата. Таким образом, В.А. Зибарев пытался выявить закономерность перехода коренных народов к социализму.

М.Е. Бударин и В.А. Зибарев были приверженцами марксистско-ленинского подхода, при этом Бударин М.Е. считал, что малые народы Севера подвергались жестокому угнетению до революции 1917 г., а В.А. Зибарев напротив считал, что переход к социализму народностей Севера не был навязанным извне, а был закономерностью.

В исследованиях 1950-х гг. охватывались различные аспекты советских преобразований, однако достижения указанного периода явно преувеличивались, не освещались трудности и противоречия, а порой и драмы. Например, серьезным испытанием для коренного населения Обского Севера стала коллективизация. В ходе ее, как и по всей стране нарушался принцип добровольности, зажиточные аборигены подверглись репрессиям как враги нового строя. Малые народы Севера оказались в сложной правовой ситуации, местные власти были буквально одержимы поисками классовых врагов, обостряя противоречия, существовавшие в регионе. Все это не могло не вызвать сопротивления со стороны коренных жителей Севера. Иногда дело доходило до массовых выступлений против насильственных мер со стороны властей.

Таким образом, по сути, указанные оценки советских историков относительно протекавших в 1920-30-х гг. преобразований, сводилось к следующему: был совершен исторический переход от патриархального (традиционного) общества к социализму. Фактографический материал, подобранный исследователями, создавал впечатление, что регион был отсталым с социально-экономической точки зрения (отсутствие развитой промышленности, рабочего класса, транспортной инфраструктуры), тем более что на этот счет имелось зафиксированное авторитетное мнение: «Посмотрите на карту РСФСР. К северу от Вологды и к северу от Томска идут необъятнейшие пространства, на которых уместились бы десятки громадных культурных государств. И на всех этих пространствах царит патриархальщина, полудикость и самая настоящая дикость» [8, с. 6–7].

С точки зрения модернизационной теории, здесь был совершен переход к индустриальному обществу. Благодаря созданной новой системе органов советской власти, ее приоритетам, север Западной Сибири стал превращаться в один из районов СССР, где были созданы национальные округа, общественное хозяйство и предоставлены возможности народам Севера перейти (с точки зрения советских реформаторов) к более прогрессивной форме общественного устройства.

Список литературы

1. Алексеева Л.В. Ямало-Ненецкий автономный округ в первое десятилетие своей истории (декабрь 1930 г. – июнь 1941 г.). Нижневарттовск: Изд-во Нижневарттовского гуманитарного университета, 2011.
2. Бударин М.Е. Путь малых народов крайнего Севера к коммунизму. Омск, 1968.
3. Бударин М.Е. Возрождение малых народов Севера // Советская этнография. 1950. № 2.
4. Бударин М.Е. Прошлое и настоящее народов Северо-Западной Сибири. Омск, 1952.

5. Гололобов Е.И. Человек и природа на Обь-Иртышском Севере (1917 – 1930). Исторические корни современных экологических проблем. Ханты-Мансийск, 2009.
6. Зибарев В.А. Великий Октябрь и народы Севера. Томск: Изд-во Томского университета, 1982.
7. Зибарев В.А. Советское строительство у малых народностей Севера (1917-1932 гг.). Томск: Изд-во Томского университета, 1968.
8. Зибарев В.А., Родионов А.И. Великий Октябрь и народы Севера. Томск: Изд-во Томского университета, 1982.

УДК 930.22

А.О. Кисленко

студент

*Научный руководитель – д-р ист. наук, профессор Я.Г. Солодкин
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

РАЗРЯДНЫЕ КНИГИ КАК ИСТОЧНИК ПО ИСТОРИИ РУССКО-КРЫМСКИХ ОТНОШЕНИЙ В 1618–1632 гг.

Аннотация. В работе рассматриваются ранее почти не привлекавшиеся историками разрядные записи как источник по истории отношений между Московским государством и Крымским ханством в 1618–1632 гг., в частности, сведения о военных столкновениях России с Крымом. Исследуются также факторы, влиявшие на развитие двусторонних отношений, – численность служилых людей в «польских городах» и расположение сторож в южнорусских уездах.

Ключевые слова: разрядные книги; Московское государство; Крымское ханство; «польские» города.

Одним из наиболее важных источников по истории русско-крымских отношений XVI–XVII вв. являются разрядные книги.

В.И. Буганов считал, что в эти книги официального происхождения вносились сведения «о службах феодалов на гражданском и военном поприще» [2, с. 206].

Ученик В.И. Буганова Ю.В. Анхимюк, однако, пришел к выводу о частном характере разрядных записей.

Рассматривая (что ранее в историографии не делалось) разрядные книги в контексте отношений между Россией и Крымским ханством в конце 1610-х – начале 1630-х гг., следует, прежде всего, обратить внимание на военные столкновения, которых, по заключению А.А. Новосельского, было значительно меньше, чем в годы Смуты. За 1618–1632 гг. (до начала Смоленской войны) в разрядных книгах упоминается лишь одно такое столкновение – в 1622 г. Согласно «разрядам», тогда крымские татары совершили три небольших набега – 23 мая, 25 мая и 3 июня. 23 мая нападению подвергся район Данкова и Епифани, 25 мая – деревня Кожухово, а 3 июня – село Долгое под Дедиловым. По словам составителя «разрядов», татары «въ те два дни (23 и 25 мая. – А.К.) навоеався и полонъ многой поймавъ, пошли назадъ» [5. Т. 1, с. 855]. В качестве причины постигшей русских неудачи названа оплошность воевод: «и та война отъ татар делаетца воеводцкою оплошкою и нераденьеъ непромысломъ» [5. Т. 1, с. 857], – подчеркивается в документе. Первые вести про татар «объявились Маія въ 25-й день, а воеводы сошлись Маія въ 26-й день на вечеръ, два дня спустя... а были въ войне во многих местехъ немногіе люди (крымцы. – А.К.), а воеводы надъ ними никакова поиску не умели учинити, только православныхъ крестьянь выдали въ полон поганцомъ» [5. Т. 1, с. 855]. Во время набега 3 июня воевода Дедилова «на нихъ не смель выдти, а послалъ голову съ сотнями и самъ пошоль, какъ татарова навоеався, пошли назадъ» [5. Т. 1, с. 855]. Здесь разрядный приказный усматривает две причины: «воеводское нераденье» и то, что «для посуловъ («посыльные люди» – А.К.) ратных людей поотпускали, и имъ ходити не съ кемъ» [5. Т. 1, с. 855]. Следом был послан Илья Вельяминов для выяснения причин провала обороны «крымской крайны» [5. Т. 1, с. 855–857].

В разрядных записях за 1622 год содержится немало конкретных данных о крымских набегах: указано, под какими городами татары воевали, названы причины успехов или неудач русских, говорится об обороне деревень, расположенных рядом с Данковым, Епифанью, Дедиловым. Однако далее таких подробных сведений о набегах крымцев вплоть до начала Смоленской войны не приводится. Конечно, это можно объяснить тем, что впоследствии не совершалось набегов, тем более что еще А.А. Новосельский назвал период 1618 – 1632 гг. «затишьем» в нападениях крымцев [7, с. 150]. Однако ученый все же обратил внимание на то, что такие набеги не прекратились вовсе. Так, Н.А. Поповым были опубликованы отписки белгородского воеводы о посылке в Москву татарских пленников с приложением их расспросных речей, «расспрос» их в столице за 1626 г. и более поздняя отписка об отсылке в Москву татар, взятых «на бою», с приложением их расспросных речей, «расспрос» татар в Москве [1, с. 202-203]. Особенно следует выделить относящуюся к 1629 г. отписку воронежского воеводы «по поводу челобитья Воронежцевъ объ отпуске ихъ на Донъ для выкупа изъ плена родныхъ – о дозволеніи отпускать ихъ», в которой сказано, что родственники многих служилых и жилецких людей взяты в плен в прошлые годы «и въ нынешнем 137 (1628/29. – А.К.) (Отписка была получена в Разряде 17 апреля 1629 г.) [1, с. 246].

По наблюдениям А.А. Новосельского, в течение 1625 г. татарские отряды, насчитывавшие 150–200–300–500 человек, неоднократно и во многих местах появлялись на юге России со стороны Изюмского и Калмиусского шляхов, Лебедяни, Данкова, Рязька и Темникова [7, с. 154]. В середине мая 1627 г. отряд численностью до 1000 человек, отделившись от направлявшего в Литву татарского войска, изменил свой маршрут вследствие «большой воды» в реках, и двинулся на Русь [7, с. 155].

Таким образом, можно констатировать, что о некоторых русско-крымских военных столкновениях в разрядных книгах умалчивается – или по причине утраты ряда записей, или потому, что сведениями о татарских нападениях составители «разрядов» не располагали.

Одним из факторов, влиявших на обороноспособность южных рубежей (и указанным в интересующих нас документах), является состояние станиц и сторож на южных рубежах Московского государства. В «разрядах» имеется роспись этих станиц и сторож, составленная в 1623 г., – спустя год после зафиксированного в разрядных книгах нападения крымских татар. Вероятно, роспись была подготовлена как ответная мера для предотвращения набегов. Недаром данная роспись помещена в «разрядах» вне основного текста: « Книга 131-го (1622/23 – А.К.) году, а въ ней писаны Государя Царя и Великого Князя Михаила Федоровича всеа Русіи грамоты о станицахъ, какъ по Государеву Цареву и Великого Князя Михаила Федоровича всеа Русіи указу велено изъ городовъ послать съ весны Марта съ 25-го числа съ Благовещеньева дни станицы и сторожей на сторожи смесные и не намесные ко урочищемъ...» [5. Т. 1, с. 941] (По данной публикации разрядной записи В.П. Загоровский привел росписи воронежских сторож [3, с. 130–132]). Согласно «разрядам», на южных рубежах было выставлено несколько сторож для защиты от Речи Посполитой и Крымского ханства. В частности, сторожи располагались недалеко от основных дорог, по которым обычно проходили крымцы, – Изюмского и Муравского шляхов.

Видный исследователь истории Черноземного центра нашей страны В.П. Загоровский неоднократно обращавшийся к разрядным книгам, почерпнул оттуда сведения о численности служилых людей в Воронеже за 1626 г., а также социально-экономическом положении различных категорий служилых людей [4, с. 24–30]. В.П. Загоровским этот источник привлечен и для определения расположения станиц и сторож не только Воронежа, но и других городов Поля [4, с. 61–63].

Еще один из факторов двусторонних отношений, нашедший отражение в разрядных книгах, – это численность служилых людей в «польских городах». За 14 лет, предшествовавших Смоленской войне, «в разрядах» по всем «польским» городам были приведены точные данные о количестве служилых людей, что позволяет выявить динамику роста или сокращения численности гарнизона. Численность служилых людей в городах «Поля» на основании «разрядов» приведена нами в таблицах (В скобках указана численность служилых людей по разрядным записям, которая подчас неточна в арифметических подсчетах):

	1618	1619	1625	1626
Воронеж	871 (771)	1051	959 (960)	1059
Ливны	1040 (940)	541	616	766
Елец	1001 (801)	1081 (1082)	1161	1561
Оскол	1385 (1585)	553	693	892
Лебедянь	335	-	344	374 (384)
Курск	1210	1242	1080	952

Белгород	799	965	768 (770)	838 (774)
Валуйки	624	538	478	722
ВСЕГО:	7265 (7065)	5971 (5972)	6099 (6102)	7164 (7110)

	1627	1628	1629	1630	1631	1632
Воронеж	1130	1096	1117	1013	1111	1015
Ливны	706	766 (706)	1419	1490	1556	922
Елец	1381 (1281)	1411 (1311)	1494	1703	1675 (1683)	843
Оскол	653	693	677 (681)	700 (699)	692	934
Лебединь	354	374	473	469 (381)	504 (505)	342
Курск	1202 (1163)	1202 (1163)	1575	1395 (1417)	1410 (1414)	1113 (1114)
Белгород	858 (862)	858 (862)	841	885 (886)	327 (922)	747
Валуйки	722 (823)	722 (723)	637	671 (672)	674 (604)	545
ВСЕГО:	7006 (6972)	7122 (6928)	8233 (8237)	8326 (8261)	7949 (8487)	6461 (6462)

Как видно, численность служилых людей в городах «Поля» варьировалась от 500 (а в случае с Лебединью – и того меньше) до 1700–1800 человек. Такого их количества было достаточно для обороны от небольших отрядов крымцев, совершавших набеги в 1618–1632 гг., но для защиты от масштабного вторжения, которое предприняло Крымское ханство в 1632 г., служилых оказалось явно недостаточно.

Стало быть, разрядные записи являются ценным и вполне надежным источником, благодаря которому мы можем проследить состояние отношений между Московским государством и Крымским ханством, а также определить факторы, влиявшие на состояние этих отношений, – порядок сторожевой службы и численность служилых людей в «польских» городах России.

Список литературы

1. Акты Московского государства, изданные императорской Академией наук. СПб., 1890. Т. 1.
2. Буганов В.И. Разрядные книги как источник истории пограничной обороны Русского государства в конце XV – первой трети XVII в. // Источниковедение отечественной истории. М.: «Наука», 1980. С. 206–219.
3. Воронежский край с древнейших времен до конца XVII века: Документы и материалы по истории края / сост. и автор поясн. текста В.П. Загоровский. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1976. 192 с.
4. Загоровский В.П. Белгородская черта. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1969. 304 с.
5. Книги разрядные, по официальным оных спискам, изданные с Высочайшего Соизволения II-м Отделением Собственной Его Императорского Величества Канцелярии. СПб., 1853. Т. 1.
6. Книги разрядные, по официальным оных спискам, изданные с Высочайшего Соизволения II-м Отделением Собственной Его Императорского Величества Канцелярии. СПб., 1855. Т. 2.
7. Новосельский А.А. Борьба Московского государства с татарами в первой половине XVII в. М.: Изд-во АН СССР, 1948. 447 с.

УДК 908.1

В.А. Книжников

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент О.П. Цысь
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

О ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТА В ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В 1950–1970-е гг.

Аннотация. В статье разбираются мероприятия по подготовке речников Западной Сибири с 1950-х до начала 1980-х гг., большую роль в которых играл процесс образования местных образовательных учреждений. Рассматриваются итоги их деятельности к концу 1970-гг. до начала 1980-х гг.

Ключевые слова: речной транспорт; речные техникумы; речные училища; кадровый вопрос; пароходство; Западная Сибирь.

Открытие залежей газа и нефти в 1950-х гг. стало началом новой эпохи в истории края. Экономическое развитие страны требовало сырьевых, материальных и денежных ресурсов. Предполагаемые размеры открытых месторождений Ханты-Мансийского автономного округа были многообещающими. Однако, в связи с отсутствием в округе развитой авто- и железнодорожной сети, освоение нефтегазовых богатств Западной Сибири в 1960–1980 гг. потребовало резкого увеличения объёмов речных перевозок. Крайне необходима была железная дорога Тюмень-Сургут, но пока шли изыскательские работы на трассе будущей магистрали следовало использовать мощности речного транспорта.

Например, приём 10 тыс. тонн (т.) грузов вблизи будущего г. Нижневартовска в 1964 г. значительно превышал возможности местного хозяйства, которое даже три года спустя насчитывало лишь 3 теплохода, 1 подъёмный кран и 1 лошадь [9, с. 59–60]. Грузооборот Иртышского пароходства непрерывно возрастал. В 1964 г. в нефтегазовые районы было доставлено 453 тыс. т., в 1965 г. 851 тыс. т., за 1966–1970-е гг. уже 9,2 млн. т. различных грузов и оборудования, в том числе в Заполярье – 1,2 млн. т. [7, с. 96–170].

Во всём Обь-Иртышском бассейне непрерывно увеличивалась потребность в судах. Только за 1964-1970 гг. за счет переброски Северным морским путём и судостроения в самом бассейне, флот Иртышского пароходства пополнился 760 единицами современных судов, 130 порталными кранами. Всего же к 1971 г. в решении задачи транспортного обеспечения топливно-промышленного комплекса Западной Сибири участвовало около 6000 судов, принадлежавших 35 министерствам и ведомствам [11, с. 29]. Впоследствии с 1971 по 1980 гг. пришло пополнение ещё из 810 судов [6, с. 163–179].

Увеличение числа транспортных средств требовало обеспечения их экипажами, а водные предприятия – обслуживающими кадрами. Однако, в восточных районах РСФСР было мало училищ с соответствующими специальностями, вследствие чего дефицит кадров на востоке ощущался гораздо острее. Например, в Иртышском пароходстве капитанов со среднетехническим образованием насчитывалось 41%, а механиков 13,3% [5, с. 98]. Начать исправлять сложившееся положение следовало с расширения сети учебных заведений и создания системы повышения квалификации.

К 1956 г. в стране действовало 11 речных училищ и 7 техникумов, направленных на подготовку речников [5, с. 97]. Крупнейшим учебным заведением в Западной Сибири было Омское речное училище (основано как школа в 1920 г.), отличавшееся высоким уровнем практической подготовки учащихся. Летняя практика проводилась в реальных условиях на судах пароходства, чьи экипажи полностью состояли из обучающихся [9, с. 124]. Это учебное заведение долгое время было основным поставщиком квалифицированных кадров на речные предприятия Западной Сибири, особенно в районы среднего и нижнего течений Оби и Иртыша. Заочный факультет этого училища и в 1976 г. оставался главным поставщиком кадров с высшим образованием для Иртышского пароходства [11, с. 60].

В ходе эвакуации предприятий в 1943 г. в Сибирском крае был открыт Новосибирский речной техникум (с 1956 г. речное училище).

В 1951 г. был создан Новосибирский институт инженеров водного транспорта. В нём подготавливались кадры по четырём специальностям: гидротехнической, механической, судоводительной и эксплуатационной. В него были переведены из Томска студенты факультета водного транспорта [5, с. 39].

Штаты речных предприятий делились главным образом на две основные части: плавсостав и производственный (береговой) состав. Первый, помимо капитанов и помощников, был представлен экипажами судов. Второй, помимо администрации, включал в себя сотрудников для укомплектования портов и районных управлений.

Существовавшие направления подготовки обеспечивали водное хозяйство специалистами всех профессий. Эксплуатационная специальность выпускала инженеров коммерческого отдела (занимались заключением договоров), диспетчеров, а также экономистов и плановиков. Гидротехническая включала в себя подготовку специалистов по проектированию, строительству и эксплуатации водных сооружений (в том числе и речных портов), а также проведению дноуглубительных работ. Выпускники направлялись в технические отделы на предприятиях. С механической специальности выходили механики разных направлений, слесари, сварщики, инженеры-механизаторы (занимались уменьшением доли ручного труда на производстве) и т. д. Судоводители были представлены капитанами, штурманами и рулевыми.

Основная масса низкоквалифицированных рабочих обучалась в школах ФЗУ (фабрично-заводского ученичества) и ремесленных училищах, которые были созданы ещё в 1921–1941 гг. на ба-

зе самих водных предприятий, в процессе восстановления хозяйства после Гражданской войны [13, с. 127]. Впоследствии, в 1940 г. они реформируются в школы ФЗО (фабрично-заводского обучения), а с 1959–1963 гг. в ПТУ (профессионально-технические училища).

По мнению В.А. Кудрина и В.Ф. Саратова к 1959 г. по сравнению с довоенным периодом количество специалистов речного флота, имевших среднее и высшее образование, выросло в 3 раза. Из них инженеров и техников с высшим образованием по всему Советскому Союзу было подготовлено соответственно 8100 и 20300 человек [5, с. 97]. Также в речной отрасли появились новые профессии: механизаторов погрузочных работ, рабочих по обслуживанию автоматических знаков судоходной обстановки, радисты, судовые электрики и др. Таким образом, в 1950-е гг. в речном хозяйстве СССР наметились тенденции к росту технической оснащённости и сокращению доли низкоквалифицированных рабочих. Но и при этих условиях в стране сохранялся дефицит квалифицированных кадров, особенно в бассейнах Сибири и Дальнего Востока.

Однако, вследствие открытия в 1950-1960-х гг. нефте- и газоносных месторождений специалистов понадобилось в намного большем количестве, чем ранее.

Поэтому происходит расширение сети техникумов и училищ по подготовке водников. К 1969 г. в стране работало 23 речных училища (из которых 4 располагались в Западной Сибири) и техникума, а также 3 института (один из которых Новосибирский) [5, с. 232]. Помимо основания новых учебных заведений, расширялись старые. Например, в 1959 г. в Тобольске был создан филиал Новосибирского института инженеров водного транспорта, а в 1967 г. аналогичное учебное заведение в Томске.

Несмотря на то, что Омское и Новосибирское речные училища ежегодно готовили около 400 техников-судоводителей и электромехаников, а в 1971-1972 гг. в техникумах и вузах Западной Сибири обучалось 143 и 51 человек соответственно, это не покрывало потребности речного транспорта в квалифицированных специалистах. Кроме того, по словам К.А. Чуркина, в 1970-е гг. резко сократился прирост трудовых ресурсов в стране вследствие чего «практически исчез вольный наём, как форма пополнения кадров речников» [11, с. 74]. Одним из способов решения этой проблемы стало привлечение рабочих-практиков из училищ. Их процент в 1970-х гг. был довольно высок: в Иртышском пароходстве в 1975 г. – 37,6%, а среди руководителей в 1971 г. – 27,6% [11, с. 58].

В Тюменской области профильные учебные заведения по подготовке специалистов для речного флота появились в 1964 г., когда в областном центре было открыто речное профессионально-техническое училище № 14 на базе Тюменского судоремонтного завода. Первоначально оно располагалось в деревянном здании, имело всего 6 аудиторий [3, с. 8–10]. Первому директору Тимофею Митрофановичу Григорченко пришлось потратить немало сил, чтобы получить проект и техническую документацию на новое здание для училища. В 1970 г. был совершён переезд в новый корпус. В разные годы в училище обучалось более 500 человек, на специальностях: судоводителей, радистов, сварщиков, матросов, рулевых-мотористов, поваров и др. [3, с. 24].

Выпускники западносибирских речных училищ основным потоком шли на работу в водные ведомства Обь-Иртышского бассейна, там, где они были наиболее востребованы, либо же посылались на восток страны.

В июне 1967 г. Совет Министров принял постановление «О совершении системы повышения квалификации руководящих работников и специалистов промышленности, строительства, транспорта, связи и торговли». Во всех учебных институтах речного транспорта были созданы факультеты повышения квалификации руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, а в большей части речных училищ и техникумов – курсы повышения квалификации для командного состава флота. В год по всей стране повышали свою квалификацию до 2,5 тыс. работников [5, с. 232].

В переподготовке кадров большую роль играло заочное обучение в речных училищах, а также краткосрочные курсы, организованные на предприятиях силами рабочих коллективов. Например, с 1982 г. по 1983 г. в Обь-Иртышском пароходстве путём индивидуально-бригадного ученичества и на курсах рядового состава было обучено 2225 сотрудников [2, с. 87].

В связи с необходимостью механизировать наиболее трудоёмкие работы, большую проблему представляло отсутствие среднего образования у многих рабочих. Решение этой задачи взяли на контроль партийные организации, которые на предприятиях разработали перспективные планы обучения молодых рабочих, не имеющих среднего образования. С 1971 г. по 1975 г. в Иртышском пароходстве количество обучающихся в школах рабочей молодёжи выросло с 172 до 462 человек [11, с. 57].

Кроме того, на местах, по согласованию с руководством Новосибирского института водного транспорта и речных училищ, стали создаваться учебно-консультационные пункты (иногда со слов ветеранов труда можно встретить упоминание о школах буровых кадров) для подготовки рабочих. Обучающиеся выезжали в Омск и Новосибирск только для сдачи экзаменов. Организовывались так-

же школы командного состава (ШКС), где готовили стропальщиков, приёмосдатчиков и рулевых мотористов. В 1982-1983 учебном году, в Обь-Иртышском пароходстве, в школах командного состава обучалось 413 человек [2, с. 87].

Определённую роль играла переброска специалистов из других речных бассейнов страны: Казахстана, Украины, Поволжья, Пермского края, однако потребности в кадрах с высшим образованием не были удовлетворены [11, с. 58; 12, с. 390].

Постепенно принятые меры начали приносить результаты. В 1971 г. на флоте работало 1420 инженеров и техников, а также 2194 человек комсостава. К 1980 г. их число возросло до 2233 и 3040 человек соответственно, т. е. в 1,54 и 1,36 раза. В 1980 г. через факультеты и курсы повышения квалификации в Иртышском пароходстве проходило 1300-1400 человек [11, с. 61–62]. Изменения были не только количественные, но и качественные. С 1971 г. по 1975 г. количество руководителей с высшим и средним образованием в Иртышском пароходстве выросло с 62% до 82%. Однако стоит отметить, что в этот период, с 1974 г. по 1977 г., проходило общее сокращение работников аппарата управления (в Иртышском пароходстве на 9,7%) [11, с. 32–40]. Кроме того, сокращалась доля рабочих-практиков из училищ: в 1977 г. – 31,5 %, т. е. на 6,1 % за два года [11, с. 58].

Таким образом, можно сказать, что к 1980 г. задача по обеспечению речного транспорта квалифицированными специалистами была по большей части достигнута. Однако, создававшиеся рабочие коллективы не имели резервного состава, особенно это касалось экипажей судов [2, с. 59]. Также нерешённым оставался вопрос о закреплении набранных кадров, т.к. отсутствие жилья и организация соцкультбыта были одним из наиболее болезненных вопросов.

Список литературы

1. Воспоминания Савельева П.К. Запись вел: Книжников В.А., март 2015 г. 6 с.
2. Доклад о выполнении плана эксплуатационной работы за 1983 год // Архив музея «Царская пристань». Тюмень, 1983. 96 с.
3. Здесь вырастают капитаны: 50 лет – Тюменскому колледжу водного транспорта. Тюмень, 2014. 192 с.
4. Коммунистическая партия Советского Союза в резолюциях и решениях съездов, конференций и Пленумов ЦК (1898–1988) / ред. А.Г. Егоров, К.М. Боголюбов. 9-е изд., доп. и испр. в 16 тт. М., 1986. Т. 9: 1956-1960. 574 с.
5. Курдин В.А., Саратов В.Ф. Речной транспорт в 1946-1985 годах / под ред. М.Н. Чеботарева. М.: Транспорт, 1987. 544 с.
6. Министр речного флота: к 100-летию со дня рождения Сергея Андреевича Кучкина / Н.Г. Смирнов и др. М.: По Волге, 2010. 239 с.
7. Они были первыми / ред.-сост. Ю. Переплёткин. Тюмень: Издательство «Эпоха», 2014. 208 с.
8. Плановые показатели эксплуатационной деятельности ОИРПА на навигацию 1983 г. // Архив музея «Царская пристань». Тюмень. 30 с.
9. Прищепа А.И. История Сургута второй половины XX века. Сургут: Диорит, 2005. 256 с.
10. Стась И.Н. Феномен нефтяного города Западной Сибири // Российская нефть: история и современность: сборник статей всероссийской научной конференции (г. Сургут, 27 ноября 2015). Курган: ООО «Курганский дом печати», 2016. 634 с.
11. Чуркин К.А. Руководство партийных организаций Западной Сибири развитием речного транспорта в период девятой и десятой пятилеток (1971–1980 гг.). М., 1984. 157 с.
12. Хайрулина Л.А. Капитан «Нижевартовского речного порта» Г.Л. Ложников // Западная Сибирь: история и современность: краеведческие записки / отв. ред. Я.Г. Солодкин; сост. Ю.Г. Бочкова. Нижневартовск: МБУ «БИС», 2015. Вып. 13. С. 388–395.
13. Харлова Е.В. Речной транспорт Западной Сибири в 1921-1941 гг.: дис. ... канд. ист. наук. Тюмень, 2012. 200 с.

Приложение 1

Подготовка кадров массовых профессий и комсостава для флота, портов и районных управлений на предприятиях Обь-Иртышского пароходства в 1982–1983 уч. г. [2, с. 87]

№	Профессии	Количество подготовленных кадров
1.	Рулевые мотористы	629
2.	Судовых поваров	183
3.	Проводников-кассиров	45
4.	Судовых кочегаров	75
5.	Радистов	30
6.	Шкиперов рейда	18
7.	Всего рабочих плавсостава	980
8.	Крановщиков	274

9.	Водителей-погрузчиков	36
10.	Приемосдатчиков	70
11.	Сменных электромехаников	62
12.	Электросварщиков	68
13.	Стропалей	180
14.	Прочих	40
15.	<i>Всего рабочих производственного состава</i>	<i>730</i>

УДК 93/94

К.Б. Корженевский

аспирант

*Научный руководитель – д-р ист. наук, профессор В.В. Цысь
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

О ВЛИЯНИИ НАРОДНОГО ВОЛЕИЗЪЯВЛЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ГРАНИЦЫ КАЗАХСКОЙ АССР С СИБИРЬЮ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ 1920-х гг.

Аннотация. В статье рассматривается участие гражданского населения в процессе национально-территориального разграничения Казахской автономии с сибирскими губерниями РСФСР. Исследуется влияние волеизъявления граждан на формирование границы, а также степень учета мнения жителей пограничных селений сибирскими и казахскими властями в вопросах разграничения.

Ключевые слова: разграничение; волеизъявление народа; Казахская АССР; Сибревком; Омская губерния; Семипалатинская губерния; Бухтарминский уезд; Коростелевская степь.

Казахский народ был одним из первых этносов в Средней Азии, который с окончательным установлением Советской власти в 1920 г. получил право образовать свою автономную республику. Казахская АССР была образована 26 августа 1920 г., согласно постановлению ВЦИК и СНК [16]. В новый субъект РСФСР вошли территории, в степных пределах проживания кочевого народа. Однако, после провозглашения Казахской республики, предстояло выполнить огромную работу по формированию административно-территориальной границы Казахской АССР.

В зависимости от изменения общественно-политической ситуации в советском государстве при разграничении между Казахской автономией и сопредельными территориями РСФСР, учитывались национально-политические и географические факторы, учет волеизъявления граждан, экономический и естественноисторический аспекты [18, с. 16]. При этом наиболее значимую роль в процессе разграничения сыграла национальная политика большевиков, направленная на объединение казахского народа. Однако стоит отметить, что для большевиков, провозглашение курса на создание как Казахской, так и других республик было вынужденной мерой [14, с. 125].

Формирование границы Казахской республики с сибирскими губерниями РСФСР проходило по территории Акмолинской, Семипалатинской, Омской и Алтайской губерний. При разграничении Казахской автономии с прилегающими районами Омской губернии на первых этапах определенная роль отводилась волеизъявлению народов, проживавших на территории Юга Западной Сибири и казахской степи. Организовывались собрания жителей селений, на которых обсуждались вопросы изменения границ. В процессе проведения работ по разграничению на местах, также привлекалось местное население, по большей части в качестве экспертов, знающих местность. Однако, все же, учет волеизъявления граждан был поверхностным, зачастую в ущерб мнения населения принимались противоположные решения, основанные на экономических составляющих и национальной политики Советов.

Если говорить об установлении границы между Казахстаном и Алтайской губернией, то именно волеизъявление населения было основным принципом, на котором изначально строилась политика по разграничению [18, с. 18]. Однако данная тенденция была временной, в период с 1917 г. до образования Казахской автономии. В дальнейшем процесс изменения границ подчинялся уже задачам большой политики Советского Союза, вследствие чего фактор волеизъявления населения отошел на второй план.

Ходатайства об изменении пограничной линии поступали как от русского населения, так и от казахов. При этом мотивы тех граждан, кто хотел перейти в Казахскую АССР исходили из принципа объединения казахского народа. А вот в отношении тех жителей пограничных селений, кто хотел вернуться обратно, из Казахской республики в Сибирь, можно говорить, что ходатайства поступали от представителей обоих народов, и аргументация была различной: экономические обоснования, целесообразность управления территорией из центра, находящегося в Сибири, возвращение русского и обрусевшего казахского населения в Омскую или Алтайскую губернии и т.д.

Первые вопросы относительно разграничения казахских и сибирских территорий на Алтае возникли задолго до образования автономии. Еще в 1917 г., при определении границ Алтайской губернии, была обозначена необходимость передачи Бухтарминский края Змеиногорского уезда в состав Семипалатинской области. Это решение мотивировалось удаленностью от губернского и уездного центров и изолированностью территории от остальной губернии горной местностью [7. Л. 3]. В 1917–1918 гг. было проведено 5 народных собраний, на которых представители Бухтарминского края высказывались за скорейшее образование Бухтарминского уезда в составе Семипалатинской области [3. Л. 4].

Вопрос о создании Бухтарминского уезда затянулся на несколько лет, несмотря на согласие властей и волеизъявления населения. К моменту создания Казахской АССР, данный вопрос уже активно прорабатывался в Сибревком, который так же, как и представители Семипалатинска настаивал на скорейшем разрешении данной проблемы. Сибревком 27 февраля 1921 г. распорядился немедленно начать процедуру создания Бухтарминского уезда и передачи его в ведение Семипалатинской губернии [17, с. 462]. И уже 13 июня 1921 г., постановлением ВЦИКа в Семипалатинскую губернию был окончательно передан Бухтарминский район, преобразованный в уезд [19, с. 240].

Передача казахской стороне Бухтарминского края проходила в условиях взаимного понимания и единых взглядов Алтайского и Семипалатинского губисполкомов по решению данного вопроса с точки зрения экономической целесообразности. При создании Бухтарминского уезда ключевыми факторами были волеизъявление населения и его этнический состав.

Вместе с Бухтарминским уездом в состав Семипалатинской губернии также была передана часть Змеиногорского уезда, в том числе и Угловская, Лаптевская, Локтевская и Алексеевская волости [1. Л. 23]. При этом вопрос о необходимости вхождения в Семипалатинскую губернию последних 4 волостей был спорным. Еще в марте 1921 г. Алтайская губернская административная комиссия, рассмотрела решение Сибревкома о перечислении этих 4 волостей вместе с Бухтарминским краем в Казахскую АССР, и, принимая во внимание русский состав населения, а также волеизъявление этих волостей остаться в составе Змеиногорского уезда, постановила ходатайствовать перед Сибирским ревкомом об оставлении 4 южных волостей в составе Алтайской губернии [4. Л. 154]. Все же, ВЦИК официально утвердил перечисление волостей в Семипалатинский уезд.

20 июля Сибревком попросил телеграммой Казахский ЦИК дать указанию Семипалатинску, приостановить прием 4 волостей, в связи с ошибочностью данной передачи и необходимостью исправления границы [6. Л. 39]. И уже 21 ноября 1921 г. президиум ВЦИКа, рассмотрев ходатайство Сибревкома, постановил оставить Алексеевскую, Лаптевскую, Угловскую и Локтевскую волости в составе Алтайской губернии [2. Л. 45]. Таким образом, ошибочно включенные в состав Семипалатинской области 4 южные волости были возвращены. И немаловажное значение в этом сыграло мнение жителей, которое в конечном итоге учли сибирские власти.

Другим важным пограничным вопросом являлся статус Коростелевской степи. Степь находилась в той части прииртышских земель, где до революционного 1917 г. кочевание казахов было запрещено или регулировалось жесткими правилами [8, с. 79]. Однако, несмотря на все запреты, казахское население переселялось в Коростелевскую степь, и к началу 1920 г. образовало большую казахскую диаспору. Это и послужило толчком к пересмотру статуса данной территории. Основываясь на прошении казахов, Семипалатинский облревком, в первой половине 1920 г. возбудил вопрос об отнесении Коростелевской степи в ее состав. Её статус долгое время оставался неясным. При этом фактически южная часть Коростелевской степи в начале 1920-х гг. находилась в управлении Семипалатинска, а северная часть была в ведении алтайских властей.

Ранней весной 1923 г. Бельгагачская волость вышла с ходатайством в Семипалатинское губернское земуправление о прощении предоставить им северную часть Коростелевской степи, которая, по словам представителей волости с давних пор находилась в их фактическом пользовании [5. Л. 7-7 об].

В связи с долговременной неясностью статуса Коростелевской степи, вследствие чего между алтайскими и семипалатинскими властями возникли острые разногласия по поводу использования земельного фонда, 13 июля 1923 г. административная комиссия ВЦИК отправила Казахскому ЦИКу и Алтайскому губисполкому разъяснительное письмо, где четко обозначила, что Коростелевская степь с Пограничной и Коростелевской дачами, а также Локтевским бором всегда была частью Алтайской губернии [5. Л. 19]. Однако, благодаря активной деятельности казахских властей, Центр пересмотрел данный вопрос и 27 октября 1924 г. ВЦИК постановил передать степь со всеми населенными пунктами в Семипалатинскую губернию [20, с. 944].

В итоге, после долгих лет продолжительных споров, в Казахскую республику были переданы Коростелевская степь со всеми населенными пунктами [13, с. 122–123]. При этом для русского населения, которое проживало в приграничной территории Коростелевской степи, предоставлялось право ходатайствовать в алтайские и семипалатинские органы власти о своем стремлении присоединиться к Алтайской губернии [13, с. 122]. Такие ходатайства от населения поступали в течение 1926–1927 гг., однако они оставались без внимания.

В отношении процессов разграничения Омской и Акмолинской губерний, после перехода в ведение Казахской АССР южной части Омского уезда в 1922 г., стали повсеместно возникать ходатайства от жителей пограничных волостей о желании населения изменить административный статус своих территорий.

Так, в октябре 1922 г., Омской губернской комиссией по районированию было рассмотрено ходатайство аулов № 2 и № 4 Алаботинской волости Омского уезда, с просьбой перечислить их в Черлакский уезд Акмолинской губернии. Рассмотрев данный вопрос, комиссия сочла ходатайство не подлежащим удовлетворению [12. Л. 14 об].

4 декабря 1922 г. состоялось собрание жителей аула № 4 Каройской волости Черлакского уезда Акмолинской губернии [10. Л. 3]. Гражданин Дюсенев, выступая в качестве докладчика на этом собрании, говорил, что жители аула № 4 являются выходцами из лесных пространств Омского уезда и пределов Тюкалинского уезда, и откуда были вынуждены уйти, благодаря империалистической политике, перебросившей переселенцев в Сибирь. В конце своего выступления Дюсенев отметил, что в Омской губернии жизнь бьет ключом, сельское хозяйство имеет обширную поддержку и школы функционируют, а о жителях Каройской волости никто не заботится и встречать зиму придется без хлеба и мяса [10. Л. 3]. По итогу собрания, постановили, что необходимо выйти с ходатайством к акмолинским и омским властям о перечислении в Эбейтинскую волость Омского уезда. В январе 1923 г. Омский губисполком получил ходатайство от аула № 4 Каройской волости и направил его на рассмотрение в Омскую губернскую комиссию по районированию [10. Л. 2]. Такие же ходатайства были получены от аула № 3 Каройской волости, а также от аула № 1 Киреевской волости и аула № 4 Алаботинской волости Черлакского уезда. В феврале 1923 г. Омская губернская комиссия по районированию рассмотрела данные просьбы и постановила признать желательным перечисление данных селений, руководствуясь экономическими запросами населения этих волостей [12. Л. 24]. Однако, несмотря на положительную реакцию властей Омской губернии на эти ходатайства, подобных переходов по границе Омского уезда в 1923–1925 гг. не было, т. к. Акмолинский губисполком выражал свое категорическое несогласие.

В 1923–1924 гг. на уровне губернских органов власти был рассмотрен вопрос о необходимости изменения пограничной линии Славгородского уезда Омской губернии с Семипалатинской губернией, который был инициирован гражданами селений Саралкинской, Карательской и Каугульской волостей Славгородского уезда.

Летом 1923 г. жители Саралкинской и Карательской волостей Славгородского уезда возбудили ходатайство перед Семипалатинским губисполкомом о принятии их в состав Павлодарского уезда Семипалатинской губернии Казахской АССР, мотивируя необходимость перехода тяготением к казахскому населению в республике. По мнению населения этих двух волостей, в Павлодарском уезде, в условиях кочевого уклада жизни будет проявляться полнейшее удовлетворение их воли и желаний [9. Л. 252]. Власти семипалатинской губернии, идя навстречу ходатайству граждан волостей, принимая во внимание их национальный уклад жизни, запросило Омский губисполком дать на этот переход свое согласие, для дальнейшего возбуждения этого вопроса перед центром. [9. Л. 252]. Однако, омские губернские власти дали отрицательный ответ.

Зимой 1924 г. уже граждане Каугульской волости Славгородского уезда подняли проблему необходимости перехода своих селений в Казахскую АССР. В январе 1924 г. были проведены общие собрания граждан сельсоветов, на которых были единогласно приняты постановления о прошении вышестоящих органов власти присоединить эти селения к Павлодарскому уезду. [11. Л. 35–39]. Необходимость изменения границы была обусловлена национальным фактором. Аргументы, которыми руководствовались граждане Каугульской волости, заключались в том, что Павлодарский уезд являлся местом, откуда вышли их предки, потянувшиеся в пределы Томской губернии на заработки, где и образовали национальную казахскую волость под названием Каугульской; кроме того в Казахской республике жизнь ведется в казахском кочевом духе, на национальном казахском языке [11. Л. 35]. После проведения общих собраний граждан Каугульской волости, было направлено ходатайство в Купинский райисполком. Власти Купинского района, в который входила Каугульская волость, изучив все обстоятельства прошения, постановили, что не видят препятствий к перечислению каугульских территорий к Семипалатинской губернии [11. Л. 40].

Далее данное прошение было рассмотрено в Татарском уездном исполкоме. Приняв во внимание мотивы Каугульской волости о присоединении таковой к Казахской республике, власти Татарского уезда постановили, что также не имеют препятствий к отходу волости к Казахской автономии [11. Л. 71]. Однако власти Омской губернии отрицательно восприняли инициативу граждан Каугульской волости, не позволив ей выйти за пределы губернского уровня.

Все же, вопрос о возможном изменении границы по ходатайству жителей волостей Купинского района Славгородского уезда был лишь отложен на неопределенный срок. В 1928 г. ходатайства селений Купинского района, к тому времени уже Барабинского округа Сибирского края, были вновь рассмотрены и тщательно изучены властями Сибирского края и Павлодарского округа. После чего, с одобрения обеих сторон, вопрос был передан в Центр. По постановлению ВЦИКа от 12 ноября 1928 г. была произведена передача сельсоветов Бисимбиновского, Арыновского, Индигинского и поселка Кузьминский Альферовского сельсовета из Купинского района Барабинского округа в состав Павлодарского округа Казахской АССР [15]. Тем самым можно сказать, что упорство жителей данных селений, в конечном счете, привело к положительному результату, и через 4 года переход пограничных территорий, инициированный народом, состоялся.

Делая вывод, можно сказать, что народное волеизъявление играло важную роль на начальных этапах размежевания, когда шло формирование Казахской автономии, а большевистская власть только укреплялась в Москве. В дальнейшем мнение населения было отодвинуто на второй план, однако у народных представителей была возможность инициировать желание войти в ту или иную губернию. Этим правом пользовались жители отдельных селений и даже волостей, проводя общие собрания и отправляя ходатайства в уездные и губернские органы власти. При этом, если поселение желало перейти из Казахской автономии в Сибирь, то сибирские власти считали подобный переход целесообразным, а вот казахская сторона выражал категорический протест. В случае же, когда ходатайство граждан было направлено на переход в Казахскую республику, то ситуация была кардинально противоположной, казахские власти одобряли возможное изменение границы, а сибирские власти противились этому. Однако, все же, по большей части, сибирским и казахские власти учитывали мнение населения лишь в тех случаях, когда это было выгодно им в экономическом или политическом плане. Поэтому, можно сказать, что без одобрения обеих сторон возбудить процесс перехода нескольких селений было очень затруднительным делом, и в большинстве случаев подобные ходатайства оставались нерешенными.

Список литературы

1. ГА РФ. Ф. 393. Оп. 27. Д. 1380.
2. ГА РФ. Ф. 5677. Оп. 4. Д. 2.
3. ГААК. Ф. Р-10. Оп. 1. Д. 58.
4. ГААК. Ф. Р-10. Оп. 1. Д. 581.
5. ГААК. Ф. Р-24. Оп. 4. Д. 2940.
6. ГАНУ. Ф. Р-1. Оп. 1. Д. 525.
7. ГАНУ. Ф. Р-1. Оп. 1. Д. 83.
8. Голунов С.В. Российско-казахстанская граница: история формирования // Вестник ВолГУ. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2005. № 10. С. 68-87.
9. ИСА. Ф. Р-27. Оп. 1. Д. 209.
10. ИСА. Ф. Р-27. Оп. 1. Д. 332.
11. ИСА. Ф. Р-27. Оп. 1. Д. 641.
12. ИСА. Ф. Р-32. Оп. 1. Д. 369.

13. Кокшаров В.А., Тиханова Е.В. Юго-восточная граница России: исторический путь к согласию. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. 259 с.
14. Корженевский К.Б. Становление казахской государственности: образование автономии в 1919–1920 гг. // International Innovation Research: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. Пенза, 2017. С. 125-127.
15. О перечислении ряда населенных пунктов Сибирского края в Автономную Казахскую ССР // Собрание узаконений и распоряжений рабочего и крестьянского правительства РСФСР. 1928. № 139. Ст. 914.
16. Об образовании Автономной Киргизской Социалистической Советской Республики // Собрание узаконений и распоряжений рабочего и крестьянского правительства РСФСР. 1920. № 76. Ст. 359.
17. Разгон Н.И. Бухгарминский вопрос в территориальном размежевании Алтайской губернии и Семипалатинской области (1917–1921 гг.) // Актуальные вопросы истории Сибири: Третьи научные чтения памяти профессора А.П. Бородавкина (5-6 октября 2001 г.). Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2002. С. 457–464.
18. Разгон Н.И. Образование Алтайской губернии и ее разграничение с Казахстаном (1917–1925 гг.): автореф. дис. ... канд. ист. наук. Барнаул, 2003. 25 с.
19. Справочник по административно-территориальному делению Казахстана (август 1920 – декабрь 1936) / Ф.Н. Базанова. Алма-Ата: Архивное управление МВД Казахской ССР, 1959. 288 с.
20. Систематическое собрание законов РСФСР, действующих на 1-е января 1928 г. (7 ноября 1917 – 31 декабря 1924 г.) / под общ. ред., с предисл. Я.Н. Бранденбургского. М., 1929. Т. 1. С. 944.

УДК 929.52

О.П. Максименко

Мегион, МАУ «Региональный историко-культурный и экологический центр»

П.Н. ГОЛУБЦОВ: ВОЗВРАЩЁННОЕ ИМЯ

Аннотация. В статье прослеживается родословная нить Ветерана труда, пенсионера, Павла Нестеровича Голубцова, оставшегося в несовершеннолетнем возрасте без попечения отца, необоснованно репрессированного по политическим мотивам.

Ключевые слова: политическая репрессия; родовая община; переселенцы; Красноярский край; Тува.

Жертвы политических репрессий в СССР – это миллионы человек, осуждённые и приговорённые к лишению жизни или свободы, ограниченные в правах и признанные социально опасными для государства по классовым, социальным, национальным, религиозным и другим признакам. Невинно пострадавшие граждане были признаны жертвами политических репрессий и реабилитированы государством в октябре 1991 года.

Дед Павла Нестеровича, Пётр Егорович Голубцов, родился в 1874 году в Тобольске в семье портного старообрядца. Мать Петра умерла от тифа, когда ему было пять лет.

В начале 1890-х годов около ста семей, в том числе и Голубцовы, решили переехать из Тобольска на новое место жительства с менее суровым климатом. Нашёлся проводник, который рекомендовал им южные окраины Красноярского края. Путь лежал через места, где должен быть будущий Новосибирск (город Новониколаевск образован в 1898 г.) Жители тех мест уговаривали их остаться, что здесь в скором времени будет большая стройка, будут строить мост через реку Обь, но переселенцы поехали дальше. Остановились в селе Нижние Куряты Каратузского района Красноярского края.

Здесь Пётр Егорович женился на Миковой Ефимии Симоновне (1867 г.р.) Она приехала в эти края так же из Тобольска. В 1898 году у них родился сын Нестер. Затем родились Иван, Акулина и Фокей. Было у Голубцовых большое крестьянское хозяйство, катали валенки, вырубали лес под пашню, корчевали пни.

В 1919 году Нестер Петрович женился на Слюсарёвой Мелании Дмитриевне, которая родилась в 1901 году в соседней деревне Брагино в крестьянской семье. В 1920 году вся родовая община Голубцовых переехала в Туву в село Медведевку Каа-Хемского района кроме Ивана Петровича, который тоже женился и остался в Нижних Курятах.

В то время Тува в состав России не входила и русские жили там по двум паспортам тувинским и русским. Тувинцы жили в юртах, вели кочевой образ жизни, занимались охотой, скотоводством,

поэтому для земледельцев здесь были широкие возможности. Тувинцы с русскими жили мирно, обменивались продуктами животноводства на продукты земледелия.



В Туве у Нестера и Мелании родились два сына – Исак, Фёдор и пять дочерей, Евдокия, Зинаида, Марфа, Мария и Александра. Ещё их пятеро разновозрастных детей умерли от болезней.

(На фото: Нестер и Мелания с детьми)

Женился Фокей Петрович, вышла замуж Акулина Петровна. Её двоих детей тоже похоронили в детском возрасте. Сама она переболела оспой, потеряла зрение и ослепла на один глаз. С мужем разошлась и до конца своей жизни жила вместе с Нестером и Меланией. Акулина стала крёстной матерью для их детей и все называли её Лёлькой.

В Туве прожили 18 лет, а после конфликта с местной властью, Нестеру Петровичу не выдали русский паспорт, и все три поколения Голубцовых вернулись в Россию. Поселились недалеко от прежнего места жительства в небольшом городе Минусинске. Нестер Петрович устроился работать плотником на пристань. Его жена воспитывала детей, вела домашнее хозяйство. Завели корову, лошадь, был свой огород, за городом сажали картофель, арбузы.

20 января 1940 года у Голубцовых родился Павлик – тринадцатый по счёту ребёнок. В том же году призвали в армию старшего сына Исака. Служил он на Дальнем Востоке сапёром, строил мосты, переправы. За неделю до начала Великой Отечественной войны Исака перевели в город Ленинград. Там он работал на военном заводе. Когда немцы близко подошли к городу, ходил в первый бой за город Пушкин. После боя остался жив и невредим, больше о нём известий никаких не поступало. После войны мать обращалась в розыск, но пришёл ответ, что Исак пропал без вести.

В начале войны у многих было мнение, что война быстро закончится, что немцев «забросаем шапками». У Нестера Петровича было другое суждение, что война будет долгой и кровопролитной. Этими мыслями он поделился с двумя товарищами, с которыми вместе работал, а те написали на него донос.

3 июля 1941 года отца шестерых несовершеннолетних детей арестовали. При обыске нашли фотографию митрополита Московского в церковном облачении. Фотография была небольшого формата, и лицо было трудно узнаваемым, потому посчитали, что это Нестер и есть. Он хотя и был старообрядцем и носил бороду с усами, но никакого церковного сана не имел и облачение не носил. Эту фотографию отцу прислали по переписке со старообрядческой церковью в Москве, как пояснил его сын Павел Нестерович.

Нестеру Петровичу было предъявлено необоснованное обвинение в том, что он проводил контрреволюционную агитацию среди рабочих (Ст. 58-10, ч. 2 УК РСФСР).

03.09.1941 г. выездная сессия Красноярского краевого суда приговорила Н.П. Голубцова к 10 годам лишения свободы с поражением в избирательных правах на 5 лет и конфискацией лично принадлежащего имущества. После рассмотрения кассационной жалобы осужденного Судебная коллегия по уголовным делам Верховного суда РСФСР своим определением от 08.11.1941 г. отменила приговор краевого суда и возвратила дело на новое рассмотрение.

Хакасский областной суд 20.02.1942 г. приговорил Голубцова Н.П. к



высшей мере наказания – расстрелу. Определением Верховного Суда СССР от 16.05.1942 г. высшая мера была заменена лишением свободы на 10 лет с поражением прав на 5 лет и конфискацией лично принадлежащего имущества. Нестер Петрович отбывал срок в Нижнем Тагиле. Работал столяром.

– Город Минусинск был далеко от боевых действий, однако я до сих пор помню грохот рвущихся снарядов, от которых в окнах дрожали стёкла, – рассказывает Павел Нестерович. – От испуга я вместе с сестрёнкой Сашей, которая была на два года старше, прятались под кровать. Наш дом был на краю города недалеко от которого был военный полигон, где обучались будущие фронтовики. Летом мама каждый вечер ходила встречать корову с пастбища и иногда брала меня с собой. Мы стояли на пригорке, впереди далеко было видно ровное поле. Помню, как согнувшись, бежали по полю люди, одетые в военную форму, и тащили за собой какую-то тележку. Потом раздался взрыв, поднялся огромный столб земли, и людей не стало видно. Позднее я понял, что они спрятались в окопы, а тележка – это был пулемёт.



В 1944 году Тува вошла в состав РСФСР и стала Тувинской автономной областью. В 1945 году всё семейство Голубцовых вернулось обратно в Туву. Теперь уже вместе с ними уехал и брат Нестера, Иван Петрович, со своей семьёй. Поселились в том же селе Медведевке (ныне село Кок-Хаак). Устроились на квартиру. Это была изба 30 м² без единой перегородки, один стол и одна кровать, на которой лежал сам хозяин – дед со сломанной ногой. В этой избе стали жить две большие семьи в общем количестве 18 человек – 11 взрослых и 7 детей. Все спали на полу, даже под столом. Взрослые устроились на работу в колхоз, зарабатывали трудодни, которые оплачивались раз в год после уборки урожая. 1946 год оказался неурожайным, была сильная засуха, наступил голод.

– Ели лепёшки из лебеды и те не всегда были. Помню, как-то соседи выбросили остатки таких лепёшек курам, а мне так хотелось есть, что я отобрал у куриц эти кусочки и со слезами их съел, – вспоминал Павел Нестерович прошлую жизнь и вновь вытирал слёзы. – 1947 год выдался урожайным. Мы построили свой дом. Брат Фёдор женился, сёстры Марфа и Зинаида вышли замуж. Евдокия в Туву не поехала, она вышла замуж и осталась в Минусинске. Марии исполнилось 19 лет, и она решила продолжить прерванную учёбу, пошла учиться в седьмой класс.

При уборке урожая жена Фёдора Мария Петровна вязала снопы, а Паша следом ходил с граблями и собирал колоски. Тем, кто работал в поле, выдавали пайку хлеба – калачи из муки нового урожая. Мальчишке тоже выдали пайку, и он впервые досыта наелся хлеба.

Голубцовы посадили огород, посеяли лён, завели корову, лошадь и других домашних животных. В семье имелись швейная машинка и ткацкий станок, что было большой редкостью на селе. Мелания Дмитриевна с Акулиной Петровной в свободное от работы время ткали холсты, половики. Старшее поколение, Пётр Егорович с Ефимией Симоновной, зимой шили на машинке шубы односельчанам, за это им платили зерном. Весной дед пахал и сеял пшеницу на своём поле, а младший семилетний внук Паша ему помогал, ездил верхом на лошади и боронил вспаханное поле.

Игрушек никаких не было. Все игрушки Паша делал сам. Видел, как дед гнул полозья, мастерил сани. И он делал бруски треугольной формы и дощечки из поленьев. К одной из граней бруска прикреплял проволоку вместо полозка, получались коньки, которые привязывал к валенкам. А концы дощечек распаривал в кипятке, загибал их и после высыхания заострял, получались лыжи.

Летом 1951 года Нестер Петрович вернулся из заключения. С приходом отца круто повернулась жизнь. Он устроился на мебельную фабрику в городе Кызыле (столица Республики Тыва). Голубцовы сменили сельский образ жизни на городской.

В 1958 году Павел окончил школу. Учиться дальше средств не было. Его отец вышел на пенсию раньше срока по инвалидности. Стаж работы был небольшой, и пенсия соответственно мизерной. Мать пенсию не получала. Повзрослевший сын Павел пошёл работать на стройку учеником каменщика. Отработав два года, поступил учиться в Томский политехнический институт. В 1962 году на базе политехнического института образовался новый институт радиоэлектроники и электронной техники, который он окончил в 1965 году. Получил распределение в город Новосибирск на электровакуумный завод в конструкторский отдел, поселился в общежитии.

Летом после работы Павел ходил на пристань разгружать вагоны, контейнеры со строительным материалом, которые на баржах отправлялись дальше вниз по Оби с нефтяным оборудованием. Это был дополнительный его заработок.

В 1969 году Павел Нестерович женился на Люсовой Людмиле Александровне, она работала на заводе откачицей. Через год у них родилась дочь. Через 11 лет брак с Людмилой распался. В 1982 году он женился на Цурупа Любви Владимировне.

На заводе Павел Нестерович проработал 31 год инженером. За долголетний труд награждён медалью «Ветеран труда» и получил 25 поощрений.

Его мать умерла в 1972 году в возрасте 71 года, а отец в 1992 – в возрасте 94 лет. Павел Нестерович всегда помогал родителям, часто их навещал в Кызыле. Фотоснимок им сделан в день их Золотой свадьбы.

После ухода на пенсию Павел Нестерович решил навести справки об отце, когда тот был в заключении. Из ФСБ РФ Регионального управления по Красноярскому краю пришло письмо, в котором указано, что его отец реабилитирован 17.02.1997 г. и были приложены фотографии отца и митрополита Московского, которую изъяли при обыске. В письме указывалось, что сведений о конфискации имущества Голубцова Н.П. в материалах архивного уголовного дела не имеется.

Из Прокуратуры РФ по Красноярскому краю прислали справку № 13-450-97 от 17 марта 2004 года, что на основании ст. 3 п. а и ст. 5 п. а Закона РСФСР «О реабилитации жертв политических репрессий» от 18 октября 1991 года гр-н Голубцов Нестер Петрович реабилитирован. И вторую справку № 13-450-97 от 13.03.2004 г., что в соответствии с ч. 2 ст. 1-1 Закона РФ «О реабилитации жертв политических репрессий» Голубцов Павел Нестерович как оставшийся в несовершеннолетнем возрасте без попечения отца, необоснованно репрессированного по политическим мотивам, признан подвергшимся политической репрессии, реабилитирован.

– Жаль, что закон вышел поздно, да что отец не дожил до этого времени и не успел почувствовать себя полноценным гражданином страны, так и умер с клеймом «враг народа» без восстановления доброго имени, – сокрушается Павел Нестерович. – После смерти жены Любви я переехал в Мегион поближе к дочери. Таким образом, я вернулся обратно в родные края своих предков.

18 октября 1991 года был принят Закон РСФСР «О реабилитации жертв политических репрессий». Целью закона является реабилитация всех жертв политических репрессий, подвергнутых таковым на территории РСФСР с 7 ноября (25 октября по старому стилю) 1917 года, восстановление их в гражданских правах, устранение иных последствий произвола и обеспечение посильной в настоящее время компенсации материального и морального ущерба.

14 марта 1996 года вышел указ президента РФ «О мерах по реабилитации священнослужителей и верующих, ставших жертвами необоснованных репрессий» [1].

Старообрядец, Нестер Петрович Голубцов, православный христианин, всегда был сторонником старого христианского обряда. Эти убеждения по родословной сохранялись на протяжении века. От прадедов до правнуков соблюдались старообрядческие каноны, закон Божий. И никакая угрожающая сила не могла уничтожить их мировоззрение. Живущие в современном мире Голубцовы продолжают соблюдать традиции дедов и отцов. О возвращённом имени Нестеру Петровичу знает вся родовая община Голубцовых.



Список литературы

1. РИА Новости. URL: <https://ria.ru/spravka/20171030/1507550518.html> (дата обращения: 02.12.2017).

ТЕРНИСТЫЙ ПУТЬ ДЕТЕЙ ВОЙНЫ В ГОДЫ РЕПРЕССИЙ

Аннотация. В статье прослеживаются родословные семей Чебуренко и Дитлер, которые подверглись репрессиям по политическим мотивам в 30-е годы XX века. Статья составлена по оригинальным архивным справкам и документам. Благодаря сохранившимся документам мы можем увидеть всю тяжесть последствий репрессий.

Ключевые слова: Верхне-Вартовск; Томская область; «план» по репрессиям; спецпоселение; «враг народа»; жертвы политических репрессий.



Георгий Алексеевич Чебуренко (1906 г.р.) родом из города Колпашево Томской области. В 1906 году умерли его родители, воспитывал Георгия старший брат Василий Алексеевич Чебуренко. Когда Георгию исполнилось 12 лет, он ушёл от брата и жил по чужим людям – работал по найму, батрачил.

Капиталина Власовна (1910 г.р.) – уроженка Томской области. В 1917 году вместе с родителями уехала в деревню Верхне-Вартовск (ранее Верхне-Вартовские юрты). Сибирский край богат природными ресурсами: много орехов, ягод, грибов. Купцы из Томской области приезжали на нескольких подводках. На обмен привозили разную утварь: утюги, чугуны, горшки, ложки, спички, муку, сахар, крупы, табак, соль. В 16 лет Капиталина работала у купца Прянишникова прислугой, он за работу платил 3 рубля в месяц (в то время метр ситца стоил 5 копеек). В 1926 году Георгий Алексеевич женился на Капиталине Власовне, они вместе работали по найму до 1928 года. Заработав немного

денег, они решили купить дом в деревне Верхне-Вартовск на берегу реки Обь. Георгий Алексеевич занимался сельским хозяйством, ловлей рыбы, охотился на дичь и пушного зверя. Вступил в колхоз «Красное знамя», затем перешёл в колхоз им. Чкалова. 12 сентября 1936 года в селе Вартовское (ныне город Нижневартовск) Тюменской области в семье Чебуренко родился четвёртый по счёту ребёнок – девочка Галя.



Работники рыбартеля: Н. Кайдалов, И. Слинкин, Е. Слинкин и др.
д. Вамплуол, 1931 г.

В 1937 году братьев, Чебуренко Афанасия Алексеевича и Василия Алексеевича, арестовали органы НКВД за антисоветскую деятельность, дома нашли церковные книги. Через год братьев Чебуренко освободили. Отец Гали, Георгий Алексеевич, устроился работать на водном транспорте бакенщиком, затем гребцом, а с 1941 года – старшиной. В этом же году после увольнения на водном транспорте Георгий Алексеевич, вернулся в родной колхоз им. Чкалова и стал заниматься сельским хозяйством, ловлей рыбы и охотой. Семья Чебуренко держала корову, домашнюю птицу, выращивали картофель, свёклу, морковь, лук. Председатель колхоза Сарматов люто ненавидел зажиточных мужиков, он предпринимал всё, чтобы их уничтожить. Он так и говорил: «Вся земля колхозная!». И распахан земельный участок прямо до крыльца дома Чебуренко.

5 декабря 1947 года Георгий Алексеевич Чебуренко был арестован Ларьякским РО МГБ ОГПУ, выполняя «план по репрессиям», тогда хватили первого попавшегося мужика. Была цель – найти врагов народа, а есть такие, или нет, уже никого не волновало. Стоило тогда кому-то на кого-нибудь указать пальцем и человека больше нет. Так получилось и с отцом Гали. Игравших у берега мальчишек подговорили работники НКВД написать донос на Г.А. Чубуренко о его антисоветских высказываниях

на Советскую власть, а если они не напишут, то их заберут. Пришли вечером в дом к Чебуренко. При аресте было изъято: старое, но исправное одноствольное ружьё 16 калибра, свидетельство о рождении, военный билет. Для отбытия наказания Чебуренко Г.А. был направлен в колонию № 1 ОИТК УМВД города Тюмень. Сразу после его ареста из колхоза им. Чкалова уехало несколько семей: Жильцовы, Родиковы, Татаркины, Шестаковы и другие. Председатель колхоза приехал на подводах с двумя работниками НКВД, забрали посреди зимы сено. Чтобы вернуть сено, добрый человек помог матери написать письмо И.В. Сталину. Потому что знал, что у неё есть медаль Материнства II степени. Матери пришло уведомление, чтобы немедленно пришла в прокуратуру. Там грубо сказали, чтобы забрала письмо, пригрозили, что и её заберут, а детей в детский дом поместят. И мать была вынуждена зарезать стельную корову, потом родственники её укоряли: лучше бы им привела и оставила.

Галя работала по вольному найму, ходила по людям, нянчила детей: надо было как-то прокоррмироваться. В 1952 году Галя училась в вечерней школе в шестом классе в Нижневартовске, жила у председателя райисполкома Смурова. Галиной матери приходили письма от мужа. В 1952 году отцу Гали осталось два месяца до конца отбытия заключения, но он не вернулся. Когда в 50-е годы сестра Галины Георгиевны работала в Ларьякском архиве, нашла документ, где было написано, что умер он от сердечной недостаточности в городе Караганде в Казахстане. В 1953 году Галина приехала к сестре Анне, стала учиться в седьмом классе в Ларьяке, а в 1954 году в селе Нижневартовске. С 15 лет Галя работала в клубе техничкой. От колхоза им. Красное Знамя направили на курсы бухгалтеров в Ханты-Мансийск. После окончания учёбы направили в Сосновый Бор Ларьякского района Тюменской области. Там отработав полтора года, снова вернулась в Нижневартовск, работала в колхозе им. Ворошилова.

В 1958 году Галина Георгиевна Чебуренко познакомилась с Борисом Трифионовичем Кильевым, который работал бурильщиком в Нижневартовской партии глубокого бурения. Молодые люди поженились, в семье родились две дочери – Людмила в 1960 году и Светлана в 1961 году. Третья дочь, Ольга, родилась уже на Баграсе в 1964 году.

– Старшие сёстры дразнили Ольгу, что у неё нет «родины». Она плакала, что посёлка, где она родилась, больше нет, – рассказывает Галина Георгиевна. – Первую нефть нашли на Баграсе 1 марта 1964 года. Был митинг на протоке Баграс. Все мужчины – геологи измазались нефтью. Муж принёс бутылку чёрной нефти. – Мне и детям сказал: «Посмотрите, что такое нефть».

30 апреля 1965 году семья Кильевых переехали в Мегион. Жили Кильевые на улице Советской, в доме №11 (сейчас этого дома нет, стоят одни берёзки). В феврале 1965 года Нижневартовск объявляют комсомольской стройкой. В Нижневартовск и в Мегион со всех уголков страны поехали и молодёжь, и состоявшиеся семейные пары.

Дети подросли, Галина Георгиевна устроилась в ОРС Геологии продавцом магазина «Геолог», отработала три года. В 1991 году она вышла на пенсию. Трудовой стаж более 25 лет.

Чебуренко Г.А. посмертно был реабилитирован в соответствии с Законом РФ «О реабилитации жертв политических репрессий» от 18 октября 1991 года № 1761-1 прокуратурой Тюменской области 9 июля 1992 года.

Кильевая Галина Георгиевна награждена медалью «Ветеран труда» (1986).

Родители Саши – Анна Ивановна и Иван Кондратьевич Дитлер – немцы, уроженцы Саратовской области. Саша родилась 10 апреля 1928 года в селе Семёновка Добринского района Саратовской области. В 1933 году Иван Кондратьевич работал председателем колхоза, год выдался неурожайным, и его как врага народа выслали с семьёй на спецпоселение в город Кемерово Кемеровской области.

В 1937 году Ивана Кондратьевича Дитлер расстреляли. В 1942 году его жена с детьми была второй раз выслана в деревню Криволуцк Александровского района Томской области. В 1942 году семья Дитлер по прибытию на место ссылки была поставлена на учёт спецпоселения. Дочь Барбара не говорила по-русски. Работники НКВД во время переключки называли имена, девочка мотнула головой на имя Шура, так и записали. Сосланным необходимо было один раз в месяц отмечаться в органах НКВД. Для спецпоселенцев существовал жёсткий контроль. Их мир был ограничен работой и «бараком». За любую провинность ссыльных жестоко избивали.

Мать Шуры растила не только своих шестерых детей, но ещё десятерых детей двух немецких семей – Шааб и Геенц, которые тоже потеряли родителей в результате репрессий.

Шустрая, бойкая Шура играла с мальчишками в футбол. Смышленная не по годам она выучила русский, цыганский, хантыйский языки, хотя знала только немецкий язык. С самого детства она была неразлучна с деревенским хантыйским мальчишкой Костей Лялиным. Её мать называла их: «Два чер-

тёнка». Жила семья Дитлер в землянке, Костя прибежал к ней, приносил краюшку хлеба, обувь, которую сам и шил для неё.

Униженные и высланные в дремучие леса и непроходимые болота русские, украинские, белорусские, немецкие семьи со слезами на глазах, трудились на благо Родины, не помня зла. Знали, что своим трудом помогают победить врага. Шура с 13 лет трудилась в колхозе, вместе с другими подростками в рыболовецкой артели неводом ловили рыбу. И в холод, и в лютую жару возили на телеге улов на приёмный пункт за 10 км от села. Труд тяжёлый, совсем не детский, а план давали без скидок на возраст. Старались изо всех сил, работали в поте лица. Работали под лозунгом: «Всё для фронта, всё для победы!» Всё понимали: война, надо обеспечивать солдат продовольствием, ведь сытому солдату воевать легче.

Позже Шура с Костей работали на лесоповале. Тяжёлый, непосильный труд лёг на плечи подростков. Грузили на баржи и сплавляли по реке лес. Была установлена норма выработки для подростков 12-летнего возраста – 2,5 куб.м. В свободное время девушка старалась принимать участие во всех концертных выступлениях, задиристо пела песни, частушки, плясала босиком чечётку. Детская дружба с Костей переросла в нечто большее. В 14 лет возле большой коряги у реки Шура и Костя поклялись в вечной любви и верности друг другу.



В июне 1946 года их оправили в Чёрный Ёган. Трудились в тайге на лесоповале. Прибыли в Криволуцк только в сентябре 1946 года. Иногда Шура брала рыбные отходы, чтобы прокормить умирающую от рака мать, за это её арестовали и посадили в карцер. Там было холодно, волосы примерзали к подушке. Мать Шуры умерла 17 июня 1943 года. Костю исключили из комсомола за то, что общался с врагом народа. Сидя в камере, влюблённая Шура пела, а надзиратели злились, не понимая, чему радуется арестованная девушка. Четыре дня не приносили еду, давали только одну кружку воды. Выпавшие на девушку унижения не сломили её. Впоследствии её отправили на лесозаготовки. Она была на девятом месяце беременности. Рожать в село непустили, рожала в лесу на деляне. Новорождённого голенького ребёнка пришлось засунуть в рукав полушубка, но ребёнок умер от холода, до села его не довезли. Через год в семье Лялиных родился сын Георгий. И только в 1950 году Александре Кондратьевне официально было выдано свидетельство о заключении брака.



В 1951 году Константина Максимовича мобилизовали в армию, служил пять лет в Прибалтике. Александра Кондратьевна одна растила сына Георгия и дочь Зою. С учёта спецпоселения Александра Кондратьевна Лялина была снята 5 июля 1954 года согласно Приказа МВД СССР № 1/10169 от 2 июня 1950 года. Александра Кондратьевна Лялина была переведена из категории ссыльных кулаков в категорию спецпоселенцев немцев.

После демобилизации Константин Максимович вернулся в Криволуцк, по совету знакомых приехал в Назино, устроился плотником в Александровскую нефтеразведку Александровского района Томской области.

В семье Лялиных родились дети Валентина, Владимир и Татьяна. В 1962 году, впервые получив паспорта на руки, семья Лялиных переехала в Мегион. Константину Максимовичу прислали вызов его знакомые из Криволуцка, которые работали уже в Мегионе. Ехали вместе семьями Грин, Назиных, Анисимовых, которые везли на барже домашнюю утварь, корову и прочую живность. В Мегионе на высоком берегу Меги стояли два рубленых балка, в одном из которых размещалась контора Мегионской нефтеразведочной экспедиции. А внизу, на воде, стояли брандвахты – баржи-гостиницы, где в крохотных каютах с двухъярусными койками жили прибывшие по две семьи в одной каюте. Там и разместились на небольшое время семья Лялиных. Александр Кондратьевич работал монтажником в бригаде Петра Флегонтовича Анисимова. Семья Лялиных жила до ноября 1963 года в палатке по улице Береговой. Получили жильё на две семьи в брусчатом доме по улице Горького (ныне дом по улице Ленина, дом 4), потолки и стены были не оштукатурены. Когда обжились, Александра Конд-

ратьевна устроилась работать санитаркой в поликлинику. В свободное время писала стихи, занималась в художественной самодеятельности в клубе «Геолог».

После тяжёлой болезни Константин Максимович не мог ездить на буровые, поэтому стал работать плотником на строительном участке в подразделении МНРЭ, строили жилые дома. Благоустроенное жильё по улице Строителей, построенное по улучшенному ленинградскому проекту, Лялины получили в 1977 году.

Многое пережили Александра Кондратьевна вместе с мужем Константином Максимовичем, но прожили счастливую жизнь, в которой было главное – любовь. Часто вспоминали клятву, которую дали более 50 лет назад: «Навсегда, где бы мы ни были, как бы нас не разлучала судьба, быть вместе до конца дней своих».

Местные жители Мегиона с благодарностью вспоминают Александру Кондратьевну за то, что она безотказно помогала им в трудную минуту. Она могла вылечить грудного ребёнка от испуга, заговорить грыжу. Умение лечить передали цыгане, которые помогли выжить семье Дитлер в годы репрессий.

– Сколько прожито лет. Мы не будем считать. Только хочется в этот день пожелать: Не болеть, не стареть, не скучать. Пусть Ваша нежность не гаснет с годами. Пусть не тает в душе теплота. Пусть долгие годы живут вместе с вами. Ваша любовь и доброта! – сердечно поздравляли семью Лялиных с юбилеем «Золотой свадьбы» Администрация Акционерного общества открытого типа «Мегионнефтегазгеология».

Александра Кондратьевна Лялина на основании Закона РФ «О реабилитации жертв политических репрессий» от 18 октября 1991 года № 1761-1 была реабилитирована. В 2003 году А.К. Лялина получила удостоверение о реабилитации жертв политических репрессий.

УДК 93/94

М.Н. Никитина

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент О.П. Цысь
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

РОЛЬ ТОБОЛЬСКИХ ЕПАРХИАЛЬНЫХ СЪЕЗДОВ В РЕШЕНИИ ВОПРОСОВ СОДЕРЖАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОБОЛЬСКОЙ ДУХОВНОЙ СЕМИНАРИИ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX вв.

Аннотация. В статье рассматривается деятельность съездов духовенства Тобольской епархии по решению вопросов, касающихся местной духовной семинарии за двенадцатилетний период (с 1895 по 1907 гг.). Автор приводит обзор вопросов, относящихся к содержанию и функционированию Тобольской семинарии, основываясь на текстах стенограмм заседаний, публикуемых в «Тобольских епархиальных ведомостях». Особо акцентируется внимание на влиянии решений съездов на требования, изложенные семинаристами в ходе забастовки 1905–1907 гг.

Ключевые слова: Тобольская духовная семинария; съезды духовенства; забастовка семинаристов; финансовое обеспечение семинарий; общежитие при семинарии.

1890–1910 гг. в истории Российской империи были отмечены многочисленными забастовками и бунтами различных учебных заведений, в том числе духовных семинарий. Учитывая то, что семинарии во многих городах были лучшими учебными заведениями, такие выступления неизменно оказывались в центре внимания общественности. В первые годы семинаристы спонтанно бунтовали по разным причинам. Впоследствии, с 1899 г. семинарское забастовочное движение становится всё более организованным, появляются тексты петиций (заявлений), которые семинаристы предъявляли семинарскому начальству и даже, отправляли в канцелярию Св. Синода. Участниками выдвигались

общие требования по учебной программе, деятельности инспекторов и преподавателей, ученического самоуправления, личных прав учащихся и т. д. В петициях семинаристов одним из распространённых требований было улучшение условий жизни семинаристов.

О том, что бытовые условия в семинариях и общежитиях оставляли желать лучшего, сообщается в работах многих исследователей. Так, Т.А. Павленко, изучавшая историю ставропольской семинарии, пишет, что требования семинаристов включали улучшение условий проживания, изменение обращения с учащимися воспитателями, разрешение свободного выхода в город и запрет на расселение семинаристов по частным квартирам [34]. П.Н. Зырянов и О.В. Ищенко указывают на плохие санитарно-гигиенические условия и «скудное питание», отсутствие «приличной» одежды у студентов [29, с. 83; 32, с. 52]. Т.Г. Леонтьева отмечает, что семинаристы часто и серьёзно болели, имели место и летальные случаи, «в некоторых семинариях пытались следить за внешним видом студентов, снабжать их одеждой, но получалось, что «стандартный набор... занасивали до дыр» [33, с. 67]. В статье А.В. Ушакова приводится выдержка из официального сообщения духовного ведомства за 1903 г., где описываются плохие условия содержания студентов, в том числе и их состояние здоровья: «Дети болеют чесоткой и трахомой» [39, с. 9]. Случалось, что начальство не обращало внимания на то, в каких условиях живут семинаристы, либо же утаивало это обстоятельство от общественности. К примеру, в своих воспоминаниях о 1870-х гг. один их воспитанников Одесской семинарии жаловался на то, что их скудно кормили, тогда как ревизор в своём отчёте за 1873 г. докладывал, что обеспечение пищей и одеждой в учебном заведении удовлетворительное [36, с. 40].

Однако, рассматривая причины забастовки 1905–1907 гг. в Тобольской духовной семинарии (далее – ТДС), мы не находим требований, относящихся к условиям жизни. В своих воспоминаниях один из участников тех событий указывает, что прототипом тобольской петиции являлась воронежская, только с некоторыми поправками и изменениями [38, с. 148]. Сравнивая тексты петиций двух семинарий, можно отметить, что тоболяки перенесли в свою петицию практически все положения, но требования относительно бытовых условий из текста убрали [31, с. 405–407; 35, с. 87–88]. Исходя из этого, мы можем заключить, что улучшение бытовых условий в ТДС не было актуальным для учащихся, т. к. они в целом удовлетворяли семинаристов. В этом, разумеется, сыграла роль деятельность различных епархиальных учреждений, в том числе и общепархиальных съездов, решавших экономические вопросы учебных заведений.

Первым делом стоит сказать о самом явлении епархиальных съездов. Их нельзя назвать административным епархиальным органом управления: по своей сути они ближе к сословному собранию, хоть впоследствии и превратившемся в совещательный орган пасторства. Необходимость их проведения была законодательно закреплена в 1867 г. в Уставе духовных семинарий и училищ [37]. Первоначальным назначением съездов являлось избрание членов от духовенства в училищные и семинарские правления. Передавались в их юрисдикцию и некоторые экономические вопросы. Подобные собрания предполагалось проводить раз в 6 лет. В документе приводятся подробные правила организации этих съездов. В пояснительной записке к Уставу 1884 г. стираются чёткие границы юрисдикций съезда: документ предоставляет право самому архиерею решать, с какой периодичностью созывать съезды, сколько депутатов и каким образом избирать, а также какие вопросы передать на их рассмотрение. Это привело к тому, что постепенно круг обсуждаемых вопросов вырос.

Епархиальное духовенство обсуждало вопросы обеспечения духовенства (в том числе и создания касс взаимопомощи и сберегательных касс), устройства свечных заводов и складов для церковных нужд и т.д. [30]. Так, мало-помалу, съезды сделались хозяевами материального положения епархии, так как от них зависело решение вопросов о распределении епархиальных финансовых средств [37]. Кроме того, съезды широко обсуждали вопросы пастырского характера – церковного благочиния, миссии, религиозно-нравственной жизни приходов, отношения духовенства к прихожанам, регулирования платы за требы, о воскресных и церковноприходских школах, устройстве внебогослужебных собеседований в приходах и мн. др.

Основным источником изучения материалов съездов, для нас являются журналы (подробные конспекты заседаний), опубликованные на страницах «Тобольских епархиальных ведомостей». Изучение содержания пяти съездов, произошедших с 1895 г. до 1907 г., показало, что, в среднем, тема учебных заведений занимает 57,6% от всех вопросов, поднимаемых на съездах, в том числе семинарии – 21,2% (на съезде 1907 г. процент вопросов, связанных с семинарией, возрос до 29, что связано с событиями забастовки и их обсуждением) [1; 8; 17; 18; 23; 24].

Следует выделить несколько основных групп вопросов о семинарии, которые поднимались на съездах. В большинстве своём, они относились к обустройству и содержанию епархиального общежития, однако были и другие, не менее важные, на которых стоит остановиться более подробно.

1. *Выборы членов правления.* Данная процедура проводилась на каждом съезде и, в принципе, была обусловлена основными задачами съезда, изложенными в Уставе. Также к этой категории мы отнесли избрание членов комиссий для рассмотрения дел всех духовно-учебных заведений епархии, свечного завода и кассы взаимопомощи духовенства. Решение о создании таких комиссий из духовенства епархии было принято в 1895 г. [20, с. 44], и оно принесло свои плоды. В журналах съездов приводятся достаточно подробные отчёты о состоянии духовно-учебных заведений, что позволяло оперативно решать проблемы их функционирования.

2. *Вопросы, касающиеся пополнения духовно-учебного капитала.* В епархии был создан специальный фонд, в который поступали деньги на содержание всех учебных заведений. Он формировался за счёт специального ежегодного сбора со всех приходов епархии, а также с доходов от епархиального свечного завода. Исходя из финансовых возможностей фонда, составлялась смета на ближайшее трёхлетие на те или иные расходы, необходимые епархиальным духовным учебным заведениям.

Однако часто приходили прошения на имя епископа от различных приходов и монастырей о снижении или отмене этого сбора, т. к. не все храмы могли их потянуть. Так, в 1904 г. поступали подобные просьбы от Иоанно-Введенского, Туринского, Тобольского Знаменского монастырей [3, с. 98-99] и двух сельских храмов [15, с. 143]; в 1901 г. – от трёх храмов г. Тобольска [25, с. 45]; в 1898 г. – от Тобольского Воскресенского попечительства [27, с. 73]; в 1895 г. – от единоверческих приходов [21, с. 201]. За редким исключением (в случае Тобольского Знаменского монастыря в 1904 г. [3, с. 98], единоверческих приходов в 1895 г. [21, с. 201]), такие прошения не удовлетворялись. Иногда подобные ситуации решали путём разложения части сумм, требуемых для сдачи с больших церквей, между более богатыми приходами [25, с. 45].

3. *Общие расходы на содержание духовных учебных заведений.* Сюда входили вопросы, касающиеся составления финансовых смет на ближайшее трёхлетие. Так, в 1896 г. сумма, выделяемая на строительство, благоустройство и содержание училищ и общежития на три года составила 1170 р., в 1898 – 9 073 р. 75 коп. в 1904 – 12 126 р. 54 коп., в 1901 – 14 547 р., в 1907 – 14 159 р. 15 коп. Эти суммы были достаточно крупными, что прослеживается в журналах съезда 1907 г.: с прошедшего съезда (1904 г.) от выделенных денег на содержание духовно-учебных заведений в остатке находилось 8149 р. 54 ¼ коп. [11, с. 217]. Велики были и расходы на питание. Деньги получали за счет оплаты семинаристами обучения, доходов свечного завода, а также из сбора с храмов и монастырей, о котором упоминалось выше.

Решались и конкретные вопросы, как, например, проведение торгов на закупку продовольствия для епархиальных учебных заведений [9, с. 113]. Протестное движение семинаристов, «общественно-политические веяния» сказались на составлении годовых смет по обеспечению продуктами учебных заведений, т. к. в 1907 г. вышло постановление Св. Синода от 31 августа/15 сентября, которое предписывало уделить особое внимание количеству и качеству закупаемых продуктов, что связано с «повышенной требовательностью» учащихся. Сразу после этого в епархии было отмечено повышение цен на продукты, что являлось откликом торговцев на сложившуюся ситуацию [14, с. 93].

4. *Оплата обучения семинаристами.* Развитие данной проблематики в продолжение рассмотренных 10 лет имело большое значение, потому что, как было указано выше, взносы учащихся за обучение составляли существенную часть всего бюджета семинарии, и, соответственно, играли немаловажную роль в обустройстве условий проживания семинаристов.

На съезде 1895 г. поднимается вопрос о том, что оплата в 120–150 руб. в год слишком велика для «иноепархиальных» воспитанников, в связи с чем многие из них просились на пансионное содержание (которое составляло 85 руб. в год). Удовлетворение подобных просьб приводило к неравному распределению учащихся между казённым и епархиальным общежитиями, что плохо отражалось на санитарно-гигиенических условиях. Поэтому предлагалось снизить стоимость обучения до 80–90 руб. (в этом случае ожидалось и возрастание количества воспитанников, и больший приток денег). В итоге принимается решение снижать плату до 100 руб. в год «за благонравие и успехи в учёбе» [19, с. 246]. В 1898 г. было отказано в прошении освободить от оплаты или снизить стоимость обучения для детей служащих типографии Братства Св. вмч. Дмитрия Солунского [28, с. 103]. В 1904 г. поднимается вопрос уже о том, что «иноепархиальные» воспитанники мало платят за обучение: 1 воспитанник семинарии обходится в 161 руб., а взнос составляет – 133 руб. [2, с. 125]. В 1907 г. на содержание одного воспитанника отводится 233 руб. (без предоставления формы). В целом же, в сравнении с другими епархиями материальное положение ТДС было вполне удовлетворительным. Так, Т.Г. Леонтьева в своей работе отмечает, что на содержание одного воспитанника Тверской семинарии в конце XIX в. отводилось 80-90 руб. [33, с. 75], в это же время в Тобольской епархии в 1898 г. – 128 руб. 15 коп [14, с. 88].

5. *Обустройство общежития.* На эти цели отводились достаточные суммы, к примеру, к 1 января 1904 г. значится остаток с денег, выделенных сметой в 1901 г. – 6729 руб., 12 коп. [2, с. 124]. Из епархиальных сумм финансируется капитальный ремонт общежития, ассигнуются средства на ремонт кроватей, покупку постельных принадлежностей и мн. другое [10, с. 85]. В 1904 г., как раз накануне забастовки, были решены проблемы переустройства бани и туалетов [2, с. 125]. В 1905 г. был предложен на рассмотрение проект по перестройке общежития только под «спальные комнаты», однако он принят не был, т. к. лишал воспитанников дополнительного пространства [2, с. 124–125]. В 1907 г. поступило предложение от депутатов съезда о выплате семинаристам стипендии в 100–120 руб., на которую они бы сами себя содержать вне общежития [10, с. 84].

6. *Кадровые вопросы.* Требования касались повышения зарплат, а также найма учителей для ведения отдельных предметов, таких как иконописание, переплётное дело. К примеру, в 1895 г. поднимался вопрос о найме одного врача, который бы обслуживал все учебные заведения без дополнительной подработки. К данной должности были выдвинуты следующие требования: он должен быть «ответственным, известным своими познаниями и имеющий доверие публики» [22, с. 249]. В 1907 г. даже предлагалось нанять швейцара и дворника в ТДС.

На рассмотрение съездов регулярно поступали просьбы преподавателей и служащих ТДС о повышении им жалования, но чаще всего, они не удовлетворялись по разным причинам. В связи с финансовыми затруднениями, иногда приходилось перераспределять денежные расходы ТДС в связи с необходимостью решать задачи, считавшиеся приоритетными. Так, в 1904 г. было принято решение упразднить занятия музыкой и гимнастикой [2, с. 127]. В этом же году стала доплачиваться надбавка надзирателям.

7. *Открытие и закрытие параллельных и дополнительных классов при семинарии.* Необходимость создания новых классов в семинарии была связана, в основном, с большим количеством учащихся, что осложняло процесс обучения. Вопросы на эту тему поднимались в 1895, 1904, 1907 гг. Из дополнительных классов упоминаются занятия по музыке, пению, иконописанию, медицине и переплётному мастерству. Класс иконописания был открыт в 1896 г., переплётное мастерство, по видимому, было введено ранее. Однако в 1904 г. обе эти дисциплины были упразднены за ненадобностью (обучение иконописи было заменено курсом лекций). Занятия по пению и музыке также пришлось приостановить в том же году по причине нехватки средств, однако продолжали выделяться деньги на покупку нот [2, с. 127]. В 1907 г. вновь упоминается иконописание, возвращается переплётное искусство, добавляются столярное и токарное мастерство (по желанию воспитанников, а также по соображениям пользы для здоровья) [10, с. 84–85].

8. *Финансовая помощь воспитанникам.* Упоминается три вида финансовой поддержки. Первый – открытие вакансий для детей погибших и раненых в русско-японской войне. По решению съезда в 1904 г. было учреждено 2 таких вакансии при семинарии и по 1 при епархиальных училищах [6, с. 132]. Второй мы видим в журнале за 1901 г., когда поднимается вопрос о создании фонда помощи нуждающимся учащимся [26, с. 48]. Третий – через выдачу субсидий из средств ссудо-вспомогательной кассы воспитанников. Примечательно, что в Тобольской епархии данная структура была создана в 1884 г., однако её работа была приостановлена на некоторое время из-за недостатка средств до 1898 года.

9. *Обустройство библиотеки.* Существовало 3 библиотеки, которыми могли пользоваться семинаристы: ученическая, безвозмездная при общежитии [2, с. 128] и читальня. Они содержались на епархиальные средства, в ученическую библиотеку приходили добровольные пожертвования от родителей. Ремонт же книг производился за счёт переплётного дела, существовавшего в качестве дополнительного занятия для воспитанников [10, с. 84]. Практически всегда расходы библиотеки включались в смету на трёхлетие, имели случаи и дополнительные ассигнования.

10. *События забастовки 1905–1907 гг.* На съезде 1907 г. священник Иоанн Наумов из Курганского уезда предложил съезду разобраться в причинах произошедшей забастовки в семинарии, а также выступил с просьбой вернуть 33 уволенных воспитанника обратно [15, с. 63]. Данное предложение встретило поддержку среди депутатов, что отражено в тексте выступления священника Иоанна Попова, зафиксированного под рубрикой «особое мнение» [16, с. 68]. После обсуждения участники съезда решили, что, несмотря на то, что данный вопрос не относится к деятельности съезда, будет составлено прошение на имя епископа возратить уволенных ребят в семинарию [12, с. 66]. Однако, епископ ответил жёстким отказом [12, с. 66].

В работах некоторых исследователей встречается мнение, что епископы просто отказывались входить в положение семинаристов и разбираться в причинах забастовок, а, чтобы избежать проблем, решали всё увольнением «мятежников». Однако это мнение нельзя считать верным: 21 июня 1899 г.

Св. Синод принимает указ, в соответствии с которым было необходимо немедленно закрывать семинарию в случае возникновения массовых беспорядков, а согласно циркуляру от 21 декабря 1901 г. предписывалось незамедлительно исключать участников забастовок [36, с. 44]. Таким образом, епископы просто были вынуждены исполнять свои служебные обязанности. В подтверждение этому можно проследить позицию епископа Тобольского Антония по поводу закрытия общежития.

В 1907 г. съезд выдвигает предложение о закрытии епархиального общежития в связи с «дороговизной его содержания» [14, с. 93]. Правление ТДС требовало от депутатов отменить это решение: «ведь важно оградить семинаристов от различных влияний, и на это не следует жалеть денег». В отличие от «квартирного» образа жизни, в стенах общежития воспитанники находятся под постоянным контролем инспекции; а если больше половины семинаристов будут жить «на квартирах», и, соответственно, общаться с различными людьми и организациями – это плохо скажется на настроениях внутри семинарии [14, с. 94–95]. Депутаты съезда, в свою очередь, отмечали, что наличие 2-х общежитий и штата инспекторов не уберегло семинарию от забастовки, а также то, что в большой «скученности» воспитанников быстрее передаются всякие влияния. Также «казарменная жизнь и постоянный надзор» угнетают воспитанников и делают их «малознакомыми с жизнью, наивными дикарями» [14, с. 96–97]. Епископ в резолюции постановил, что закрытие общежития весьма пагубно скажется на воспитанниках ввиду проживания в Тобольске множества политических ссыльных и распространения литературы. Таким образом, епископ старался идти навстречу ученикам, уберечь их, насколько ему позволяли полномочия.

Подводя итог, следует сказать, что съезды своевременно реагировали на ситуацию в семинарии, а в случае ошибок исправляли их, достаточно внимательно относились к нуждам воспитанников. В материальном отношении Тобольская духовная семинария была неплохо обеспечена. Здесь создавались условия для проживания, питания, обучения. Не случайно, что среди требований тобольских забастовщиков не указывались вопросы улучшения жизни и быта. Причины выступления семинаристов следует искать в другой плоскости. Прежде всего, в общей напряженной атмосфере общественного недовольства, вызванного отсутствием политических свобод, неудовлетворенностью собственной отстраненностью от решения вопросов обучения, организации семинарской жизни в целом.

Список литературы

1. Журналы обще-епархиального съезда депутатов духовенства Тобольской епархии 1904 г. (далее – журналы ОЕСД) // Тобольские епархиальные ведомости (далее – ТЕВ). 1905. № 4. Отд. офиц. С. 88–108; № 5. Отд. офиц. С. 113–146.
2. Журналы ОЕСД Тобольской епархии 1904 г. Журнал № 6 // ТЕВ. 1905. № 5. Отд. офиц. С. 123–130.
3. Журналы ОЕСД Тобольской епархии 1904 г. Журнал № 9 // ТЕВ. 1905. № 4. Отд. офиц. С. 98–100.
4. Журналы ОЕСД Тобольской епархии 1904 г. Журнал № 17 // ТЕВ. 1905. № 5. Отд. офиц. С. 142.
5. Журналы ОЕСД Тобольской епархии 1904 г. Журнал № 21 // ТЕВ. 1905. № 5. Отд. офиц. С. 132.
6. Журналы ОЕСД Тобольской епархии 1904 г. Журнал № 23 // ТЕВ. 1905. № 5. Отд. офиц. С. 132–133.
7. Журналы ОЕСД Тобольской епархии 1904 г. Журнал № 40 // ТЕВ. 1905. № 5. Отд. офиц. С. 143.
8. Журналы Общеепархиального съезда духовенства Тобольской епархии (далее – журналы ОСД) 1907 года // ТЕВ. 1908. № 3. Отд. офиц. С. 31–45; № 4. Отд. офиц. С. 52–70; № 5. Отд. офиц. С. 77–97; № 6. Отд. офиц. С. 107–113; № 7–8. Отд. офиц. С. 126–157; № 9. Отд. офиц. С. 171–182; № 10. Отд. офиц. С. 189–204; № 11. Отд. офиц. С. 214–232; № 12. Отд. офиц. С. 243–248; № 13. Отд. офиц. С. 254–269; № 14. Отд. офиц. С. 284–291; № 15. Отд. офиц. С. 302–311; № 16. Отд. офиц. С. 324–334; № 17. Отд. офиц. С. 341–342.
9. Журналы ОСД 1907 года. Журнал № 8 // ТЕВ. 1908. № 6. Отд. офиц. С. 217–113.
10. Журналы ОСД Тобольской епархии 1907 года. Журнал № 14 // ТЕВ. 1908. № 5. Отд. офиц. С. 83–85.
11. Журналы ОСД Тобольской епархии 1907 года. Журнал № 31 // ТЕВ. 1908. № 11. Отд. офиц. С. 217–218.
12. Журналы ОСД Тобольской епархии 1907 года Журнал № 34 // ТЕВ. 1908. № 4. Отд. офиц. С. 66–67.
13. Журналы ОСД Тобольской епархии 1907 года. Журнал № 37 // ТЕВ. 1908. № 5. Отд. офиц. С. 95–97.
14. Журналы ОСД Тобольской епархии 1907 года. Журнал № 74 // ТЕВ. 1908. № 5. Отд. офиц. С. 87–95.
15. Журналы ОСД Тобольской епархии 1907 года. Приложение 19. // ТЕВ. 1908. № 4. Отд. офиц. С. 63–66.
16. Журналы ОСД 1907 года Приложение к журналу № 34 // ТЕВ. 1908. № 4. Отд. офиц. С. 68.
17. Журналы общеепархиального съезда Тобольской епархии (далее – журналы ОС) // ТЕВ. 1896. № 17. Отд. офиц. С. 201–207; № 20. Отд. офиц. С. 232–238; № 21. Отд. офиц. С. 244–261; № 22. Отд. офиц. С. 272–285; № 23. Отд. офиц. С. 288–295; № 24. Отд. офиц. С. 296–302.
18. Журналы ОС Тобольской епархии // ТЕВ. 1897. № 3. Отд. офиц. С. 43–49.
19. Журналы ОС Тобольской епархии. Журнал № 3 // ТЕВ. 1896. № 21. Отд. офиц. С. 246–248.
20. Журналы ОС Тобольской епархии. Журнал № 4 // ТЕВ. 1897. № 3. Отд. офиц. С. 44–45.

21. Журналы ОС Тобольской епархии. Журнал № 9 // ТЕВ. 1896. № 17. Отд. офиц. С. 201–202.
22. Журналы ОС Тобольской епархии. Журнал № 13 // ТЕВ. 1896. № 21. Отд. офиц. С. 248–249.
23. Журналы Тобольского ОСД // ТЕВ. 1899. № 4. Отд. офиц. С. 59–74; № 5. Отд. офиц. С. 77–94; № 6. Отд. офиц. С. 99–105.
24. Журналы Тобольского ОСД 1901 года // ТЕВ. 1902. № 4. Отд. офиц. С. 41–75; № 5. Отд. офиц. С. 95–107; № 6. Отд. офиц. С. 114–124; № 7. Отд. офиц. С. 140; № 8. Отд. офиц. С. 156–159; № 9. Отд. офиц. С. 188–196.
25. Журналы Тобольского ОСД 1901 года. Журнал № 14 // ТЕВ. 1902. № 4. Отд. офиц. С. 45–46.
26. Журналы Тобольского ОСД 1901 года. Журнал № 35 // ТЕВ. 1902. № 4. Отд. офиц. С. 48–49.
27. Журналы Тобольского ОСД. II. По делам свечного завода (д) // ТЕВ. 1899. № 4. Отд. офиц. С. 73–74.
28. Журналы Тобольского ОСД. V. По разным предметам (г) // ТЕВ. 1899. № 6. Отд. офиц. С. 103–104.
29. Зырянов П.Н. Православная Церковь в борьбе с революцией 1905–1907 гг. М.: Наука, 1984.
30. Игумен Савва (Тутунов). Епархиальные реформы. URL: https://bookz.ru/authors/savva-tutunov/eparhial_904/page-3-eparhial_904.html (дата обращения: 15.10.17)
31. Иконников С.А. Приходское духовенство Воронежской епархии второй половины XIX – начала XX века. Социокультурная характеристика. Воронеж, 2014.
32. Ищенко О.В. О причинах волнений в духовных семинариях Сибири начала XX в. // Уральский исторический вестник. 2008. №4 (21). С. 49–58.
33. Леонтьева Т.Г. Вера и прогресс: православное сельское духовенство России во второй половине XIX – начале XX вв. М.: Новый хронограф, 2002. 266 с.
34. Павленко Т.А. Участие ставропольских семинаристов во всероссийском семинарском движении (конец XIX – начало XX в.). URL: <http://mognovse.ru/ozd-uchastie-stavropoleskih-seminaristov-vo-vserossijskom-semi.html> (дата обращения: 15.10.2017).
35. Петиция семинаристов, предъявленная ректору Тобольской семинарии 15 октября 1905 года // 400 лет Тобольску. Свердловск: Средне-Уральское книжное издательство, 1987. С. 87–88.
36. Попова О.П., Попова А.Д. Бунтующая семинария: протестное движение в духовных учебных заведениях (вторая половина XIX – начало XX веков) // Новый исторический вестник. 2017. № 2(52). С. 39–56.
37. Сойкин П.П. Полный православный богословский энциклопедический словарь. В 2 томах. СПб.: Изд-во П.П. Сойкина, 1913. URL: theological-encyclopedia.academic.ru (дата обращения: 28.09.17).
38. «Очерки недавнего прошлого» из рукописного журнала тобольских семинаристов «Современник» // Революционное движение в Тобольской губернии в 1905–1914 гг. Свердловск: Средне-Уральское книжное издательство, 1981.
39. Ушаков А.В. Движение учащихся духовных семинарий России в конце XIX – начале XX веков // Вестник МГПУ. 2011. № 2 (8). С. 8–14.

УДК 93/94

А.Ф. Сахратов

студент

*Научный руководитель – д-р ист. наук, профессор В.В. Цысь
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ДУХОВЕНСТВА ТОБОЛЬСКОЙ ЕПАРХИИ В НАЧАЛЬНЫЙ ПЕРИОД ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ (ПО МАТЕРИАЛАМ «ТОБОЛЬСКИХ ЕПАРХИАЛЬНЫХ ВЕДОМОСТЕЙ»)

Аннотация. В статье рассматриваются особенности проповеднической, просветительской и образовательной деятельности духовенства Тобольской епархии на материалах «Тобольских епархиальных ведомостей» в начальный период Первой мировой войны. Уделено внимание вопросам антиалкогольной деятельности, развития сети библиотек, благотворительности, связи школы с народом.

Ключевые слова: война и православная вера; благотворительность; начальное училище; Тобольская епархия; Первая мировая война.

Первая мировая война, небывалая по своему охвату и человеческим жертвам кардинально перекроила карту Европы и обострила узел мировых противоречий, что впоследствии привело ко Второй мировой войне. В России произошла социалистическая революция, приведшая к противостоянию антагонистических политических систем. Гражданская и Вторая мировая войны стерли из народного сознания память о Первой мировой войне. Советская историография рассматривала ее через призму официальной идеологии, что мешало объективному освещению темы. Такая же судьба постигла в советские годы и историю Церкви. Этим обусловлен всплеск интереса к истории Русской Православной Церкви в последние десятилетия. Изучение истории Церкви в региональном разрезе позволит лучше уяснить специфику ее жизнедеятельности в регионе, что будет способствовать углублению представления о ней в масштабах всей страны.

Хронологические рамки статьи обусловлены бытующим среди современных исследователей делением Первой мировой войны на два периода: 1914–1915 и 1916–1917 гг. Первый характеризовался патриотическим воодушевлением, сотрудничеством общественно политических сил, второй – усталостью от войны и растущей дезинтеграцией. Конъюнктурная же обстановка неизбежно должна была сказаться на настроениях духовенства.

В связи с начавшейся Первой мировой войной Российская Православная Церковь стремилась оправдать участие России в ней, пробудить патриотические чувства в народной среде. Одним из способов, с помощью которого это можно было сделать, являлась просветительская деятельность, в частности, обращение к истории. 5 августа 1914 г. началась Галицийская битва, в которой противником нашей страны выступила Австро-Венгрия. В № 20 от 22 августа помещено «Воззвание Верховного Главнокомандующего. Русскому народу». В нем вел. князь Николай Николаевич говорит о неизбежности вливания территории бывшего Галицкого княжества и Угорщины (на которых искони проживает русское население) в состав России. «Как бурный поток рвет камни, чтобы слиться с морем, так нет силы, которая остановила бы Русский народ в его порыве к объединению» [10, с. 333]. Следом помещена историческая справка о судьбе русского населения Подкарпатской и Закарпатской Руси, начиная с того, что сюда помещается историческая прародина всего славянства. Подробно освещается вся тяжесть положения, выпавшего на долю православного населения Галиции при польском владычестве, еще более тяжелого на Угорщине, составлявшей часть Венгрии [22, с. 335, 337]. Таким образом, военная акция против Австро-Венгрии находит свое историческое оправдание.

Оправданию Первой мировой войны посвящена и статья просветительского характера – «Исторический смысл настоящей войны». В ней приведена точка зрения Ю. Крижанича, провозвестника славянской идеи. Негативное отношение к немцам сквозит через всю его концепцию, что объясняется впечатлением гнета от последних по отношению к его соотечественникам (сам он хорват по происхождению). Уже поэтому он не может считаться в полной мере объективным. В его представлении немцы ненавидят славян лютой ненавистью и не могут смириться с тем, что есть свободное могущественное славянское государство, надежда всех славян. В статье также проводится идея о третьей роли нашего государства в европейских делах, когда мы стремимся поддерживать равновесие, препятствуя установлению гегемонии как германской, так и романской партии в Европе. В этой войне, по словам автора статьи, Россия не ищет каких-либо приобретений, а лишь стремится вернуть германский народ в определенные рамки [15, с. 408].

Статья «Промысел Божий в судьбах России» написана по поводу вступления Турции в Первую мировую войну: в ней содержится упоминание о провокации со стороны Турции, «так дерзко поднявшей свою руку на Россию без всякого повода с нашей стороны». Поэтому красной нитью проходит идея освободительной миссии России по отношению к Святой Земле: только русский царь достоин быть «отмстителем за угнетаемые народности и освободителем Святой Земли и Византии от неверных» [3, с. 66].

Церковью ставится вопрос о совместимости воинского служения и православной веры. Отмечается, что в Ветхом Завете нет ни намека на запрещение военного дела, напротив «сам Бог через пророка Моисея положил начало, придал стройную организацию и освятил воинское звание, его доспехи, занятия и действия». Не находит оно осуждения и со стороны Божественного основателя христианства и его учеников. В частности, Он благоволил к римским легионерам, перешедшим в христианство, никак не осуждая их занятия. И самый главный вопрос, – не противоречит ли вооруженная защита от врага на поле брани с заповедью Христа о любви к врагам, – разрешается Кириллом (в миру – Константином Философом): Христос Бог наш повелел молиться за обижающих нас и благотворить им; но Он же заповедал нам: «Больше сея любви никтоже имать, да кто душу положит за други своя» (Иоан. 15, 13). Поэтому мы терпим обиды, причиняемые каждому из нас отдельно, но отечество наше защищаем вооруженной рукою: полагая за него по заповеди Спасителя, души свои» [4,

с. 515]. В конце статьи делается вывод о том, что воюющих на правду, благо и счастье ближних Церковь не только не осуждает, а «увенчивает из венцом славы святых мучеников» [4, с. 516].

В одной из церквей Тобольской епархии была произнесена проповедь следующего содержания. Церковь стремится поддержать моральный дух войск: «Но стойте крепко и не падайте духом... Помните, жизнь ваша в руках Господа, без воли которого ни один волос не падет с главы вашей... Идите честным, прямым путем, куда зовет вас долг и присяга» [9, с. 397]. Существовала и такая проблема, как антивоенная пропаганда и Церковь стремилась ее пресечь, на что указывают следующие слова: «Не поддавайтесь коварным речам изменников, которых немало рыщет среди верных сынов отечества» [9, с. 397].

К просветительской деятельности РПЦ можно отнести пропаганду здорового образа жизни. В № 21 в «Школьном листке» помещены народные пословицы и поговорки [16, с. 136], посвященные вреду алкоголя. Сам данный факт указывает на существование проблемы алкоголизации молодых людей, учащихся семинарий и церковно-приходских школ Тобольской епархии. Этой же теме посвящена статья «Станем добре, станем со страхом, вонем. Борьба с пьянством. Общества трезвости». В ней указывается на широкие масштабы распространения пьянства, особенно в сельской среде. Приводятся примеры уже действующих обществ трезвости, разросшихся до широких пределов: Петроградского Александро-Невского и Новгородского Иоанно-Предтеченского. Эти примеры служат вдохновению на создание новых «обществ трезвости». Причем вступающие в Общество, должны давать перед Богом молитвенное обещание и просить его о помощи [1, с. 610]. На протяжении почти всего первого полугодия 1915 г. царил радостная эйфория в связи с действием «сухого закона» и его положительными результатами в виде прекращения пьяных разгулов. Но в августе вновь раздается тревожный голос о «пришибленной гидре пьянства», которая «начинает снова поднимать свою голову» [19, с. 120].

В судьбоносные исторические моменты, когда простой народ стоит в неизвестности перед тем, что его ожидает в будущем, он начинает живо интересоваться необычными, с его точки зрения, людьми – появляются «пророки», «целители» и колдуны, обещающие избавить пришедшего к ним человека от болезней и предупредить о грядущих трагедиях. Они лишь наживаются на малообразованной крестьянской массе. Среди нее оказываются и прихожане православных храмов. Именно к ним обращена проповедь священника Николая Тихомирова, который выражает взгляд церкви на данную проблему. Помещена она в № 20 от 22 августа 1914 г. под заглавием «Поучение против ворожбы». Автор подвергает сомнению принадлежность к Церкви Христовой тех ее чад, которые вместо того, чтобы вопрошать у святых угодников Божиих, святых пророков и апостолов, обращаются ко всяким проходимцам. «Они [святые пророки] оставили нам свои богодухновенные писания, в которых каждый желающий может найти ясные и точные предсказания как о своей судьбе, так и о судьбе других людей, даже о судьбе целых царств и народов» – пишет о. Николай и далее приводит выдержки из Священного Писания, которые указывают на пагубность для души христианина нарушения заповедей и общения с «неверными: ибо какое общение праведности с беззаконием? Что общего у света со тьмою? Какое согласие между Христом и Велиаром?» [13, с. 327].

Церковь учит тому, что основы нравственного поведения закладываются с самого детства, а от дурных склонностей, приобретенных в молодом возрасте, впоследствии очень трудно избавиться. Поэтому очень важно оберегать детей от соблазнов и всех поводов ко греху, стремится воспитывать их нравственную чистоту. Этому и посвящена проповедь священника Николая Тихомирова в неделю Рождества Христова. Прочитана она по поводу недостойного поведения молодежи, которая в преддверии праздника устраивала «игры неприличные, отвратительные, песни соблазнительные, пляски бесстыдные». Нередко они сопровождалась сквернословием и потреблением алкоголя [13, с. 648].

«Покаяние глубокое и плодотворное в настоящее время – наше самое последнее и самое верное оружие и для привлечения Божией помощи, и для отражения вражеского нашествия» [12, с. 75] – эта мысль является главной в перепечатанной из (Р. Е. В.) статьи, написанной в канун подготовки к Великому Посту.

Ставленник Григория Распутина, Варнава, проявлял серьезную активность на поприще проповеднической деятельности. Например, в одной из множества проповедей он обращает внимание на воспитательную роль Церкви. Только она закладывает в души ростки любви, веры и правды, чего порой лишены выпускники светских школ. Именно поэтому мы в тяжелые времена должны уповать на Церковь Божию [5, с. 504].

Существенное место в годы войны в деятельности Церкви занимала организация благотворительности для обеспечения воинов всем необходимым и помощи раненым. Одним из механизмов для активизации паствы в указанном направлении была проповедь. В частности, в одной из своих речей

епископ Варнава призывал пасомых к посту, а сэкономленное благодаря этому отправлять на фронт [6, с. 292]. Подобный же смысл содержался не только в этом одном его поучении, но вкладывался и в др., произнесенные позднее [7].

Большая роль в проповеднической и просветительской деятельности на территории Тобольской епархии принадлежит Тобольскому Епархиальному Братству св. вмч. Дмитрия Солунского.

В рамках просветительской деятельности Братством осуществлялась и борьба с пьянством среди населения с помощью противоалкогольных чтений и бесед, раздачи соответствующей литературы и торжественных богослужений [11, с. 58–59].

Одна из проблем начального школьного образования, на которую обращается в Школьном листке за 1915 г. – отсутствие в школах книг для внеклассного чтения. В связи с этим, приводятся конкретные данные: «не более 10 % начальных сельских школ всех ведомств имеют библиотеки, а в остальных школах – постоянно жалкие остатки библиотек, несмотря на периодическое пополнение их книгами». Статья имеет практическую ценность благодаря выяснению причин книжного голода и определению некоторых способов улучшения школьно-библиотечного дела. Важную роль в сохранении книг принадлежит учителю, но большинство учителей не исполняют ее должным образом, а связано это с тем, что они фактически не имеют своих качественных личных библиотек, что обусловлено отсутствием интереса к книгам серьезного содержания, связанным с профессией или неумением их собрать. А раз у них нет любви и почтения к книгам, значит они не умеют обращаться с ними и не дают личного примера ученикам [17, с. 54]. На основании сего даются и рекомендации: 1) охранять от потери и повреждения казенные книги школы и 2) ежегодно выписывать для своей личной библиотеки хотя бы по две книги методико-педагогического и философско-психологического содержания [18, с. 63].

Директор народных училищ Тобольской губернии Г.Я. Маляревский обратился с ходатайством Его Преосвященству о привлечении законоучителей начальных училищ к присмотру за соблюдением чтения положенных молитв (утренней, перед и после каждого урока, перед и после обеда). Ходатайство епископом Варнавой было удовлетворено 11 апреля 1915 г. и напечатано в офиц. части «ТЭВ» за 15 мая 1915 г. [8, с. 255].

Священник С. Аталыков видит главную проблему увеселительных народных собраний в тяжелое время в плохой связи школ с народом, а причину последнего в следующем: «Школы наши с жалкими скудными библиотеками, совершенно без средств, питаются совершенно грошовыми субсидиями, наполняются дешевыми книгами, не удовлетворяющими читателя, помещения школ малопоместительны» [2, с. 387]. Для решения проблемы он призывает все духовенство объединиться и как одному человеку сформулировать на своих съездах потребность об устройстве народных школ – народных домов.

Ишимский уездный наблюдатель, священник Роман Горбунов в статье «К вопросу о борьбе с пороками детей школьного возраста в деревне через церковные школы» указывает на необходимость открытия при начальных церковных школах кружков и обществ, которые бы позволили поставить детей на службу высоким идеям, которые могли бы быть положены в основу деятельности этих организаций и в подтверждение успешности их работы при сердечном отношении учащихся и заведующих приводит пример товарищества защиты животных, организованного в селе Копорье Петроградской губернии. Будучи первоначально неустойчивой, деятельность общества приобрела более организованный характер. Дети осознали необходимость организации разведок для защиты животных от уличной ребятни. Нарушители обычной жизнедеятельности животных не всегда шли на встречу членам общества: однажды, их встреча закончилась перепалкой, и ребята были вынуждены обратиться к учителю. Он поговорил с родителями нашаливших детей и примирил последних с ребятами-участниками общества. В результате общество пополнилось еще тремя членами [20, с. 136].

Тот же автор указывал на ценность для детской души личного примера учителя, так как впечатления детства остаются с человеком на всю жизнь. С этой целью он привел рассказ учителя, которому в детстве крестная мать показала пример кражи книг из балагана и только поучения батюшки, который упорно разъяснял воспитанникам, что воровство – страшный грех, остановил его от принятия ворованных книг и движения по преступному пути [21, с. 166].

Таким образом, можно заключить, что система начального образования на территории Тобольской епархии за рассматриваемый период не претерпела существенных изменений. Много писалось о необходимости обеспечения связи школы с народом, авторы статей стремились стимулировать инициативность местного духовенства, обращалось внимание на личность самого учителя и ее роль в воспитании подрастающего поколения. В развитии сети библиотек и пополнении их книгами посильную помощь Церкви оказывало Тобольское епархиальное братство святого великомученика Дмитрия

Солунского. Несмотря на отсутствие сколь-либо значимых изменений стоит отметить, что отдельные духовные лица епархии озвучивали на страницах «ТЕВ» волновавшие их проблемы, что подталкивало епархиальные власти на некоторые изменения. Они коснулись, например, особенностей чтения молитв в учебном заведении, в контроле за которым значительную роль теперь приобрел законоучитель.

Проповедническая деятельность была направлена на пропаганду христианских добродетелей, таких как покаяние, самоотверженность, практическое сострадание. Немало проповедей было посвящено активизации пожертвований на нужды войны. При этом, участие в военных действиях воспринималось как подвижнический подвиг, жертва во имя благоденствия ближнего. Для оправдания участия России в войне на страницах «ТЕВ» помещались статьи исторического характера, акцентирующие внимание на образе Москвы как освободительнице Святой Земли и Константинополя, изнемогающего под турецким гнетом славянства, носительницы христианского гуманизма. Создавался негативный образ «немчуры» как варварски жестокой нации с оболочкой «высокой» культуры.

Список литературы

1. Андроник, преосвящ. Станем добре, станем со страхом, вонмем // Тобольские епархиальные ведомости (далее – ТЕВ). 1914. № 34. Отдел неофиц. С. 607–610.
2. Аталыков С., свящ. Связь между школою и народом // ТЕВ. 1915. № 26. Отдел неофиц. С. 387–388.
3. В. Е. В. Промысел Божий в судьбах России // ТЕВ. 1915. № 5. Отдел неофиц. С. 63–67.
4. Гончаров Н., свящ. Воинское звание пред судом слова Божия и разума Святой Православной Церкви // ТЕВ. 1914. № 28. Отдел неофиц. С. 507–516.
5. Епарх. хроника. Служения Архипастыря // ТЕВ. 1914. № 28. Отдел неофиц. С. 503–506.
6. Епарх. хроника. Служения Архипастыря // ТЕВ. 1915. № 20. Отдел неофиц. С. 286–292.
7. Епарх. хроника. Служения Архипастыря // ТЕВ. 1915. № 21. Отдел неофиц. С. 295–296; Епарх. хроника. Служения Архипастыря // ТЕВ. 1915. № 23. Отдел неофиц. С. 330–334; Епарх. хроника. Служения Архипастыря // ТЕВ. 1915. № 25. Отдел неофиц. С. 371–372.
8. К сведению и исполнению духовенства епархии // ТЕВ. 1915. № 19. Отдел офиц. С. 254–255.
9. Молчанов Петр, свящ. На войну. // ТЕВ. 1914. № 23. Отдел неофиц. С. 395–397.
10. Николай, Ген.-адъют. Воззвание Верховного Главнокомандующего // ТЕВ. 1914. № 20. Отдел неофиц. С. 333.
11. Отчет о деятельности Тобольского Епархиального Братства св. великом. Дмитрия Солунского за 1913/14 год // ТЕВ. 1915. № 4. Отдел офиц. С. 54–62.
12. (Р. Е. В.). Знаменательное совпадение // ТЕВ. 1915. № 6. Отдел неофиц. С. 72–76.
13. Тихомиров Николай, свящ. Поучение в неделю по Рождестве Христове // ТЕВ. 1914. № 36. Отдел неофиц. С. 647–650.
14. Тихомиров Николай, свящ. Поучение в день Нового года // ТЕВ. 1915. № 45. Отдел неофиц. С. 721–723.
15. Цветаев Дмитрий, проф. Исторический смысл настоящей войны // ТЕВ. 1914. № 23. Отдел неофиц. С. 403–408.
16. Школьный листок № 17 // ТЕВ. 1914. № 21. С. 129–136.
17. Школьный листок № 7 // ТЕВ. 1915. № 13. С. 49–56.
18. Школьный листок № 9 // ТЕВ. 1915. № 19. С. 69–76.
19. Школьный листок № 16 // ТЕВ. 1915. № 31. С. 117–124.
20. Школьный листок № 18 // ТЕВ. 1915. № 35. С. 133–140.
21. Школьный листок № 22 // ТЕВ. 1915. № 43. С. 165–168.
22. «Якут. Епарх. Вед.». Русь Подкарпатская и Закарпатская // ТЕВ. 1914. № 20. Отдел неофиц. С. 333–338.

ГДЕ НЕСЛИ «ГОДОВУЮ СЛУЖБУ» БЕРЕЗОВСКИЕ КАЗАКИ И «ЛИТВА»?

Аннотация. Вскоре после основания Березова служивших там казаков и «литву» стали назначать годовальщиками (как нередко и сургутян, тоболяков, тюменцев, пелымцев). Березовцы постоянно «годовали» в Мангазее и Обдорском (Носовом), затем Маковском и Енисейском острогах, в Томске и Кодском городке, а также, возможно, в Нарымском остроге в первые месяцы его существования, выполняя разнообразные функции (преимущественно собирая ясак).

Ключевые слова: Березов; казаки; «литва»; «годовая служба»; Обдорский (Носовой); Нарымский острог; Енисейский острог; Кодский городок; Мангазее; Томск; сбор ясака.

В Сибири с самого начала ее русской колонизации широкое распространение приобрела «годовая служба» – часто ранее использовавшаяся и на «Руси» практика «посылки» детей боярских, казаков, «литвы», черкас, «немцев» из одного города в другой (или острог), порой на год, а нередко на несколько лет. Гарнизон основанного в 1593 г. Березова через три года, насколько известно, тоже стал привлекаться и местной, и (со временем) тобольской администрацией к несению этого вида службы.

В 1596 г. отряд князя П.И. Горчакова, прибывший из Москвы к городу на Северной Сосьве, дабы окончательно подавить восстание остяков и самоедов, разгромил Обдорское княжество и превратил когда-то являвшееся его столицей поселение Пулинг-авот-ваш на Ангальском мысу в Обдорский (Носовой) острог. «Присылавшиеся» туда ежегодно несколько березовцев принимали в этом остроге ясак у тундровых ненцев [15, с. 234–235; 9, с. 16; 12, с. 107–109, 115, 149].

В 1597 г. выступивший из Сургута под началом его письменного головы И.И. Колемина сводный отряд, включавший 70 березовских казаков, овладел главной резиденцией правителя Пегой орды верхненарымского князя Вони и заложил поблизости Нарымский острог. Обычно считается, что следом там стали «годовать» сургутяне [6, с. 100; 11, с. 98–99; 26, с. 48, 52; 20, с. 98; 21, с. 102–104, 108]. (В течение без малого полутора десятилетий Нарымский острог размещался на территории Сургутского уезда и до 1610 г. [1, с. 46] состоял в ведении его воевод и письменных голов¹). Возможно, однако, что среди первых нарымских годовальщиков были и березовцы, поскольку некоторые из них в 1620-х гг. носили прозвище Нарымец [5, с. 87, 88; 23, с. 356–358].

В 1600 г. 50 березовских казаков во главе с атаманом Я. Черным приняли участие в экспедиции князя М.М. Шаховского и Д.П. Хрипунова в «Мангазею и Енисею», заложив вместе с несколькими десятками тоболяков и сургутян, уцелевшими во время «погрома» «самоядь» за Пуром, острог в среднем течении Таза [14, с. 386, 387; 4, с. 32, 33; 12, с. 111, 158]. Год спустя из Тобольска «в тунгусы» была направлена сотня служилых людей (вдвое больше, чем прежде) письменных голов князя В.М. Рубца Мосальского и С.Т. Пушкина, к которой присоединились 70 березовцев и 30 казаков и стрельцов, входивших в состав гарнизона Сургута. 50 из этих березовцев (кто ими предводительствовал, точно неизвестно, скорее всего атаман И. Аргунов) сменили тех, кому посчастливилось добраться до «Мунгазеи» и «срубить» там острог. В 1603 г. с назначенными управлять «Газовским городом» воеводой Ф.Ю. Булгаковым и письменным головой Н.Г. Елчаниновым туда прибыли 50 служивших в Березове и столько же тоболяков, сменив «годовавших» в заполярном остроге на протяжении двух лет [14, с. 389; 15, с. 203, 204]. (Мнение, будто мангазейская служба тобольских и березовских казаков, стрельцов, «литвы» вначале являлась годичной [2, с. 20; 10, с. 91; 20, с. 109; 24, с. 74; 25, с. 67], таким образом, неточно). Отныне и до начала 1630-х гг. в «поставленном» отрядом князя М.М. Шаховского и Д.П. Хрипунова остроге, сделавшемся в 1607 г. городом, «годовали» по 50 бере-

¹ Ранее считалось, что Нарымский уезд выделился из состава Сургутского в 1611 [27, с. 33; 8, с. 53] или между 1612 и 1618 гг. [20, с. 56].

зовцев, которых посылали в эту крепость и на год, и нередко при смене там воевод и письменных голов, т. е. на два, а то и три года [17, с. 140; 4, с. 46; 7, с. 182; 16, с. 137, 176; 20, с. 99]. (А.А. Мангазеин или Мангезеин, переведенный из Березова в Сургут, затем, также при его основании, Томск [5, с. 82, 83], не исключено, накануне 1604 г. «годовал» в «Тазовском городе» или участвовал в сооружении этого острога).

Быть может, березовцы, головой у которых являлся М.В. Лодыгин, подобно «кодичам» «ставили» в 1601 г. на территории Сургутского уезда Кетский или Кунгопский острог [9, с. 20, 21] и на первых порах «годовали» там. (Обычно принято считать, что кетскими годовальщиками, причем не одно десятилетие, являлись сургутяне [20, с. 98–99; 21, с. 102–104, 108; 26, с. 49]).

С завершением возведения Томска 27 сентября 1604 г. там временно остались многие березовские служилые, участвовавшие в сооружении стен и башен нового города [21, с. 105].

В начале XVII в. по 10 березовских годовальщиков «с огненным боем», сменяя друг друга (очевидно, ежегодно), размещались в Кодском городке, «оберегая» вассалов московских самодержцев князей Алачевых и православный храм (до его закрытия) [22, с. 172; 3, с. 122; 18, с. 45; 5, с. 94]².

Русское градостроительство в Сибири, приостановившееся почти на полтора десятилетия³, в значительной мере из-за продолжительной «межусобной брани», возобновилось в 1618 г., когда был сооружен Кузнецкий острог на Томи, а вскоре отряд пелымского сына боярского П. Албычева и тобольского стрелецкого сотника Ч. Рукина «поставил» Маковский у начала волока, соединявшего Кеть с Енисеем⁴. В основании Маковского (Макытцкого, Макоцкого, Намаковского и т.п.) острога, как случалось почти всегда [3, с. 123], наряду с «кодичами» участвовали березовские казаки, одного из которых – Т. Анфилофьева – П. Албычев и Ч. Рукин в следующем году послали в Нарым и Кетск [15, с. 290–292]. Вероятно, Т. Анфилофьев (вскоре ставший казачьим десятником в Сургуте) «годовал» в Маковском остроге вместе с другими выходцами из «Березова города». В 1619 г. у противоположного края волока с Кети на Енисей тот же сводный отряд, объединявший тоболяков, пелымцев, тюменцев, сургутян, заложил Енисейский (Тунгусский) острог, в котором поначалу, до 1623 г., годовальщиками являлись служилые из Березова и Сургута [2, с. 37; 19, с. 70, 106]⁵.

Участие березовцев в закладке Маковского и Енисейского острогов, между прочим, свидетельствует о том, что задачи властей и служилых людей крепости на Северной Сосьве в начале царствования Михаила Федоровича не ограничивались, как полагает А.В. Малов, сбором ясака, в том числе с ненцев, и доставкой его в Москву, а также обеспечением «морского хода» в Мангазею и гарнизона этого заполярного города [13, с. 162].

Стало быть, вскоре после основания «Березова города» местные казаки и «литва» в течение нескольких месяцев, года, а то и двух – трех, «годовали» в Обдорском (Носовом), Маковском, Енисейском острогах, в Томске, Мангазее, Кодском городке, возможно, в Нарымском и Кетском острогах – или будучи ясатчиками, или также охраняя от «немирных иноземцев» «грады» и волости⁶.

Список литературы

1. Акты времени междуцарствия (1610 г. 17 июля – 1613 г.) / под ред. С.К. Богоявленского, И.С. Рябина. М.: б.и., 1915.
2. Александров В.А. Русское население Сибири XVII – начала XVIII в. (Енисейский край). М.: Наука, 1964.
3. Бахрушин С.В. Научные труды. Т. III. Ч. 2. М.: АН СССР, 1955.
4. Белов М.И. Мангазея. Л.: Гидрометеиздат, 1969.
5. Березово (Очерки истории с древности до наших дней). Екатеринбург: Сократ, 2008.
6. Бучинский П.Н. Соч.: в 2-х т. / под ред. С.Г. Пархимовича; сост. Ю.Л. Мандрика. Т. 2. Тюмень: Ю. Мандрика, 1999.
7. Верхотурские грамоты конца XVI – начала XVII в. Вып. 2. М.: б.и., 1982.

² Утверждение, будто уже в 1599 г. березовскому воеводе И.Г. Вольнскому следовало отправить в Коду 10–15 стрельцов для охраны строившегося храма и княжеской семьи [24, с. 51–52], неверно.

³ Единственным исключением служит постройка в 1607 г. города в Мангазее, ранее являвшейся острогом. Кроме того, в 1611 г. предполагалось уничтожить Нарымский и Кетский остроги и взамен них «срубить» один острог или город «на Роздоре» либо Тогурском устье Оби, но это намерение не осуществилось [14, с. 427–432].

⁴ Весной того же года, напомним, был основан и Кузнецкий острог.

⁵ В.Д. Пузанов, упоминая о «годовых службах» березовских казаков, Кодский городок и Маковский острог не называет.

⁶ Так было, к примеру, в начале московской Смуты, когда, по признанию мангазейского воеводы Д.В. Жеребцова, в подчиненном ему обширном уезде «от самояди, от изменников от пустозерцев вести (оказывались. – Я.С.) не тихи» [28, с. 47, 52].

8. Вершинин Е.В. Челобитные аборигенного населения Сургутского уезда (XVII в.) / отв. ред. Т.А. Исаева. Сургут: Диорит, 2004. С. 53–64.
9. Вершинин Е.В., Шашков А.Т. Участие служилых остяков Кодского княжества в военных походах конца XVI – первой трети XVII в. / отв. ред. Т.А. Исаева. Сургут: Диорит, 2004. С. 10–32.
10. Древний город на Оби: История Сургута. Екатеринбург: Тезис, 1994.
11. Емельянов Н.Ф. Население Среднего Приобья в феодальную эпоху (Состав, занятия и повинности). Томск: Томский государственный университет, 1980.
12. История Ямала: в 2-х т. / под общ. ред. В.В. Алексеева. Т. 1: Ямал традиционный. Кн. 2: Российская колонизация. Екатеринбург: Баско, 2010.
13. Малов А.В. Приезды в Москву березовских служилых людей на выходе России из Смуты. 1613–1619 гг. (По данным прихода-расходных книг Казенного приказа) // Меншиковские чтения: материалы Российской научной конференции. Вып. 10: Березово (Ханты-Мансийский автономный округ – Югра) (27–28 ноября 2015 г.) / отв. ред. П.А. Кротов. СПб.: XVIII век. С. 157–184.
14. Миллер Г.Ф. История Сибири. 2-е изд., доп. Т. 1. М.: Восточная литература РАН, 1999.
15. Миллер Г.Ф. История Сибири. 2-е изд., доп. Т. 2. М.: Восточная литература РАН, 2000.
16. Обдорский край и Мангазеев в XVII веке: сб. докл. Екатеринбург: Тезис, 2004.
17. Обзорение столбцов и книг Сибирского приказа (1592–1768 гг.) / сост. Н.Н. Оглоблин. Ч. 4. М.: б.и, 1901.
18. Перевалова Е.В. Северные ханты: этническая история. Екатеринбург: УрО РАН, 2004.
19. Пузанов В.Д. Военная политика Русского государства в Западной Сибири (конец XVI – начало XVIII в.). Сургут: Таймер, 2011.
20. Пузанов В.Д. Военная служба годовальщиков в Сибири в XVII веке // СР. 2005. № 1 (11). С. 97–112.
21. Пузанов В.Д. Военно-административные проблемы развития Сургутского уезда в XVII–XVIII вв. // СР. 2011. № 1 (9). С. 55–61.
22. Русская историческая библиотека. Т. II. СПб.: Типография братьев Пантелеевых, 1875.
23. Русское старожильческое население Югры в конце XVI – середине XIX в.: исследовательские материалы и документы. М.: Галерея, 2007.
24. Симачкова Н. Становление воеводской системы управления в Сибири (конец XVI – начало XVII в.). Тюмень: Мандр и К⁰, 2006.
25. Скульмовский Д.О. «Годовая служба» в сибирских городах и острогах на рубеже XVI–XVII вв. // Научные труды аспирантов и соискателей Нижневартовского государственного гуманитарного университета. Вып. 4 / отв. ред. С.И. Горлов. Нижневартовск: Нижневартовский государственный гуманитарный университет, 2007. С. 63–69.
26. Ульянова А.Е. Функции сургутских казаков в конце XVI – XVII вв. // Проблемы истории Сибири XVI – XX вв. Вып. 1 / отв. ред. Я.Г. Солодкин. Нижневартовск: Нижневартовский государственный педагогический институт, 2005. С. 46–64.
27. Шашков А.Т. Строительство русских острогов в Сургутском уезде в конце XVI – начале XVII в. // Западная Сибирь в академических и музейных исследованиях: Тез. окруж. научно-практ. конф., посвященной 40-летию Сургутского краеведческого музея (г. Сургут, 24–27 ноября 2003 г.). Сургут: Дефис, 2003. С. 32–35.
28. Эскин Ю.М. Документы о Мангазеев в Смутное время // Новые материалы по истории Сибири досоветского периода / отв. ред. Н.Н. Покровский. Новосибирск, 1986.

Список сокращений

ЗС – Западная Сибирь: прошлое, настоящее, будущее

СР – Северный регион: наука, образование, культура

АНДРЕЙ ИВАНОВИЧ КОНДАКОВ: РУКОВОДИТЕЛЬ СУРГУТСКОГО КОМИТЕТА ОБЩЕСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ГОРОДСКОГО СОВЕТА В ПЕРИОД ЗАПАДНО-СИБИРСКОГО КРЕСТЬЯНСКОГО ВОССТАНИЯ 1921 ГОДА

Аннотация. В статье приводятся основные вехи биографии Андрея Ивановича Кондакова (1888–1937 гг.) – сургутского учителя, одного из участников Западно-Сибирского крестьянского восстания 1921 года. Отмечается, что вовлечение А.И. Кондакова в антибольшевистское движение носило во многом случайный характер и не было связано с его активной политической позицией. Характеризуется деятельность А.И. Кондакова на руководящих должностях гражданской власти повстанцев в Сургутском уезде, а также рассказывается о его судьбе после поражения антибольшевистского движения.

Ключевые слова: Гражданская война; Западно-Сибирское крестьянское восстание; Сургут; Комитет общественной безопасности; Тобольский Север; репрессии.

Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ и администрации ХМАО-Югры, проект № 17-11-86001.

История Западно-Сибирского крестьянского восстания 1921 г. представляет интерес для понимания процессов трансформации общественно-политических отношений, культуры, общественного сознания жителей Западной Сибири в целом и Тобольского севера в частности в эпоху революционных потрясений. Важное значение приобретает и изучение мотивов поведения людей, примкнувших к этому движению, характеристика биографий его участников.

Сургут находился под властью «партизан» (так сами себя называли участники восстания) около двух с половиной месяцев – с 9 марта по 29 мая 1921 года. Важную роль в системе управления города и уезда играли многие представители сургутской интеллигенции, к числу которой следует отнести *Андрея Ивановича Кондакова*.

Он родился 15 ноября 1888 г. в г. Сургут в мещанской семье. Окончил Тобольское 4-классное городское училище. С 1 декабря 1907 г. Андрей Иванович работал учителем Кушниковского 1-классного училища Министерства народного просвещения (по данным на 1912 г.). Обучался в Томском учительском институте (возможно в 1913–1916 гг., т. к. в 1920 г. имел педагогический стаж 10 лет, в том числе 6 лет в сельском начальном училище и 4 года в 2-х классном училище) [7, с. 207]. А.И. Кондаков не относился к зажиточным сугутянам. В его собственности на 1921 г. находился пятистенный дом с хозяйственными постройками [2. Л. 6].

В период революции и Гражданской войны Андрей Иванович не оставался в стороне от событий, потрясших до основания российскую государственность. Он отличался достаточно высокой политической активностью, занимал ряд выборных должностей при разных режимах. Так, при Временном правительстве его избирают кандидатом в члены Сургутского уездного исполнительного комитета (КОБа). После свержения советской власти, согласно постановления Западно-Сибирского комиссариата от 20 июня 1918 г. создаются следственные комиссии, предназначенные для рассмотрения деятельности бывших советских работников. В Сургуте такая комиссия официально существовала с 21 августа по 7 октября 1918 года. В ее состав входил в качестве председателя учитель Кондаков [3; 4].

При советской власти он сумел продолжить педагогическую работу, занимая также общественные и административные должности. С 15 марта 1920 г. А.И. Кондаков состоял временно исполняющим обязанности заведующего отделом народного образования, затем – председателем школьного

совета. А.И. Кондаков также являлся «школьным работником» (так при новой власти стали именоваться учителя) в Сургутской школе 2-й ступени, преподавал историю, арифметику, геометрию.

Относительно спокойное течение жизни провинциального педагога было прервано в конце февраля 1921 года. После того, как в Сургут поступили сведения о начале восстания на юге Западной Сибири, из местных жителей было взято около 30 заложников. В это число многие попали случайно. Среди них совсем неожиданно для себя оказался и А.И. Кондаков. Вероятно, ему припомнили службу в следственной комиссии белых.

Поспешно бежав из Сургута в ночь на 9 марта 1921 г. коммунисты «забыли» про заложников (возможно, не хотели запятнать себя расстрелом ни в чем не повинных людей). Это половинчатое решение привело к тому, что в выпущенных на свободу арестованных вошедшие в город повстанцы стали видеть своих естественных союзников. Многие из бывших заложников, включая А.И. Кондакова, заняли ключевые посты в органах новой власти. Общим собранием граждан, проходившим в здании военкомата (бывшем доме Кайдалова) под председательством М.А. Носкова и А.В. Силина, избирается Комитет общественной безопасности, во главе с Андреем Ивановичем Кондаковым.

Он оказался в этой должности опять же случайно. Горожане выбрали его заочно, руководствуясь опытом работы в различных учреждениях в предшествующие годы, а также с учетом авторитета как школьного педагога, образованного и интеллигентного человека. Сам А.И. Кондаков утверждал, что был поставлен перед непростой альтернативой – поступить в военный отряд повстанцев или же служить в Сургуте в качестве гражданского чиновника.

По мере ухудшения положения на фронте власть все больше сосредотачивается в руках военных. 28 марта фактически высшим органом власти в Сургуте становится подчинивший гражданскую администрацию «Сургутский Военный штаб Народной армии по борьбе с коммунизмом». В состав штаба вошел и А.И. Кондаков. В середине апреля КОБ реорганизуется в Сургутский городской (в ряде документов – крестьянско-городской) совет, председателем которого назначается А.И. Кондаков.

Принципы организации повстанческой власти предполагали, что высшими органами должны являться демократически избранные на основе прямого, всеобщего, равного и тайного голосования крестьянские и городские советы. Поэтому формально А.И. Кондаков становился высшим должностным лицом на территории Сургутского уезда. В этом заключалось принципиальное отличие от назначаемых сверху дореволюционных уездных исправников и от специфической коммунистической «демократии», опиравшейся на классовый подход, предполагавшей открытое голосование и многоступенчатость выборов.

В качестве председателя КОБа и городского совета А.И. Кондаков подписывал приказы о сдаче населением оружия и боеприпасов, регистрации совслужащих, о мобилизации мужчин призывного возраста, а также транспортных средств, удостоверения отправлявшихся в волости уполномоченных. Он выезжал вместе с начальником Военного штаба Н.А. Преображенским с агитационными задачами в Тундринскую волость, обращался к жителям Сургута с призывом выделить из своих запасов сено и дрова для обеспечения скопившихся в городе эвакуированных крестьян.

Как мог А.И. Кондаков пытаться сдерживать, хотя и не всегда успешно, экстремистские проявления наиболее решительно настроенной части повстанцев, придать новой власти и ее действиям форму законности. А.И. Кондаков защищал арестованных, обвиняемых в сочувствии к коммунистам, от военно-полевых судов повстанческих отрядов. Так, поначалу удалось «вырвать из лап смерти» (по его же собственным словам, записанным на допросе) пять человек: Ф.Т. Макушина, А. Макушина, И.М. Кайдалова, Щепеткина, Хворова [2. Л. 6 об]. Однако вопреки его заступничеству через несколько дней трое названных лиц (Кайдалов, Щепеткин, Хворов) все же были расстреляны. Заступничество А.И. Кондакова вызывало подозрение «полевых командиров». «Что это за студент, мягок он больно, видно тоже недалек от коммунизма» [2. Л. 402], – заявлял один из начальников повстанческих отрядов (скорее всего, эти слова принадлежат Зиновьеву – инициатору расстрелов в Сургуте).

На различных гражданских и военных должностях А.И. Кондаков прослужил чуть более двух с половиной месяцев. 29 мая 1921 г. после непродолжительного обстрела Сургут был занят частями Красной армии под командованием А.А. Неборака. Поражение восстания заставило Андрея Ивановича бежать и скрываться в тайге, благополучно избегая расстрелов, широко практиковавшихся ревтрибуналами в первое время после взятия города красными.

Незадолго до оставления Сургута повстанцы изъяли и вывезли со складов местной кооперации около 1000 пудов (п.) муки и др. припасы. А.И. Кондаков протестовал против такого решения, т. к. понимал, что горожане вскоре рискуют столкнуться с голодом и лишениями. Однако его мнение, несмотря на сочувствие местных жителей, ничего не могло изменить. Повторный приказ грозил арестом за неподчинение военным властям. Начальник Военного штаба Н.А. Преображенский раздал за-

пасы тем, кто не хотел сдаваться и надеялся какое-то время переждать в лесу. А.И. Кондаков получил 8 п. муки непосредственного от Н.А. Преображенского и еще некоторое количество припасов от других повстанцев: 1 п. 10 фунтов муки от Яковлева; мешок отрубей, 6 пачек спичек, 10 фунтов табаку от С.И. Проскуракова (одного из членов Сургутского КОБа) [2. Л. 7]. С собой у бывшего гражданско-руководителя антибольшевистского движения имелись трут, кремень и плошка для освещения.

Сложно сказать, на что рассчитывали повстанцы: на изменение ситуации в стране, которая должна привести к падению коммунистического режима или просто следовали инстинкту самосохранения. Как бы то ни было, продержавшиеся, по крайней мере, до следующего лета смогли дожидаться смягчения государственной политики по отношению к «врагам советской власти».

Более 14 месяцев А.И. Кондаков скрывался в окрестностях Сургута. Многие повстанцы бежали из города с семьями. Им удавалось поддерживать связь друг с другом и вероятно, с частью сочувствовавших местных жителей. Сначала А.И. Кондаков жил с семьей Яковлева в одном из урьев Лямина, в августе переехал к семье Проскуракова. Еще осенью 1921 г., опасаясь наступления холодов, он попытался сдать – вышел к дер. Сытоминой, где стоял пароход и размещался отряд красных. Однако по пути А.И. Кондаков встретил двух повстанцев – Клепикова и Гущина, рассказавших о расстрелах в Сургуте. А.И. Кондаков вынужден был вновь уйти в лес. Перезимовав на «Северной горе» вместе с Клепиковым, он все-таки осознал бесперспективность дальнейшего пребывания в тайге, пришел в дер. Сарманову в дом крестьянина Белкина, которому объявил о желании добровольно сдать властям и попросил доставить его в Сургут. 20 июля 1922 г. А.И. Кондаков был арестован органами губернского отдела ГПУ по Сургутскому уезду.

В ходе расследования, проводившегося в 1922 г., было допрошено ряд свидетелей, которые показали, что А.И. Кондаков не относился к числу «активных» повстанцев. Лишь одна из местных жительниц обвинила его в выступлении на собрании в Сургуте 9 марта 1921 г. с антикоммунистической речью. Однако во время очной ставки и после допроса еще нескольких свидетелей эти показания не подтвердились. В этом же году несколько десятков сургутян подписали прошение об освобождении А.И. Кондакова, мотивируя свою просьбу тем, что тот неспособен «по слабохарактерности к политической деятельности», а его включение в КОБ не являлось добровольным [2. Л. 30].

Расследование не выявило виновности А.И. Кондакова в тяжких преступлениях и вскоре он вышел на свободу под подписку о невыезде. С августа 1923 г. по январь 1924 г. он служил бухгалтером в Сургутском уездном финотделе. В марте 1924 г. А.И. Кондаков значился среди членов общины Сургутской Троицкой церкви, проживал по адресу: ул. Республики, д. 22.

С 24 по 26 февраля 1924 г. в Сургуте проходила выездная сессия Тюменского губернского ревтрибунала, где А.И. Кондаков и еще один член КОБа Н.Ю. Закорюкин фигурировали в качестве обвиняемых. Их приговорили к расстрелу с заменой по амнистии в честь 5-летней годовщины Октябрьской революции 10-летним заключением. Руководители сургутских повстанцев отбывали наказание в Тобольской тюрьме, откуда А.И. Кондаков был досрочно освобожден в январе 1926 года. Примерно через месяц он поступил на работу в Тобольскую контору Уралмехторга.

Известно, что в 1930-е гг. А.И. Кондаков занимал должность главного бухгалтера Тобольской окружной сберкассы. Был арестован 29 июля 1937 г. и 11 сентября этого же года приговорен тройкой Омского управления НКВД к высшей мере наказания [1. Л. 267]. Его обвинили в участии в контрреволюционной повстанческой организации, созданной бывшим эсером Козловым-Кораблевым, которая якобы хотела выступить против советской власти в случае интервенции Японии (всего по делу проходил 41 чел.) [1. Л. 267]. В отличие от 1922–1924 гг. следствие в этот раз было недолгим. На допросах у обвиняемого спрашивали не о деятельности мифических заговорщиков, а все о том же восстании 1921 года. Через четыре дня А.И. Кондаков был расстрелян, захоронен в Тобольске. В сентябре 1957 г. его реабилитировали.

В судьбе А.И. Кондакова отразились все сложности и противоречия трагического для России революционного времени, когда никто не был застрахован от вовлечения в водоворот политических конфликтов с самыми непредсказуемыми последствиями. Андрей Иванович не являлся членом какой-либо партии или убежденным сторонником той или иной программы, не стремился принять участие в военно-политической борьбе на чьей бы то ни было стороне. Однако сложившаяся в стране ситуация не позволяла отсидеться даже в такой сибирской глуши, какой был Тобольский Север в начале XX века. Если человек не делал осознанный выбор, другие выбирали за него и итог в таком случае мог быть самым плачевным.

Список литературы

1. Архив регионального управления Федеральной службы безопасности по Тюменской области. Ф. 5. Оп. 38. Д. 2255.
2. Архив регионального управления Федеральной службы безопасности по Тюменской области. Ф. 5. Оп. 38. Д. 8758.
3. Ведомости Тобольского губернского комиссариата. 1918. 3 сентября (21 августа).
4. Ведомости Тобольского губернского комиссариата. 1918. 15 (2) октября.
5. Книга расстрелянных. Мартиролог погибших от руки НКВД в годы большого террора (Тюменская область). Тюмень: Тюменский курьер, 1999. Т. 2. 464 с.
6. Николаенко В.И. Из истории восстания 1921 г. в Сургутском уезде // Очерки истории Сургута. Сургут, 2002. С. 77–101.
7. Цысь В.В., Цысь О.П. Образование и просвещение на Севере Западной Сибири в XIX – начале XX вв. Нижневартовск, 2011. 306 с.

УДК 93/94

О.П. Цысь

канд. ист. наук, доцент

Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет

КОНДИНСКИЙ СВЯТО-ТРОИЦКИЙ МОНАСТЫРЬ В СИСТЕМЕ НАКАЗАНИЯ И СОЦИАЛЬНОГО СЛУЖЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена участию сибирского монастыря в государственной системе исполнения наказаний, в деле христианского просвещения и оказания безвозмездной помощи нуждающимся инородцам, детям-сиротам в дореволюционной России. Характеризуются цели ссылки, специфика контингента заключенных в Кондинском монастыре.

Ключевые слова: Русская Православная церковь; Кондинский Свято-Троицкий монастырь; Тобольская епархия; епитимья; социальное служение; Север Западной Сибири.

Кондинский Свято-Троицкий монастырь в Березовском уезде – старейшая монашеская обитель Тобольской губернии. Как и все православные монастыри он выполнял комплекс разнообразных задач, являясь с момента своего основания центром хозяйственной и культурно-просветительской жизни региона. С XVIII в. обитель стала использоваться как место изоляции преступников от внешнего мира и отбывания ссылки церковными правонарушителями.

Всех монастырских узников можно разделить на несколько категорий.

1. Государственные преступники, такие, как сосланный в 1776 г. «за противозаконные проступки взамен смертной казни» последний войсковой писарь Запорожской Сечи Иван Глоба.

2. Представители духовенства за проступки против сана и должности, прежде всего за пристрастие к «хмельному питию» и связанные с этим провинности, а также прелюбодеяние. Срок наказания зависел от тяжести содеянного. В частности, в 1755 г. сюда отправили бывшего иеромонаха, служившего в церкви г. Киль (Голштиния), Федора Мелеса «за учиненные, весьма непристойные и неприличные священно-монашескому чину поступки и предерзости» [1, с. 69; 17, с. 429]. В 1747 г. абалакский протопоп Авдей Михайлов ссылается в ножных кандалах «за блудодеяние, за два в Ишимский дистрикт побега, за ложное в показаниях раскольнических учителей доношение...» [13, с. 264].

3. Как и другие урало-сибирские монастыри, Кондинский был местом «исправления» староверов. В 1751 г. «в вечную и всякую работу», для «раскаяния и покаяния в заблуждениях» в Кондинское прислали «раскольничьего лжеучителя и противника» Ивана Ильинского, которого предписано было содержать в монастырской тюрьме «под крепким караулом», лишения его возможности вести пропаганду идей и взглядов, которые с точки зрения Православной церкви признавались ложными, вредными и опасными для населения [14, с. 139, 141].

4. Епитимщики из числа местных жителей. Например, в 1765 г. остякам Низямских юрт Алачевым за употребление бобрового мяса во время поста было предписано «ходить в церковь через сутки и бить среди церкви земные поклоны, именно – за вечернею по пятидесяти, на полуношнице и утрени по сту...» [1, с. 68].

Таким образом, Кондинском монастыре можно было встретить лиц разного звания, замешанных в нарушениях как духовного, так и светского законодательства. Первые три категории должны были содержаться под стражей и считались «колодниками». Епитимщики проживали в монастыре отведенный срок на положении «трудников», выполняя различные хозяйственные работы по распоряжению настоятеля. По всему духовному ведомству Св. Синод предписал ежегодно, к 1 января, представлять ведомости о лицах, содержащихся в монастыре на епитимии. От настоятеля монастыря в донесениях епархиальному начальству требовалось в сведениях об исполнении епитимии указывать: 1) время пребывания в монастыре отправленных на епитимию (на какой именно срок, или «впредь до раскаяния и исправления»), 2) трудовые обязанности ссыльного и о поведении их в обители. Они были призваны смирением и молитвами, и «тяжкими» монастырскими трудами направить оступившегося на «истинный» путь. Бедные монастыри, по замечанию В. Сергеева, «тяготились такой лишней обузой», т.к. содержание их «всецело падало» на счет обители и ее немногочисленной братии [17].

Для охраны заключенных в монастырь определялись отставные солдаты, направлявшиеся туда для пропитания. До 1771 г. монастырь содержал колодников за свой счет, затем «по неимению средств» ему выделялось из коллегии экономии Синода по 2 коп. в день на каждого.

Состав сосланных в начале XIX в. в Кондинский монастырь меняется – все реже встречались важные государственные преступники.

Можно отметить пребывание в селе Кондинском в конце 1820-х гг. двух декабристов: А.Ф. Фурмана и В.Н. Лихарева. Как отмечает Г. Макарова, Фурман, прожив восемь лет, умер в Кондинске 8 марта 1835 г. [15, с. 74] Здесь находились и обычные подданные, сосланные за различные правонарушения. В 1802 г. сюда был определен «лишённый чинов и дворянского звания бывший прапорщик» С. Варзулин «на праздное штатное монашеское место» в качестве послушника [4. Л. 4].

Как и прочие монастыри Российской империи, Кондинский оставался местом отбывания епитимьи жителями Тобольского Севера. Так, в монастырь отправляли несовершеннолетних за соучастие в уголовных преступлениях. В 1808 г. поступил под надзор «опытного иеромонаха» остяцкий мальчик с. Лумпокольского С. Чельчиков за то, что во время страшного голода ел сваренное в котле тело убитой его братьями матери. В 1826 г. крестьянский мальчик И. Изосимов послан в семилетнюю епитимию за укрывательство убийства его отца, совершенного братом [13, с. 263–264].

В фонде Обдорской Петропавловской церкви сохранился документ о ссылке в 1855 г. в Кондинский монастырь на «годовое проживание в молитве и воздержании, в послушании и трудах» мещанина Е. Александрова и новокрещённого самоеда Н. Серзина «за нечаянное убийство» мещанина Балдаусенко. По указу ТДК, на основании резолюции епархиального архиерея, Березовскому духовному правлению было сообщено, что окружной суд следует проинформировать об этом решении, а настоятелю игумену Арсению предписано присматривать за ссыльными и отсылать в ТДК рапорты о их поведении. Правонарушителям велено исполнять епитимию «всякий день, кроме воскресных и праздничных, полагать по 25 великих поклонов, за каждой службой произнося молитву мытаря «Боже, милостив буди нам грешным», исповедоваться во все посты...» [12. Л. 327–328 об]. Следует указать, что до этого по решению гражданского суда Е. Александров был уже наказан шестимесячным тюремным заключением, а Н. Серзин – 20 ударами.

Продолжали отправлять в Кондинский монастырь «для исправления» и провинившихся священно- и церковнослужителей Тобольского Севера. Однако далеко не всегда поведение наказанных после епитимьи менялось к лучшему. В частности, трижды (в 1764, 1808 и 1810 гг.) в Кондинский монастырь направлялся сначала пономарь, затем священник Василий Бешкильцев. В первый раз ему вменили в вину кражу из казны градо-Березовской Одигитриевской церкви [2; 13, с. 262], в двух остальных – пьянство и оскорбление прихожан [3. Л. 2–3].

В 1807 г. по указу ТДК был отправлен в Кондинский монастырь «в черные труды на полгода» мало-атлымский священник Федор Денисов, ранее запрещенный в священнослужении «за самовольное преступление к священнодействию». Игумен должен был ежемесячно писать рапорт преосвященному о его поведении [16, с. 79–80].

В начале 1810-х гг. в монастырь был отправлен запрещенный вдовый священник Ф. Пузырев. Ранее он находился в тюменском Троицком монастыре, куда был переведен из Алексеевской церкви Белозерской слободы Курганского уезда за пьянство. О том, сколько хлопот он доставлял братии и

особенно настоятелю Иоанникию, сохранилось несколько объемных дел [5–9]. В конечном счете по распоряжению преосвященного Амвросия Ф. Пузырева перевели в тобольский Знаменский монастырь, где тот вскоре скончался [10].

Постепенно монастырь перестает использоваться как место заключения. В 1851 г. Св. Синод признал, что лица светского звания должны находиться под надзором духовного лица по месту жительства, а не ссылаться в монастыри [18, с. 36–37]. Законом 2 июня 1897 г. следственной и судебной власти предоставлялось право помещать малолетних и несовершеннолетних преступников в монастыри там, где нет исправительных колоний и приютов или в случае недостатка мест в имеющихся. Однако циркулярным указом Св. Синода от 15 декабря 1900 г. давалось разъяснение, что это допустимо только по усмотрению епархиального начальства в отношении некоторых обитателей, имеющих соответствующие условия, и подобных монастырей не должно быть много «во избежание расстройств в таковой обители иноческой жизни» [19, с. 372–373].

Кондинским монастырем выполнялась функция социального служения и призрения малоимущих и немощных. Здесь находили свой покой отставные военные, лица духовного звания, которых не могли взять на содержание родственники. Например, в 1747 г. солдат Прокопий Федоров «за старость ево отставлен он от военной службы и послан при указе из Консистории его преосвященства в Троицкий Кондинский монастырь для пропитания ево...». Три года спустя П. Федоров, которому исполнился к тому времени уже 71 год, выразил желание постричься в монахи [14, с. 36].

В 1750 г. игумен Исаакий подал митрополиту Сильвестру прошение о пополнении братии монастыря за счет вдовых священно- и церковнослужителей: священника градо-Березовской Рождественской церкви Ивана Андреева и дьячка Спасской церкви Ивана Аврамова, Атлымской волости священника Ивана Савельева, дьячка при Кондинском монастыре Стефана Юдина. Преосвященный приказал постричь С. Юдина, прочих де прислать к нему в Тобольск «на благорассмотрение» [14, с. 35].

Нужно отметить, что в случае необходимости монастырь сужал коренных жителей хлебом. До организации в 1768 г. инородческих хлебозапасных магазинов именно монастырь выполнял эту важную социальную функцию в отношении коренных жителей. Значительно позднее, уже при существовании женской общины, посильная помощь также оказывалась нуждающимся. Вот как об этом писала настоятельница в 1895 г.: «Община не может отказать в насущном хлебе бедным остякам, окружающим общину, которые часто являются в оную голодные, оставившие в юртах детей своих без куска хлеба» [11. Л. 83об-84].

Как одну из форм призрения и социальной помощи сиротам и малоимущим можно признать пребывание в стенах обители в начале XX в. малолетних девочек.

Таким образом, местом для отбывания наказания и исправления провинившихся Кондинский монастырь, скорее всего, перестал быть уже в пореформенный период. К социальной деятельности монастыря относилось его участие в деле христианского просвещения и оказания безвозмездной помощи нуждающимся инородцам, детям-сиротам. В течение XIX – начала XX вв. ставившиеся перед монастырем задачи постепенно сужались, т. к. в крае начинают формироваться отдельные компоненты системы государственной социальной помощи. В конечном счете они были сведены к решению почти исключительно культурно-просветительских задач.

Список литературы

1. Головин П.Д., протоиерей. 1892. Кондинский Троицкий монастырь // ТЕВ. 1892. Отд. неофиц. № 3–4. С. 68-81.
2. Государственное учреждение Тюменской области «Государственный архив в г. Тобольске» (далее – ГУТО ГА в г. Тобольске). Ф. И-156. Оп. 2. Д. 672.
3. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-156. Оп. 5. Д. 31.
4. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-156. Оп. 5. Д. 1278.
5. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-156. Оп. 7. Д. 157.
6. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-156. Оп. 7. Д. 158.
7. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-156. Оп. 7. Д. 842.
8. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-156. Оп. 7. Д. 1084.
9. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-156. Оп. 7. Д. 1092.
10. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-156. Оп. 7. Д. 1101.
11. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-197. Оп. 1. Д. 77.
12. ГУТО ГА в г. Тобольске. Ф. И-704. Оп. 1. Д. 56.
13. К.Б.Г. Епитимщики и колодники // Календарь Тобольской губернии на 1890 г. Тобольск: Тоб. губ. тип., 1889. С. 261–268.

14. Кодинский (Кондинский) Свято-Троицкий монастырь в I-й половине XVIII века: люди и стены сибирской обители накануне секуляризации: сб. док. / Тюм. гос. ун-т, лаб. истории культуры Сибири; сост., авт. вступ. ст. С.В. Туров; гл. ред. С.В. Кондратьев. Тюмень: Вектор Бук, 2003. 215 с.

15. Макарова Г. Люди Коды // Подорожник: Краевед. альманах / ред.-сост. В.К. Белобородов. Тюмень: Мандр и Ка, 2005. Вып. 1. С. 70–77.

16. Рапорт игумена Константина о пребывании в Кондинском монастыре священника Ф. Денисова // Преображенская церковь и религиозная жизнь Малого Атлыма в начале XVIII – первой трети XX века: сборник документов и материалов / О.В. Семенов, А.Г. Мосин; предисловие О.В. Семенова. Екатеринбург: Волот, 2012. С. 79–80.

17. Сергеев В. О колоднике – расстриге Феофилакте Мелесе // ТЕВ. 1885. № 19. Отд. неофиц. С. 429–439.

18. Циркулярные указы Святейшего Правительствующего Синода. 1867–1895 гг. / собрал и издал А. Завьялов. СПб.: Типолитография И.А. Фролова, 1896.

19. Циркулярные указы Святейшего Правительствующего Синода 1867–1900 гг. / собрал А. Завьялов. СПб.: Изд. книгопродавца И.Л. Тузова, 1901. 444 с.

УДК 93/94

И.А. Чеботаев

студент

*Научный руководитель – д-р филос. наук, канд. ист. наук, профессор Н.В. Сапожникова
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ И ПОИСКОВОЕ ДВИЖЕНИЕ В НИЖНЕВАРТОВСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Аннотация. Первым этапом поискового движения НВГУ стало создание при кафедре истории России студенческой ассоциации «Память и будущее» с задачей формирования «зон сотрудничества» с молодежными, общественными, поисковыми, государственными и международными организациями и написанием коллективной монографии «Эхо несостоявшегося детства». Учитывая изменившиеся траектории современной молодежной политики в условиях новых исторических вызовов, вторым его периодом явились полевые поисковые маршруты студентов университета в районы боевых сражений Великой Отечественной войны, в частности, Севастополя, актуализируя проблему сохранения военно-исторической памяти России на уровне ее передачи в руки новых поколений, расширения форм, методов и рядов «собирателей» и защитников этой «коллективной memoгу».

Ключевые слова: военно-историческая память; поисковое движение; Нижевартовский государственный университет; студенческая ассоциация «Память и будущее».

Неоднократно переписывалась российская история и менялось название нашей страны, но неизменной оставалась работа по сохранению исторической памяти для будущих поколений. Сегодня жизнь в очередной раз проверяет на прочность тех, кто хочет служить не сиюминутной выгоде, а долговременным фундаментальным задачам национального и духовного возрождения страны, учитывая, в том числе складывающиеся современные геополитические реалии.

Одним из таких направлений является поисковое движение, которое в последние годы расширило свои географические, методические и исторические рамки, в том числе в НВГУ. Первым ее этапом можно считать создание в 2003 г. при кафедре истории России ассоциации «Память и будущее» (рук. – доктор философских наук, кандидат исторических наук, профессор Н.В. Сапожникова), члены которой студенты-историки фактически открыли проектное историко-поисковое направление. В его задачи входило формирование «зон сотрудничества» с молодежными, общественными, поисковыми, государственными и международными организациями, в частности, такими, как нижевартовские общества «Жертвы войны» (рук. Т.Н. Плещая) и «Жертвы политических репрессий» (рук. Л.С. Тоскаева); историческая лаборатория Нижнетагильской социально-педагогической академии (рук. – доктор исторических наук, профессор В.М. Кириллов); поисковый отряд «Соболь» (Нижний Тагил);

Пушкинский заповедник «Михайловское»; Омский архив ФСБ; научный отдел Музея на Поклонной Горе; Музей «Обороны Москвы»; Музей военного завода «Вагонка» (Н. Тагил); клуб исторической реконструкции «Рокада» (г. Нижневартовск) и др.

В рамках сотрудничества были проведены одна окружная (2005 г.) и 8 региональных научно-исследовательских конференций под названием «Имею честь достойно Родине служить». Членами исторической ассоциации впервые в вузе и регионе были написаны студенческие монографии, высоко оцененные научным сообществом. Одна из них – «Эхо несостоявшегося детства: Говорящая Книга Памяти» получила Большую золотую медаль на международном конкурсе молодежных научных проектов. За лучшее полиграфическое оформление была награждена окружной грамотой и дважды переиздана. Ее материалы были перепечатаны в международном журнале по психологии (гл. редактор – академик РАН, доктор психологических наук, руководитель нескольких научных советов, в том числе международных, В.С. Мухина).

Этот период был ознаменован интересными поисковыми маршрутами в Нижний Тагил, Псков, Пушкинские Горы, Москву, Екатеринбург, Изборск, Санкт-Петербург (где члены ассоциации приняли участие в международном проекте «Пушкиниана»). За подготовку и проведение в г. Нижневартовске совместно с отделом по молодежной политике Администрации г. Нижневартовска и окружной Администрации Ханты-Мансийска праздника «Славянский венок» студенты – члены ассоциации были награждены окружной грамотой. Ассоциация дважды выигрывала гранты мэра города, один из которых был передан ректорату НВГУ в качестве первоосновы для создания будущего университетского музея.

Современный период крайне непростой истории страны и мира диктует новые задачи поискового движения, учитывая изменившиеся траектории молодежной политики в условиях новых исторических вызовов. Святые юбилеи Великой Отечественной и Второй мировой войн, присоединение Крыма к России, «сверхисторическое звучание» событий вокруг Севастополя, забытые сегодня тысячи пропавших без вести и погибших в Афганистане и Чечне; неутраченные военные действия Украины против Донбасса, военная стихия вокруг Сирии и жертвы среди русских защитников ее мирных жителей – всё это актуализирует проблему сохранения военно-исторической памяти России на уровне ее передачи в руки новых поколений, расширения форм, методов и рядов «собирателей» и защитников этой коллективной памяти.

Это особенно важно, осознавая масштабы потерь нашей страны не только на полях сражений, в лагерях смерти, но и миллионов бесследно исчезнувших жизней, имен, судеб, а также не родившихся детей; трагедий матерей и отцов, получивших известия о «без вести пропавших» родных, судьбы которых до сего дня так и остаются со знаком вопроса. К сожалению, вокруг вышеупомянутых проблем, идет, как это ни странно, неутраченная борьба, подтверждением чего являются не только парадоксально прозвучавшие заявления президента США Д. Трампа по поводу того, что именно Америка одержала впечатляющие победы как над фашизмом в войне СССР на Восточном фронте, так и в целом во Второй мировой войне. Тезис о том, что с развалом СССР США добился впечатляющей победы в «холодной войне» – уже констатация, нежели дискуссия. Поэтому скандальная история вокруг выступления в Бундестаге школьника из Уренгоя не выглядит лишь «рабочей осечкой» принимающей стороны.

Поисковое движение в НВГУ в последние годы переживает новый свой этап. Очевидно, что тема Великой Отечественной войны, расширяющийся поиск и захоронение солдат, принявших свой последний бой в далекие 1941–1945-е гг., не может не волновать молодых современных поисковиков, в ряды которых был вовлечен и автор. Это стало его личным «заданием на историческое понимание» цены той великой, поистине народной Победы, начиная с того, что прадед также пропал без вести. Первой экспедицией стало ростовское направление и, в частности, легендарный Шолоховский район, где, собственно, автор впервые «принял» свой первый, очень сложный «бой за историческую память», пережив сложный комплекс чувств, эмоций, видя не в кино, а наяву процесс поиска и подъема погибших бойцов, за историей гибели которых стоят невыплаканные слезы матерей, горечь отцов от безысходности потерь, несбывшиеся надежды невест, жен, детей. За экспедицию лета 2017 г. наш отряд поднял 7 бойцов и всех удалось «идентифицировать», установив имена и тем самым восстановив историческую справедливость. В последующие два года мне посчастливилось принять участие в экспедициях в Волгоград и Крым, где я усвоил главное правило поисковиков: попасть в поисковый отряд несложно. Гораздо сложнее в нём остаться. И дело не только в физических трудностях, погодных условиях и даже не пребывание в палаточном лагере, хотя некоторые люди не выдерживают даже этого. Самое сложное – этап работ подъема найденного солдата, где проявляется не только комплекс эмоций и психотипов. Здесь – вся твоя жизнь, которая готовила тебя к этой встрече, практически со

своим ровесником, на долю которого пришлась невыговоренная боль и страдания, героизм и предательство. Всё вместе – история и личность. Друг против друга.

На данном этапе встречаются два типа поисковиков: те, кто после первой же экспедиции покидали поисковое движение или просто переходили на другую деятельность – проектную или архивную. Вторая – кто связывал свою судьбу с поисковым движением со всеми его сложностями и трудностями. Поэтому, полагаем, важна не только готовность к физическим нагрузкам человека (хотя это одно из важнейших условий для поисковиков!), но и «психическое равновесие». При этом важно помнить, что от поисковой работы не следует ожидать немедленной результативности. Главное – осознавать, что каждое, даже малое действие, совершенное для восстановления и сохранения памяти о Великой Отечественной войне, будь то нахождение в земле гильзы, внутри которой сохранилась небольшая записка с именем бойца, или архивный поиск сведений о нем – чрезвычайно важны и информативны, поскольку приходится по крупицам находить, аккумулировать и реконструировать как исчезнувшую историю самого грандиозного военного события за всю историю человечества, так и ту «малую вселенную» под названием «человек».

В данной связи неизбежен ряд методических вопросов: 1. Какова роль личности в истории в условиях современной «интернет-симптоматики» и в какой мере школьное образование предполагает «методико-проекционное сопровождение» изучения исторического прошлого страны на уровне поисковой деятельности; 2. Нужно ли каждому студенту подобное «историко-прикладное проектирование» и при каких условиях поисковая деятельность может быть «результативной» в контексте актуализации гражданственно-патриотического звучания такого понятия, как «военно-историческая память»; 3. Каковы формы «взаимоконтакта» военно-исторической памяти российского народа в разные периоды его военной истории – от Суворова и Кутузова до Жукова и Бграмяна.

Все эти проблемы нуждаются в грамотном своем осмыслении и методической разработке, равно как и расширении самого исследовательского поля для студентов-историков. Тема, как говорится, открыта для диалога...

УДК 93/94

Д.В. Шахтерин

магистрант

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент О.П. Цысь
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ПОСТРОЙКИ РУССКОГО И ХАНТЫЙСКОГО НАСЕЛЕНИЯ ТОБОЛЬСКОГО СЕВЕРА В XIX – НАЧАЛЕ XX вв.

Аннотация. В статье рассматривается комплекс хозяйственных строений коренного и пришлого населения Северо-Западной Сибири. Проводится сопоставление типов и характерных приёмов строительства построек.

Ключевые слова: хозяйственный комплекс; амбар; хлев; сруб; двор; промысел.

С самого начала заселения территории Северо-Западной Сибири первые русские семьи начали возводить не только жилой дом, но и двор – комплекс хозяйственных построек [2, с. 194; 6, с. 62]. Сходным образом поступали и местные «иногородцы» – возле юрт часто можно было обнаружить склады и амбары для хранения продуктов питания и инвентаря. Впрочем, естественно, что хозяйственные комплексы этих народов различались как методами организации и строительства помещений, так и элементами внутренней планировки.

Так, на территории Тобольского Севера, как и во многих регионах Европейской России, русские жители огораживали свой двор забором – заплотом, состоящим из горизонтальных брёвен, вставленных во вкопанные столбы [10, с. 55]. Впрочем, в некоторых населённых пунктах севера мно-

гие дома не имели ограды [3, с. 23]. Причиной тому могла быть низкая плотность населения, особенности места проживания, невысокий уровень преступности [1, с. 360; 6, с. 70].

Часто, хозяйственные помещения на территории Северо-Западной Сибири старались расположить компактно, под одним навесом, образуя единую структуру – климат вынуждал объединять постройки в одно целое. В то же время, как уже было сказано выше, некоторые хозяйственные строения располагались в отдалении от жилого дома.

В русских селениях Березовского и Сургутского уездов стало распространенной практикой держать в хозяйстве коров и лошадей. Следовательно, в комплекс хозяйственных строений, жители включали хлев и конюшни [11, с. 50–51]. В Берёзовском округе, к примеру, преобладал «относный» скотный двор, т.е. конюшни, хлев и загоны располагались на значительно большем расстоянии от жилища, часто за границей населённого пункта, так как пространство позволяло и не было необходимости строить их рядом с домом [1, с. 360; 6, с. 70]. К тому же, подобная схема расположения хозяйственных построек обеспечивала сохранение скотного двора от угрозы пожара.

Само устройство таких построек не отличалось ни изяществом, ни излишним декором – для жителей Северо-Западной Сибири, как «инородцев», так и русских, в первую очередь, важна была функциональность, практичность и долговечность загонов, хлевов, конюшен, амбаров. Конструкция жилых и хозяйственных построек у русского населения, в отличие от коренного, практически никогда не совпадала [6, с. 72]. По данным Н.А. Миненко, хлева для рогатого и прочего домашнего скота во многих населённых пунктах выстроены вблизи оных и «представляют из себя несколько складенных куч брёвен, закиданных сверху сеном» [9, с. 104]. Хлев в русской усадьбе часто утепляли мхом («мшленные хлева») – угроза жизни и здоровью животных из-за сурового климата не позволяла обходиться без этого утеплителя [11, с. 51].

Амбары также были широко распространены как среди русского, так и среди аборигенного населения. Они использовались для хранения инструмента, домашнего скарба, но, в первую очередь, продовольствия, транспортных средств. В связи с разнообразием функций этих построек в хозяйстве часто могли находиться сразу несколько амбаров [8, с. 125].

Сохранившиеся и повсеместно в населённых пунктах Югры специализированные рыбные амбары и хранилища, свидетельствуют о важном значении одной из жизнеобеспечивающих хозяйственных отраслей севера – рыболовного промысла. На протяжении XIX – начала XX вв. рыбопромышленность была одним из ключевых направлений хозяйственной деятельности, обеспечивающей население продуктами питания.

Взаимопроникновение культур различных народов оказало огромное влияние, в том числе и на технику строительства. К примеру, среди «остяков» начинают распространяться срубные дома и срубная техника; заимствуются новые способы соединения брёвен и т.д. Примером могут служить распространённые среди коренных жителей Тобольского Севера свайные амбары. Они представляли из себя низкую бревенчатую постройку, срубленную «в угол» или «в лапу», а крыша, как и у большинства хозяйственных сооружений такого типа, изготавливалась двускатная, крытая берестой или тесом [8, с. 125].

Отдельно, стоит отметить ритуальные, сакральные амбары – лабазы. Они выделяются на общем фоне хозяйственных построек «инородцев» и русских – в отличие от всех прочих. Для лабазов были характерны декор, и в первую очередь, богатое внутреннее убранство. Впрочем, это объясняется функциональными особенностями данного помещения, в первую очередь как хранилища ритуальных и жертвенных предметов, «подарков» духам и богам. В целом для лабазов, как и для прочих хантыйских и мансийских хранилищ, была характерна свайная техника постройки.

Однако, кроме хозяйственных сооружений, так или иначе связанных с сельскими занятиями населения, существовал и комплекс промысловых, часто временных строений. В целом, схожий по конструкции и внутренней планировке с русскими типами хозяйственных строений, но имевший различия элементами внутреннего убранства и, главное, местом размещения. В зависимости от территории проживания и отраслевой специализации того или иного региона хозяйственная застройка различалась. Промышлявшие пушного зверя жители Тобольского Севера часто строили охотничьи избышки или же, в большинстве своём, временные землянки, покрытые дёрном. Сохранилось описание такой конструкции в работе А. Дёмина: «... У самого верха землянки сделан венец из брёвен, в потолке проделаны отверстия для вставки ружейных дул и для наблюдения за полётами птиц». Вход перед такой землянкой посыпался золой [4, с. 5].

Как уже было отмечено, в период XIX – начала XX века, основной отраслью хозяйства на севере Западной Сибири являлся рыболовный промысел. Для его организации крупные промышленники, небольшие артели и инородческие семьи возводили специализированные постройки, часто временно-

го характера. Они включали в себя: сарай для посола рыбы, хлебопекарню, кухню, баню, амбар для хранения снастей и продуктов, дом для заведующего промыслом [5, с. 218]. Кроме того, рабочие, заключившие договор с крупным рыбопромышленниками, жили на территории промысла, в специальных, выстроенных для них бараках. Сами по себе промысловые заведения на Обском Севере весьма разнообразны – от совсем небольших станков до крупных промысловых комплексов, обеспечивающих как ловлю рыбы, так и дальнейшую поэтапную переработку. «Станки» отличались от промыслов меньшим количеством хозяйственных построек и временным их характером. Они состояли обыкновенно из сарая для посола рыбы, не бревенчатого, а плетеного из веток, у «инородцев», обычно, из нескольких чумов и «вешалов» для сушки «позема и юрка». Там, где на станках работали русские, для размещения их строилась жилая изба. В «Ежегоднике Тобольского музея» можно найти описание и характеристику этих построек: «Помещения эти представляют собой бревенчатые избышки, иногда с земляным полом и в большинстве случаев без потолка, с одной остроконечной (тесовой или берестовой) кровлей... треть помещения выполнена утварью и печью» [7, с. 89–90]. Около лесных промысловых избышек и песков строились временные амбары на сваях. Для материала свай, вместо стволов или брёвен, часто использовались пни [8, с. 125–126].

Большинство жителей Югры занимались ореховым промыслом. «Остяки, в отличие от русских, орешат и на других промыслах трудятся в одиночку или посемейно, в артели не объединяются. Остячки добывают орех наравне с мужчинами» [11, с. 52–53]. На сборе ореха, русские формировали артель, не более восьми человек, которая затем работала сообща. Для оборудования мест кедрового промысла, обеспечивавшего немалую часть дохода жителям Кондинского, Самаровского краев, возводились как постоянные, так и временные помещения. Конструктивно они имели сходство с другими хозяйственно-промысловыми строениями русских жителей края. На промысле возводился шалаш и землянка. После обработки на станках орех ссыпался в землянку, вход в неё заваливали тесом, ветками «накрепко», а зимой вывозили «по первому снегу» в селение.

Можно сделать вывод, что хозяйственный комплекс русского и инородческого населения Сибири формировался под взаимным влиянием культур этих народов. Русские принесли с собой новые методы строительства, идеи и типы построек, аборигены – богатый опыт жизни на Тобольском Севере.

Список литературы

1. Абрамов Н.А. Описание Березовского края // Записки Русского географического общества. СПб., 1857. Кн. 12. С. 329–448.
2. Бузин В.С. Этнография русских. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007. 421 с.
3. Воробей И.М. От реки Оби до Северного океана. Ханты-Мансийск: Полиграфист, 2008. 228 с.
4. Дёмин А. Город Берёзов // Подорожник: краеведческий альманах / ред.-сост. В.К. Белобородов. Тюмень: Мандр и Ка, 2005. Вып. 2. С. 4–20.
5. Дунин-Горкавич А.А. Тобольский Север. В 3 т. Общий обзор страны, её естественных богатств и промышленной деятельности населения. М.: Либерея, 1995. Т. 1. 376 с.
6. Крадин Н.П. Деревянный город Берёзов // Альманах Тобольск и вся Сибирь. Берёзов. XXII том. Тобольск: Издательский отдел общественного благотворительного фонда «Возрождение Тобольска», 2013. С. 59–75.
7. Луговской Л.Е. О поездке на север Тобольской губернии летом нынешнего года с целью врачебно-санитарного осмотра рыбопромышленных заведений // Ежегодник Тобольского губернского музея. 1897. Вып. 7. С. 81–145.
8. Малышкина Ю.А. Поселения, жилища, и хозяйственные постройки кондинских манси и ханты // Ханты-Мансийский автономный округ в зеркале прошлого: сб. статей / отв. ред. Я.А. Яковлев. Екатеринбург: Изд-во Том. ун-та, 2007. Вып. 4. С. 118–128.
9. Миненко А.Н. Северо-Западная Сибирь в XVIII-первой половине XIX в.: историко-географический очерк. Новосибирск: Наука, 1975. 306 с.
10. Традиционные поселения, жилище и одежда русского населения Тюменского края (конец XVI – начало XIX вв.) // История Западной Сибири: проблемы и перспектива изучения: сб. науч. ст. Ишим, 2009. Вып. 1. С. 55.
11. Швецов С.П. Очерки Сургутского края // Тобольский Север глазами политических ссыльных XIX – начала XX в. Екатеринбург: Средне-Уральское книжное издательство, 1998. С. 34–111.

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ ИСТОРИИ И ОБЩЕСТВОЗНАНИЮ

УДК 372.893

В.В. Борисова
канд. ист. наук, доцент

С.В. Миронычев
студент

Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет

РОЛЕВАЯ ИГРА КАК СПОСОБ АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАЩИХСЯ

Аннотация. В статье анализируется метод ролевой игры. Рассматривается его значение в современном образовательном процессе, в связи с меняющейся конъюнктурой. Анализируется практический опыт применения ролевой игры у учащихся 8-х классов, где при помощи данного метода студенты-стажеры решали образовательные задачи.

Ключевые слова: метод; ролевая игра; студент-стажер; педагогическая практика.

Сегодня всё более очевидным становится тот факт, в соответствии с которым главным условием развития личности является осуществление предметно-практической деятельности и взаимодействие между людьми, а не только овладение знаниями, умениями и навыками, объём которых постоянно растёт. Замечено, что знания, полученные в готовом виде, как правило, вызывают затруднения в их применении при решении конкретных задач [7].

В связи с этим перед педагогическим сообществом встаёт проблема активизации познавательной деятельности учащихся под которой понимается такая организация учебного процесса, при которой изучаемый материал становится предметом активных мыслительных и практических действий каждого обучаемого. В поисках пути решения этой проблемы педагоги обращаются к различным инновационным методам, приёмам, технологиям, нестандартным формам уроков и т.д. Не случайно в основе ФГОС лежит системно – деятельностный подход, заключающийся в активной и разносторонней, в максимальной степени самостоятельной познавательной деятельности школьника. Отметим, что эта идея не нова. Так, ещё в 1979 г. перед педагогическими коллективами школ государством была поставлена задача «неуклонно повышать эффективность и качество учебной и воспитательной работы, добиваться, чтобы каждый урок способствовал развитию познавательных интересов учащихся и приобретению ими навыков самостоятельного пополнения знаний» [6]. Таким образом, требования к процессу обучения школьников спустя почти 40 лет остались практически неизменными.

К интенсивным технологиям, активизирующим учебный процесс, относятся технологии, в основе которых лежит игровое моделирование. Игровое обучение является инструментом, который помогает достичь целей и задач современного образования. Наряду с трудом и учёбом игра – один из основных видов деятельности человека. Игра – это общий язык для всех. Ко всему, форма игры соответствует психологическим особенностям школьного возраста. Это один из приемов преодоления пассивности учеников.

Вот как описывает значимость игры в процессе преподавания истории в школе автор книги «Сто игр по истории» Кулагина Г.А.: «... здесь и фантазия, и самостоятельный поиск ответа, и новый взгляд на известные уже факты и явления, пополнение и расширение знаний, установление связей, сходства, или различия между отдельными событиями. Но самое важное – это то, что не по необходимости, не под давлением, а по желанию самих учащихся во время учебных игр происходит многократное повторение предметного материала в его различных сочетаниях и формах» [4, с. 5]. Для достижения наибольшего эффекта исторические игры должны исключать однообразие и серость. Интересная захватывающая игра – составная часть учебно-воспитательного процесса, способ углубления

знаний по истории. Так характеризует метод «игры» автор книги «Предметная неделя истории в школе» Харьковская Н.И. [8, с. 16].

Цель применения игровых технологий – это развитие устойчивого познавательного интереса у обучающихся через разнообразные игровые формы обучения.

Наиболее часто в обучении истории используют так называемые ролевые игры. Это разновидность игрового обучения, состоящая в воспроизведении действий и отношений других людей. Метод ролевой игры является интерактивным. Обучение происходит во взаимодействии всех обучающихся, включая педагога, который в этой ситуации выступает организатором образовательного процесса, создаёт условия для деловой и творческой инициативы школьников. Интерактивные методы основаны на моделировании реальных жизненных ситуаций, на совместном решении проблем. Именно поэтому они наиболее эффективно способствуют формированию навыков и умений, выработке ценностей, создают атмосферу сотрудничества и взаимодействия [3, с. 2–5].

Ролевые игры способствуют:

1. Углублению изучения истории.
2. Развитию умения анализировать и обобщать получаемый материал, логически рассуждая, делать правильные выводы.
3. Развитию исторического мышления, развитию памяти, кругозора, воображения и эрудиции.
4. Умению формулировать свои мысли и отстаивать свою точку зрения.
5. Воспитанию интереса к истории и любви к своей и чужой Родине, культуре межличностных отношений [1, с. 23].

Суть ролевой игры состоит в том, что участникам предъявляется неожиданная ситуация, в которой им предлагается принять позицию (роль) кого-либо из участников и затем выработать способ, который позволит привести эту ситуацию к достойному завершению.

Организаторы игры и игроки могут ставить перед собой и конкретные задачи: – познавательные («как это было?») и обучающие («как это делать?») – в игре можно быть следопытом, корабелем, воином, монахом буддийского монастыря и т.п.).

Чаще всего в учебном процессе используются следующие виды ролевых игр:

1. Умеренно контролируемая ролевая игра – ролевая игра, при подготовке к которой участники получают общее описание своих ролей, на основе которого готовят свое индивидуальное ролевое задание. Проблема заключается в том, что особенности ролевого поведения известны только самому исполнителю. Остальным участникам важно догадаться, какой линии поведения следует их партнер, и принять соответствующее решение о собственной реакции. Программа проведения игры разрабатывается учителем, и учащимся сообщается список всех типовых и проблемных ситуаций, в которых им предстоит принять участие.

2. Свободная ролевая игра – служит формированию индивидуальных и групповых навыков самостоятельной работы по предмету. Учащиеся должны не только самостоятельно определить тему и разработать сценарий игры, но и подобрать соответствующий материал, произвести поиск информации, используя рекомендуемую литературу.

3. Сценарная игра – учащиеся разрабатывают программу и сценарий под руководством учителя [5, с. 20].

Ролевая игровая отличается от обычной игровой деятельности тем, что в ней имеются одновременно две задачи: учебно-воспитательная и игровая. В соответствии с этим учитель обучает детей, играя с ними, а дети, играя, учатся. Перед учащимися учебная задача выступает в замаскированном виде, у них на первом плане – игровая задача решается в процессе игровой деятельности, ребята непреднамеренно, произвольно выполняют учебную задачу.

Но следует выделить и некоторые недостатки при организации ролевых игр на уроках истории:

- 1) Игра может занимать весь урок, иногда два.
- 2) Игре может предшествовать большая предварительная подготовка.
- 3) Во время организации игры может возникнуть проблема сохранения научного подхода.
- 4) Проблема объективного выставления оценок.
- 5) Зачастую развитие игры непредсказуемо.
- 7) Могут возникнуть проблемы с соблюдением регламента заданий.

Однако не следует опасаться некой «громоздкости» данного метода. Неопытному педагогу достаточно начать с того что бы ввести в образовательный процесс всего лишь элемент ролевой игры. И одним из таких вариантов может стать роль учителя. Продемонстрируем это на конкретном примере из педагогической практики студентов-историков.

Нами были разработаны и проведены ряд уроков в 8-х классах по курсу «Всеобщая история». За основу уроков была взята методика С.Д. Шевченко, основанная на самоуправлении класса. Суть методики в том, что ученики берут на себя роль учителя. Так, один ученик-учитель проводит урок, другой является его дублером, третий комментатором, еще два ученика-учителя проверяют тетради, кто-то отвечает за оборудование урока, за заполнение экрана успеваемости и т.д. [9, с. 25].

Ролевая игра применялась при проверке знаний. Учитель предлагал самостоятельно сформулировать вопросы по пройденному ранее материалу, используя свои знания и записи в тетради. Пользоваться учебником было запрещено. Затем выбирал наиболее удачные вопросы и назначал их автором учителем, которому было необходимо опросить класс. При ответе на вопросы, ученикам разрешалось пользоваться записями в тетради. После чего отвечающие должны были объявить себе оценки, исходя из заранее объявленных учителем критериев оценивания, на заданные учеником-учителем вопросы. Далее выходил комментатор и проводил обсуждение прошедшей части урока, также ориентируясь на критерии оценивания, делал вывод, предлагал оценку за ведение урока, ученики голосовали.

Каждый хотел побыть в роли учителя, но для этого необходимо было выполнить условия: грамотно и четко сформулировать вопросы по пройденному материалу, громко и внятно задать их. При этом на формулирование вопросов отводилось не более 5-7 минут.

Таким образом, ученики задействовали такие познавательные процессы как внимание, память, мышление.

Стоит отметить, что учитель акцентировал внимание учеников на то, что трудности при ответе на вопросы возникают у тех, кто не был внимателен на уроке изучения нового материала и не вёл записи в тетради.

Применение метода ролевой игры при проверке результатов обучения с перевоплощением обучающихся позволило создать дополнительный стимул для ведения записей в тетради, так как было разрешено использовать свои записи как при формулировании вопросов, так и при ответе, что помогло избежать чрезмерного волнения. Настроить класс на продуктивное проведение следующих этапов урока помогла атмосфера сотрудничества, возникающая между учениками и учителем. Совместное обсуждение оценок и критических замечаний товарищей, помогло укрепить чувство коллективизма. Так же повысился интерес учащихся к изучению истории. Примеривание роли учителя учеником позволяет, в том числе, воспитать уважение к этой сложной и важной профессии. Л.С. Выготский заметил в этой связи: «Так приходится смотреть на те элементы подражательности, которые вносятся в игру, – они содействуют активному усвоению ребенком тех или иных сторон жизни и организуют его внутренний опыт в том же направлении» [2, с. 90].

Любой учитель постоянно находится в поиске новых технологий обучения, которые помогли бы решить проблему активизации познавательной деятельности учащихся. Не исключение и студенты направления подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование», профиль «Историческое образование», которые в рамках педагогической практики выполняют все функции учителя-предметника. Использование элементов ролевой игры в учебном процессе позволило решить ряд поставленных задач, вписывающихся в современные образовательные стандарты, а именно активизировать познавательные процессы обучающихся за счёт новых форм учебной деятельности. Очевидно, что для современного педагога ролевая игра остается важным инструментом для достижения запланированных результатов.

Список литературы

1. Быков А.В. Программа по историческому моделированию, реконструкции и ролевым играм // Преподавание истории в школе. 2001. №7. С. 25–30.
2. Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: АСТ Астрель Хранитель, 2008. 671 с.
3. Капранова М.Н. Интерактивная стратегия обучения // История. Всё для учителя. 2016. № 10. С. 2–7.
4. Кулагина Г.А. Сто игр по истории. М.: Просвещение, 1983. 240 с.
5. Матвеева Н.В. Ролевые игры на уроках английского языка. М., 2005.
6. Постановление ЦК КПСС, Совмина СССР от 22.12.1977 №1111 «О дальнейшем совершенствовании обучения, воспитания учащихся общеобразовательных школ и подготовки их к труду». URL: www.lawmix.ru/sssr/4688 (дата обращения: 07.10.2017).
7. Современные педагогические технологии. URL: www.hpdedehno.ru/content/aktivizaciya-poznavatelnoy-deyatelnosti-uchashchih-sya (дата обращения: 20.10.2017).
8. Харьковская Н.И. Предметная неделя истории в школе. Конкурсы, викторины, олимпиады. Ростов н/Д: Феникс, 2006. 208 с.
9. Шевченко С.Д. Школьный урок: как научить каждого. М., 1991.

ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ В РАМКАХ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА «ПОВСЕДНЕВНАЯ ЖИЗНЬ ТЮМЕНЦЕВ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ-ИСТОРИКОВ

Аннотация. В статье предпринимается попытка обобщить опыт проведения занятий в период прохождения производственной практики. Приводится программа авторского элективного курса как неотъемлемой части исследования, а также анализируются методы и приемы работы со студентами.

Ключевые слова: профильная школа; элективные курсы; изучение истории повседневности; региональная история.

Одна из обязательных составляющих процесса обучения магистрантов – прохождение производственной практики, целями которой является знакомство с условиями профессиональной педагогической деятельности, закрепление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, а также овладение необходимыми методами, навыками и умениями по избранной специальности. В рамках пройденной с 16.10 по 11.11.2017 г. практики, помимо прочего, ставилась следующая задача – завершить экспериментальную работу по магистерской диссертации путём проведения педагогического эксперимента и оформления его результатов. Работа велась на кафедре истории России Нижевартовского государственного университета под руководством профессора Л.В. Алексеевой.

Практическая часть магистерской диссертации, посвящённой проблеме разработки и внедрения элективного курса на тему «Повседневная жизнь тюменцев в годы Великой Отечественной войны» для старшеклассников и студентов вуза, предусматривает проведение эксперимента в одной или обеих экспериментальных группах. В данном случае работа велась со студентами 4 курса направления подготовки «Педагогическое образование» (профиль «Историческое образование»). При подготовке к занятиям были учтены особенности преподавания истории в вузах, заключающиеся в том, что преподавание строится на основе развивающего обучения путем анализа научных проблем, рассмотрения альтернативных точек зрения и подходов, формирования научной картины мира [4, с. 11].

Разработка вопросов региональной истории находится в числе приоритетных кафедры истории России. Многие студенты также занимаются исследованиями истории г. Нижевартовска, Нижевартовского района, Тюменской области. Достижения кафедры и лаборатории региональных исторических исследований в указанном направлении, а также в области методики преподавания региональной истории неоднократно представлялись научному сообществу [1; 2]. Исходя из этого, определялись цели и задачи, строился ход занятий. Высокая степень подготовки и мотивации студентов-выпускников позволили максимально полно использовать подготовленные материалы, выполнить поставленные задачи.

В рамках проведения части элективного курса для студентов была учтена специфика профиля подготовки, предусматривающая трудоустройство выпускников в общеобразовательные учреждения. Это вызвало необходимость включения в план занятий лекции, посвящённой теоретическим вопросам разработки и преподавания элективных курсов. Особое внимание было уделено ознакомлению с требованиями по разработке элективных курсов и авторской программой электива, представленной ниже. В основу программы были положены результаты исследований российских педагогов последних лет.

Программа элективного курса

Пояснительная записка

В последние годы со стороны, как научного сообщества, так и общественности наблюдается устойчивый интерес к истории повседневности. Однако в рамках школьного урока осветить темы, связанные с повседневной жизнью, не всегда удаётся. Лимит времени не позволяет учителю подробно остановиться и на таком важном предмете, как жизнь тыловых городов в годы войны. Настоящий элективный курс призван отчасти устранить этот пробел. Он поможет школьникам осознать, какой высокой ценой советскому народу далась Победа, какой вклад в дело её достижения внесли жители одного из многочисленных тыловых городов.

Предлагаемый курс является предметным, т.е. предполагает углубление и расширение знаний по предмету, входящему в базисный учебный план школы. Содержание курса соотносится с темой «Советский тыл в Великой Отечественной войне», которая изучается в 11 классе на уроках истории. Кроме того, содержание курса связано с такими учебными предметами, как обществознание и литература. Выполнение самостоятельных заданий потребует знаний и навыков использования средств ИКТ.

Данный курс преследует следующую *цель*: овладение старшеклассниками теоретическими основами и практическими навыками по изучению истории повседневности периода Великой Отечественной войны.

Задачи курса:

1. углубление знаний учащихся в предметной области;
2. развитие критического мышления;
3. совершенствование учебно-исследовательской деятельности;
4. формирование и развитие коммуникативных навыков;
5. создание условий для развития у учащихся интеллектуальных и практических умений в изучении истории;
6. создание условий для воспитания патриотизма на основе знания региональной истории.

Программа предусматривает большой объём практической работы, призванной формировать историческое мышление учащихся, совершенствовать навыки работы с различными видами исторических источников.

Из известных современной педагогике принципов отбора и структурирования материала в основу курса положены принцип структурного единства содержания образования и принцип гуманитаризации. Первый предполагает согласованность таких составляющих как теоретическое представление, учебный предмет, учебный материал, педагогическая деятельность, личность учащегося. Второй связан с созданием условий для активного творческого и практического освоения школьниками предлагаемого материала.

Основные методы работы:

- анализ исторической литературы и исторических источников;
- эвристическая беседа;
- лекция;
- подготовка и обсуждение сообщений учащихся

Требования к знаниям и умениям обучающихся. В результате изучения программного материала обучающийся должен *уметь*:

- ✓ сознательно организовывать и регулировать свою деятельность – учебную, общественную и др.;
- ✓ работать с учебной и внешкольной информацией, грамотно использовать современные источники информации;
- ✓ решать творческие задачи, представлять результаты своей деятельности в различных формах;
- ✓ сотрудничать с соучениками, работать в коллективе.

Овладеть:

- ✓ целостным представлением об изучаемом предмете;
- ✓ умением применять понятийный аппарат исторического знания и приемы исторического анализа для раскрытия сущности и значения событий и явлений прошлого и современности;
- ✓ умением изучать и систематизировать информацию из различных исторических и современных источников;
- ✓ готовностью применять исторические знания для выявления и сохранения исторических и культурных памятников своего региона.

Программа адресована обучающимся 9–11 классов и рассчитана на 17 часов по 1 часу в неделю. Частично содержание курса может быть использовано при проведении тематических классных часов в 5–8 классах.

Итоговый контроль. Обязательным условием получения учеником зачёта является выполнение практических заданий и предоставление их результатов.

Учебно-тематический план

№ п/п	Тема занятия	Кол-во часов	Содержание	Форма учебной деятельности	Вид деятельности обучающихся
1	Вводное	1	Цели, задачи, особенности курса. Краткое содержание. Формы работы и отчетности.	Лекция с элементами беседы	Подготовка к разговору с респондентом (составление вопросов)
2	Источники по истории повседневности	1	Специфика письменных источников (нормативно-правовые акты, делопроизводственная документация, пресса, воспоминания) в изучаемый период	Работа с извлечениями из источников, их анализ, оценка	Узнать, что находится сейчас на месте объектов военного времени (завод строительных машин, дом «Реконструктор» и др.)
3	Источники по истории повседневности	1	Визуальные источники – картографические и фотоматериалы	Работа с источниками, характеристика на их основе облика города	Беседа с респондентом
4	Условия жизни тюменцев	1	Особенности жизни в военной Тюмени. Подселение эвакуированных, экономия электроэнергии, работа городских бань.	Лекция	Подготовка сообщений на темы: «Пионеры помогают фронту», «Труд женщин в тылу»
5	Питание горожан	1	Проблемы питания и способы её решения. Карточная система. Организация городских столовых.	Лекция с элементами беседы. Работа со статистической информацией	Опережающее задание – подготовка творческих номеров
6	Помощь фронту	1	Трудовая деятельность населения как фактор, приблизивший Победу. Денежные пожертвования.	Выступление учащихся с сообщениями, дополнение их учителем	Создание интерактивной карты с обозначением заводов и добавлением информации о них
7	Военные заводы города Тюмени	1	Характеристика местной промышленной базы. Процесс эвакуации заводов из прифронтовой полосы, их размещение	Рассказ учителя. Локализация заводов на карте города	Добавление в интерактивную карту информации об объектах здравоохранения
8	Медицина, здравоохранение	1	Работа госпиталей и больниц города, подвиг тюменских медиков	Работа с источниками. Совместная реконструкция условий жизни и работы тюменских медиков. Локализация больниц и госпиталей на карте	
9	Связь тыла с фронтом	1	Письма с фронта, работа тюменских почтовых отделений		
10	Кинематограф военного времени	1	Специфика фильмов военного времени. Деятельность тюменского кинотеатра «Темп». Знакомство с жанром киносборника.	Просмотр «Боевого киносборника № 1»	Подготовить сообщения о тюменцах (возможно прадедах) – участниках войны
11	Вечер в городском саду	1	Выступление учащихся с творческими номерами	Подготовка и демонстрация творческих номеров – песен военного времени	

12	Тюменцы – участники Великой Отечественной войны	1	На фронтах Великой Отечественной войны сражались 11752 тюменца. На занятии предлагается вспомнить биографии некоторых из них, а также обратить внимание на памятные места в городе	Выступление учащихся с докладами	Поиск информации о школах города в военное время, нанесение их на карту
13	Учебные заведения города	1	Система общего и высшего образования, выдающиеся педагоги	Рассказ учителя. Дополнение его сообщениями школьников	
14	Тюменский Драмтеатр	1	Знакомство со спецификой театрального искусства в СССР начала 1940-х гг., деятельностью тюменского театра.	Лекция с элементами беседы	
15	Тюмень послевоенная	1	Изменение городского облика и повседневной жизни тюменцев в период 1945–1953 гг.	Лекция с элементами беседы	Подготовка к виртуальной экскурсии
16	Урок – повторение	1	Обобщение пройденного материала	Консультация по вопросам, связанным с подготовкой экскурсии	
17	Виртуальная экскурсия «Тюмень военная»	1	Проведение «экскурсии» по городу с помощью интерактивной карты, фотографий	Совместно подготовленный рассказ о местах города, связанных с войной	

Помимо работы с программой курса студентам были предложены задания, направленные на совместное формулирование понятия «история повседневности», а также на анализ источниковой базы исследования. Частично была освещена тема «Условия жизни тюменцев в годы Великой Отечественной войны». Магистрантом была организована самостоятельная работа студентов, заключающаяся в анализе извлечений из источников и литературы. При этом были учтены методические рекомендации по организации самостоятельной работы в коллективе, предусматривающие, во-первых, грамотную постановку учебной задачи, во-вторых, применение оптимальных способов решения задачи и, в-третьих, осуществление контроля и оценки за ходом и результатом решения задачи [3, с. 6–7].

В результате сделан вывод о высокой степени вовлечённости студентов в изучение проблем, связанных с историей повседневности, целесообразности продолжения этой работы.

Список литературы

1. Алексеева Л.В. Военно-революционные события 1917–1921 гг. в учебнике «История Ханты-Мансийского автономного округа» и новое историческое знание // Мир науки. 2016. Т. 4. № 6.
2. Алексеева Л.В., Святченко И.В. О теоретико-методических подходах к организации изучения школьниками региональной истории // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Гуманитарные науки». 2016. № 12 (декабрь).
3. Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для преподавателей / сост. Ю.А. Гончарова. Воронеж, 2007. 27 с.
4. Ушмаева К.М. О концепции преподавания истории в вузе // Вестник Ставропольского государственного университета. 2007. № 51. С. 9–14.

ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НАУЧНЫХ РАБОТ В ПРОЕКТНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Аннотация. Автором рассмотрены некоторые актуальные вопросы, возникающие при выборе исследовательской литературы, на которую школьники могли бы опираться в работе над собственными научными сочинениями. Автор определяет специфику выбора литературы, устанавливает основные этапы отбора текстов, а также главные критерии, которыми необходимо руководствоваться на каждом из этих этапов, обращается к наиболее актуальным проблемам ознакомления школьников с научными сочинениями.

Ключевые слова: исследование; обучающиеся; проектная деятельность; критерий научности.

Одной из актуальных проблем организации исследовательской деятельности обучающихся является выбор научных трудов, на которые школьник мог бы опираться в процессе создания текста. Анализируя значение научно-методической литературы для ученических исследований, необходимо отметить, что правильно подобранные работы многократно повышают результативность деятельности школьника, а также снижают риск вульгаризации исторического исследования.

Опираясь на тексты профессиональных исследователей, обучающийся: 1) обогащает свой словарный запас; 2) овладевает высоким стилем повествования; 3) осваивает фактические знания, включающие понятия, взаимосвязи и оценки, выработанные предыдущими поколениями ученых; 4) получает возможность отсеивать неактуальные для современного научного знания темы; 5) знакомится с критериями логики и объективности, необходимыми для создания научного текста; 6) развивает способность к критическому и творческому мышлению.

Необходимо отметить, что главная задача ученического исследования – не получение принципиально нового решения в той или иной области знания, а овладение учебными навыками, которые бы гармонично вписывались в образовательный процесс и благотворно сказывались на развитии личности школьника [1]. Ввиду этого перед научным руководителем ставится задача не только обеспечить обучающегося качественной литературой, но и научить его самостоятельно производить поиск текстов, отвечающих как его личным запросам, так и критериям современного научного знания.

Учитывая отсутствие у обучающихся, впервые занявшихся научной деятельностью, опыта в выборе такой литературы, первоначальную подборку текстов должен производить руководитель исследования. Среди необходимых условий отбора сочинений необходимо выделить следующие: 1) стиль изложения должен соответствовать возрастным способностям обучающегося; 2) объем произведений не должен превышать читательский потенциал ученика; 3) работа должна давать широкое представление об изучаемом явлении.

Отсутствие данных условий может негативно сказаться на дальнейшем ходе научной работы. Так, излишне сложный стиль повествования не позволит школьнику полноценно осмыслить идеи, изложенные в исследовании. Соответственно, выводы, сформулированные авторами, нельзя будет использовать в работе – точно так же, если бы обучающийся вовсе не руководствовался их содержанием [1]. Среди других негативных последствий можно выделить потерю обучающимся ввиду излишней сложности произведений, интереса к научной деятельности в целом.

Избыточный объем научных работ в условиях современной системы обучения, категорически приуменьшающей роль чтения в образовательном процессе и ведущей к появлению поколения, совершенно не привыкшего к активному штудированию книг, может привести к замедлению темпов научной работы. Необходимо отметить, что воспитание культуры чтения в ребенке должно происходить постепенно и не носить ультимативный характер. Освоение обучающимся научных работ будет наиболее качественным в случае, если ребенок познакомится с небольшими авторскими произведе-

ниями, что создаст необходимые условия для повышения интенсивности чтения, ввиду того, что ребенку гораздо легче последовательно знакомиться с небольшими авторскими произведениями, нежели долговременно осваивать одно объемное сочинение. Наилучшим решением на первоначальном этапе необходимо считать использование небольших научных статей или тематических сборников.

Заметим, что данное решение способствует развитию у обучающихся творческих навыков, основ критического мышления. Подобные результаты возможны благодаря знакомству школьников с выводами множества авторов вместо какого-то одного. Наилучшим решением стал бы выбор статей, создатели которых вступают в полемику относительно актуальной для исследовательской работы проблематики. Данный «ход» позволит обучающемуся ознакомиться с отличными друг от друга методиками научного познания, развить способность к критическому анализу и логическому осмыслению взамен бездумного заучивания чужих идей [2].

В свою очередь, отсутствие в списке литературы обобщающих произведений, дающих часто лишь поверхностное представление об изучаемом явлении, может негативно сказаться на общей эрудированности школьника. Лучшим выходом представляется использование научных работ студентов. Благодаря данному решению руководитель выполняет сразу несколько задач. Во-первых, студенческий стиль повествования наиболее близок школьникам, за счет чего происходит лучшее осмысление ими предмета и объекта исследования. Во-вторых, как правило, объем студенческих статей не превышает 6–8 страниц, что дает возможность ознакомиться с ними обучающимся, не привыкшим к активному и продолжительному чтению. В-третьих, положения, содержащиеся в студенческих сочинениях, в большинстве своем не содержат принципиально новых для науки выводов и часто дают обобщающее представление об изучаемом явлении, столь значимое для начальных этапов школьного исследования.

На втором этапе научный руководитель знакомит обучающихся с выбранными сочинениями и разъясняет специфику отбора текстов. Необходимо выделить следующее важное условие: текст не должен носить псевдонаучный характер. Ввиду отсутствия у обучающихся умения отличать лженаучные произведения от качественных исследований, руководствуясь одним их содержанием, наставник должен сообщить критерии, по которым школьник в дальнейшем самостоятельно мог бы оценивать «научность» работы. Среди них: 1) наличие у автора сочинения или его научного руководителя ученой степени и звания; 2) наличие ученой степени/звания у редактора сборника, в котором помещено сочинение; 3) специализация типографии, опубликовавшей работу (совершенно неподходящими представляются издательства, ранее замеченные в публикации псевдонаучных и околонуучных трудов любителей).

Следует предупредить о высокой опасности произведений лженаучного характера для формирования исследовательского потенциала школьника [3]. Так, кроме предсказуемого знакомства с ошибочными фактами и суждениями, излагаемыми в подобной литературе, обучающийся также рискует приобщиться к методологии «исследования», строящейся не на объективном осмыслении фактов, а исключительно на идеологических основаниях, часто вступающих в противоречие не только с прочно устоявшимися концепциями, но и со здравым смыслом [4].

Вместе с тем не стоит полностью исключать элемент идеологии из школьной исследовательской работы. Ведь для многих подростков именно средняя школа становится периодом первоначального формирования политических, этических и религиозных взглядов. Профессиональный педагог считает с этим фактом и вместо борьбы с порывами юношеского максимализма должен обращать подростковую увлеченность в благотворное русло [6]. Так, позитивным выходом стало бы привлечение учащегося к изучению научной проблематики, играющей значительную роль в формировании комплекса его взглядов. Это позволит создать необходимую заинтересованность школьника исследовательской деятельностью и тем самым значительно оптимизировать данный процесс [5].

Публицистический или художественный характер работ также стоит оценивать двойко. С одной стороны, излишняя публицистичность может негативно сказаться на содержательной составляющей исследования. Вместе с тем умеренное использование художественных элементов в сочинении позволит читателю расширить свой словарный запас, усвоить примеры образного изложения мысли, сделать собственные выводы и их аргументацию более экспрессивными и выразительными.

При выборе исследовательской литературы руководитель также не должен пренебрегать произведениями тех авторов, выдвинутые положения которых к настоящему времени опровергнуты. Так, наилучшим решением было бы создание в списке литературы контраста устаревших трудов с произведениями современных исследователей в рамках единой проблематики. Такой подход обеспечит дополнительную заинтересованность учащегося аргументацией, вытеснившей архаичные теории из научного оборота, что, несомненно, окажет благотворное влияние на исследовательский процесс. Дан-

ное решение также позволит проследить эволюцию взглядов, произошедших в науке за продолжительный временной период. Последнее положение наиболее значимо для организации научной деятельности ввиду того, что современная исследовательская парадигма предполагает глубокое знакомство исследователя с предшествующей историографией.

На следующем этапе руководитель подбирает для учащегося работы, затрагивающую более узкую научную проблематику. Несмотря на то, что школьная исследовательская работа не обязана привносить какие-либо новые для дисциплины выводы, учащийся должен стремиться к изучению вопросов ранее не рассматривавшихся в науке. В ином случае потенциал ученика рискует вылиться лишь в воспроизведение выводов, множество раз сформулированных предшествующими поколениями исследователей. Составив Список литературы, руководителю необходимо должным образом ознакомить с ним учащегося. Основное внимание необходимо уделить сравнению новых текстов с предыдущим перечнем книг, а именно: указать на отличия исследований, рассматривающих фундаментальные научные проблемы, от работ более узкой направленности.

На четвертом этапе отбор необходимых текстов надлежит поручить самому учащемуся [6]. Однако на данной стадии необходим качественный контроль со стороны научного руководителя. Полученные в результате отбора работы должны быть проверены учителем на соответствие предложенным ранее критериям. Необходимо также провести опрос учащегося на предмет выбранных им сочинений, оценить осознание обучающимся необходимости отбора профессиональной литературы, а также знание её характерных особенностей.

В ходе данной работы нами были установлены основные этапы отбора текстов, необходимых для организации полноценного ученического исследования. Сформулирована специфика выбора литературы, а также основные критерии, которыми необходимо руководствоваться на каждом из этапов. Выделено значение профессиональных исследований для формирования образа мысли и потенциала учащихся. Кроме этого, проанализированы наиболее актуальные проблемы, возникающие в процессе ознакомления школьников с научными сочинениями.

Список литературы

1. Абрамова М.Н. Исследовательская деятельность как технология становления личности обучающихся // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2011. № 2. С. 23–24.
2. Середовских Т.Л., Солодовникова Л.С. Организация педагогического сопровождения формирования исследовательской культуры обучающихся в деятельности НОУ // Вестник Нижневартковского государственного университета. 2013. № 4. С. 92.
3. Ильина А.В. Организация проектной и исследовательской деятельности обучающихся в условиях введения нового образовательного стандарта // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. 2011. № 2. С. 130.
4. Воробьева А.В. Подготовка педагогов, организующих научно-исследовательскую деятельность обучающихся // Армия и общество. 2013. № 1. С. 101.
5. Воронько Т.А. Психолого-педагогический аспект формирования исследовательской деятельности обучающихся // Мир науки, культуры, образования. 2012. № 6. С. 182.
6. Белова Т.Г. Исследовательская и проектная деятельность учащихся в современном образовании // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2008. № 2. С. 32.

ФОРМИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УМЕНИЙ УЧАЩИХСЯ ВО ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В данной работе рассматриваются приемы формирования исследовательских умений учащихся во внеурочной деятельности в процессе изучения курса истории в школе.

Ключевые слова: исследовательские задачи; формы учебно-исследовательской деятельности; прием активизации самостоятельной работы; элективный курс.

Умение решать исследовательские задачи является одной из ключевых компетенций, которые должны быть сформированы у современного ученика. Ведущие методисты сегодня предлагают множество видов нетрадиционных уроков, предполагающих выполнение учениками учебного исследования или его элементов: урок-исследование, урок-лаборатория, урок-творческий отчет, урок-изобретательства, урок «удивительное рядом», урок фантастического проекта, урок-рассказ об ученых, урок-защита исследовательских проектов, урок-экспертиза, урок «патент на открытие», урок открытых мыслей и т.д. [1, с. 21]

Однако, чтобы на уроках можно было всегда обстоятельно и углубленно проводить учебное исследование, необходимо, чтобы обучаемый знал, как это делать. Поэтому логическим продолжением урока предлагаются различные формы учебно-исследовательской деятельности во вне учебное время. Это, домашние задания исследовательского характера, исследовательская практика учащихся, образовательные экспедиции, походы, поездки, экскурсии с четко обозначенными образовательными целями, программой деятельности, продуманными формами контроля, факультативные занятия, ученические научно-исследовательские общества, олимпиады, конкурсы, конференции и т.д. [1, с. 22–23].

Формирование исследовательских компетенций школьников о внеурочное время условно можно разделить на два этапа.

Первый этап – это формирование первичных исследовательских умений учащихся через решение несложных, но в тоже время интересных исследовательских задач. Например, проведение анкетирования среди одноклассников, друзей, родственников, знакомых, соседей, жителей города (села, деревни). Ученики предлагают назвать имена выдающихся личностей не только России, но и других стран. Выполняя такое задания, ученик имеет возможность, проанализировать место россиян среди звезд мировой величины во мнениях и оценках своих друзей, знакомых, сограждан [2, с. 5].

Данный этап реализуется в средней возрастной категории обучаемых (5–8 кл.).

Второй этап (9–11 классы) предполагает формирование практического умения проведения учебного исследования. Ряд учителей практиков предлагают логическим продолжением урока такую форму учебно-исследовательской деятельности во вне учебное время, как элективный курс.

Так, элективный курс «Основы учебного исследования» знакомит обучающихся с основными этапами учебного исследования и принципами самостоятельной организации поисковой и учебно-исследовательской работы, а также с проектированием самостоятельного исследования [3, с. 152–153].

Этот курс может вводиться уже в девятом классе, поскольку он способствует развитию исследовательской компетенции учащихся по средством освоения ими методов научного познания и умений учебно-исследовательской деятельности, необходимых для подготовки к подобного рода деятельности в 10–11-х классах.

На первом этапе реализация технологии учебного исследования осуществляется в группе под контролем учителя по заданной им теме. Прежде всего, на данном этапе учитель помогает в определении темы учебного исследования, в формулировке гипотезы исследования, в разработке плана деятельности и осуществляет контроль на всех его этапах. Главной задачей здесь является становление исследовательской позиции.

Второй этап реализации данной технологии заключается непосредственно в проведении учебного исследования, который включает соответственно два последовательных этапа: 1. Проведение учебного исследования; 2. Анализ проведения исследования.

Анализ курса показал, что особую роль в работе с документальными источниками во внеурочной деятельности автор курса уделяет формированию у обучаемых одной из наиболее важных, коммуникативных компетенций – это последовательному, логически обоснованному выступлению перед аудиторией.

Для того чтобы ученикам было легче, особенно на первых порах, собрать материал для выступления воедино из отдельных кусочков и абзацев, обучаемым предлагается использовать выражения из набора устойчивых словесных оборотов, которые применяются для связок и переходов в речи. Для удобства основные из них заносятся в специальный словарь выражений-связок.

Не меньшее внимание уделяется освоению обучаемыми различных форм презентации материалов исследования (тезисы, статья, реферат, стендовый доклад и др.). Это позволяет одновременно формировать коммуникативную и социальную компетенции. Для презентации продуктов деятельности по возможности используется компьютерная презентация, что способствует овладению технической составляющей учебно-информационных умений и создает дополнительный стимул для их освоения.

Таким образом, поэтапное формирование исследовательских умений учащихся во внеурочной деятельности может обеспечить качественную подготовку выпускников, ориентированных на продолжение исследовательской деятельности в вузе, владеющих методами научного познания, компетентных в вопросах формулировки и применения научного аппарата исследования.

Список литературы

1. Алексеева Л.В. Работа с одаренными детьми в обучении истории и обществознанию: вопросы теории и методики: учебно-методическое пособие. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2010. 131 с.
2. Зайцева Л.Ю. Исследовательская работа учащихся по Отечественной истории XX век: сборник заданий. Курган, 2004.
3. Историческое краеведение: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по ОПОП 44.03.01 – Педагогическое образование (профиль «Историческое образование») / под ред. В.В. Цыся, Л.В. Алексеевой. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2015. 260 с.

УДК 37(091)(4/9)

С.Д. Ефимов

студент

*Научный руководитель – канд. ист. наук, доцент С.В. Горбунова
Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

ОСНОВНЫЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ИДЕИ В «ПОУЧЕНИИ ВЛАДИМИРА МОНОМАХА» В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ СТАНДАРТОВ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье анализируются истоки русской национальной педагогики и прослеживается связь основополагающих морально-нравственных принципов воспитания, сформулированных в древнерусском обществе, с современными образовательными стандартами.

Ключевые слова: личность; воспитание; идеология; «Поучение Владимира Мономаха»; образовательные стандарты.

Одно из определений личности звучит следующим образом: «Человеческий индивид как продукт общественного развития, субъект труда, общения и познания, детерминированный конкретно-историческими условиями жизни общества» [7, т. 3, с. 196]. Отсюда следует, что гражданином Рос-

сии является личность, которую взрастило и воспитало наше общество в определенных исторических условиях. Актуальность вопроса воспитания данной личности в духовном и нравственном ключе несомненна. Воспитание этой личности является главной педагогической задачей, так как личность без духовно-нравственной основы не может являться полноценным гражданином своей страны. Эта задача четко обозначена в Законе об образовании в РФ, статья 2: *«Образование – единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции, определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов»* [6].

Основополагающий документ, который устанавливает обязательный минимум содержания основных образовательных программ общего образования и требования к уровню подготовки выпускников в современной России – Федеральный компонент государственного стандарта общего образования – предусматривает, в том числе, деятельностный характер образования и формирование ключевых компетенций – готовности учащихся использовать усвоенные знания, умения и способы деятельности в реальной жизни для решения практических задач. Кроме того, он направлен на формирование у обучающихся гражданской ответственности и правового самосознания, духовности и культуры, самостоятельности, инициативности, способности к успешной социализации в обществе... [5].

Перейдем к другому документу. Ст. 13, п. 2 Конституции Российской Федерации гласит: *«Никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной»* [3]. Данная статья Основного закона нашего государства – это следствие семидесятилетней «коммунистической идеологии» Советского Союза, попытка обозначить точку невозврата к тоталитарному прошлому. Несмотря на неоднозначность этого периода нашей истории, нельзя не признать, что морально-нравственные принципы этой эпохи были ничуть не ниже современных, а в чем-то, возможно, даже превосходили оные. Не вступая в полемику по данному вопросу, мы можем констатировать, что на сегодняшний день, прожив более 20 лет в условиях, так называемого «идеологического вакуума», российское педагогическое сообщество видит необходимость идеологической основы воспитания подрастающего поколения, понимая важность «духовных скреп». Это выражение, благодаря средствам массовой информации, которые целенаправленно дискредитируют его смысл, мы, видимо, не можем употреблять, как научный термин. Есть другое определение – морально-нравственные объединяющие ценности, явный дефицит которых констатировал руководитель нашего государства. Пока парламентарии решают вопрос противоречия обозначенных выше законов, работникам образования необходимо, ориентируясь на стандарты образования, научить детей «просто любить Родину, возлюбить ближнего своего». Научить каждого, в условиях совместного проживания многонационального и многоконфессионального народа быть достойным гражданином своего государства, иными словами – просто быть Россиянином.

Эти, простые в своей очевидности, но трудноисполнимые на практике истины, демонстрирует нам тысячелетний документ, один из первых отечественных педагогических сочинений – «Поучение Владимира Мономаха». В этом документе четко прослеживается, что моральные устои на Руси были крепки уже тогда, и современному научному сообществу незачем искать новые идеологические конструкции. Можно сказать, что в стандартах образования РФ, хотя бы частично, имеется именно эта вековая основа, что мы и увидим из приведенного ниже исследования.

«Поучение Владимира Мономаха» – исторический документ, датированный 1096 годом (есть версия более позднего происхождения данного документа), который дошел до нас в составе «Лаврентьевского летописного свода» 1377 г. Этот документ, написанный Владимиром Всеволодовичем Мономахом (1053–1125 гг., великий князь Киевский, внук Ярослава Мудрого), академик Д.С. Лихачев причислил к Великому наследию классических литературных произведений древней Руси [4].

Мономах о трудолюбии и ответственности:... *В дому своем не ленитесь, но за всем сами наблюдайте; не полагайтесь на тиуну или на отрока, чтобы не посмеялись приходящие к вам ни над домом вашим, ни над обедом вашим. На войну выйдя, не ленитесь, не полагайтесь на воевод; ни питью, ни еде не предавайтесь, ни спанью; сторожей сами наряжайте и ночью, расставив стражу со всех сторон, около воинов ложитесь, а вставайте рано... Леность ведь всему мать: что кто умеет, то забудет, а чего не умеет, тому не научится. Добро же творя, не ленитесь ни на что хорошее...*

О почитании старших и младших:... *Старых чтите, как отца, а молодых, как братьев...*

Об отношении к согражданам:... *Куда бы вы ни держали путь по своим землям, не давайте отрокам причинять вред ни своим, ни чужим, ни селам, ни посевам...*

О милосердии: ... *убогих не забывают, но, насколько можете, по силам кормите и подавайте сироте и вдовицу оправдывайте сами, а не давайте сильным губить человека ...*

... *Куда же пойдете и где остановитесь, напоите и накормите нищего, более же всего чтите гостя, откуда бы к вам ни пришел, простолюдин ли, или знатный, или посол...*

... *Больного навестите, покойника проводите, ибо все мы смертны. Не пропустите человека, не поприветствовав его, и доброе слово ему молвите...*

Об учении:... *Что умеете хорошего, то не забывайте, а чего не умеете, тому учитесь – как отец мой, дома сидя, знал пять языков, оттого и честь от других стран... [1]*

Исходя из вышеприведенного примера, не претендуя на глубокое исследование, так как тема очень широка для столь небольшого формата, можно сделать очевидный вывод, что Мономах, вероятно:

- 1) одним из первых сформировал идею деятельности характера образования;
- 2) уделил самое серьезное внимание духовно-нравственному воспитанию подрастающего поколения;
- 3) физической подготовленности детей к жизни;
- 4) методом воспитания избрал собственный пример и пример своего отца (*Сам делал, что было надо; весь распорядок и в доме у себя также сам устанавливал. И у ловчих охотничий распорядок сам устанавливал, и у конюхов, и о соколах и о ястребах заботился [1].*)

Возвращаясь к вышесказанному и констатируя, что постулаты Владимира Всеволодовича Мономаха частично присутствуют в наших образовательных стандартах, а некоторые учебные пособия по педагогике используют материал «Поучения» в процессе подготовки будущих преподавателей, можно отметить, что существует целый ряд известных исторических документов, педагогическая ценность которых сопоставима по значимости с «Поучением». Среди них – «Златоуст», «Изборник», «Менандр», «Пчела», «Повесть о Петре и Февронии Муромских», «Домострой». Сочинения митрополита Иллариона, Феодосия Печерского, Нестора, Кирилла Туровского, Епифания Премудрого, Протопопа Аввакума и многих других тоже достойны изучения. Эти и другие менее исследованные источники требуют своего внимательного рассмотрения именно в рамках педагогической науки.

В каждом из народов нашей большой страны есть свой «Мономах», и каждый «Мономах», вне зависимости от своей религии, передавал детям эти же истины. Не все поучения дошли до нас в письменном виде, что лишь увеличивает ценность уже названных источников.

Основываясь на выводах, сделанных в данном исследовании, и учитывая, что Русь приняла христианство намного позднее Европы, обладая устойчивыми и уже на тот момент многонациональными традициями, можно резюмировать, что все духовно-нравственные основы для воспитания личности, как полноценного гражданина России, мы имеем в отечественной истории. Следовательно, глубокое изучение исторических памятников литературы в рамках педагогической науки позволяет переложить эти основы на сегодняшние реалии, не исключая применения и лучшего зарубежного педагогического опыта в этой области, но обязательно учитывая нашу национальную ментальность.

Список литературы

1. Изборник (Сборник произведений литературы Древней Руси) / сост. и общ. ред. Л.А. Дмитриев, Д.С. Лихачев. М.: Худож. литература, 1969.
2. История педагогики и образования. От зарождения воспитания в первобытном обществе до XX в. / под ред. академика РАО А.И. Пискунова. М.: ТЦ «Сфера», 2001.
3. Конституция Российской Федерации. М.: Юрид. лит., 1993. 64 с.
4. Лихачев Д.С. Великое наследие // Избранные работы в трех томах. Т. 2. Л.: Худож. лит., 1987. С. 3–342.
5. Федеральный компонент государственных образовательных стандартов начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования / утв. Приказом Минобрнауки РФ №1089 от 5.03.2004 г. (с изменениями на 7.06.2017 г.). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142304
6. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании». URL: https://минобрнауки.рф/документы/2974/файл/1543/12.12.29-ФЗ_Об_образовании_в_Российской_Федерации.pdf
7. Философская энциклопедия. В 5 т. / под ред. В.Ф. Константинова. М.: Советская энциклопедия, 1960–1970 гг.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО УРОКА ИСТОРИИ В УСЛОВИЯХ ВВЕДЕНИЯ ФГОС НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Аннотация. В статье названы требования, предъявляемые к современному уроку, предложены эффективные активные и интерактивные методы обучения.

Ключевые слова: урок истории; ФГОС.

В 2016/2017 учебном году начался процесс перехода российских школ к линейной системе преподавания учебного предмета «История», хотя делается это поэтапно, и в разных регионах существует своя специфика.

Истоки инициативы возвращения к линейной системе преподавания истории в школе восходят к 19 февраля 2013 года, когда Президент Российской Федерации В.В. Путин на заседании Совета по межнациональным отношениям при Президенте Российской Федерации отметил «исключительную роль школы в формировании культуры взаимоотношений между людьми разных национальностей, укреплении атмосферы взаимоуважения между ними», обратил внимание на то, что «формальные нравоучения здесь абсолютно неприемлемы и неэффективны, а порой даже и контрпродуктивны», и выступил с предложением о создании «единых учебников истории России для средней школы, рассчитанных на разные возрасты, но построенных в рамках единой концепции, в рамках единой логики непрерывности российской истории, взаимосвязи всех ее этапов, бережного отношения ко всем страницам нашего прошлого, многообразием совместных усилий разных народов, традиций и культур России» [1].

Во исполнение поручения Президента Российской Федерации В.В. Путина по итогам указанного заседания под руководством ведущих российских историков разработана Концепция нового учебно-методического комплекса по отечественной истории (далее – Концепция), основной компонентой которого явился Историко-культурный стандарт (далее – ИКС). Он составляет ядро школьного исторического образования, содержит принципиальные оценки ключевых событий прошлого с перечнем рекомендуемых для изучения тем, понятий и терминов, событий и персоналий.

В течение 2014–2015 гг. целый ряд российских издательств разработали свои УМК по истории России. Однако в итоге все экспертные процедуры прошли линейки только трех из них: «ДРОФА» (6–10 классы), «Просвещение» (6–10 классы) и «Русское слово» (6–9 классы). Соответствующие изменения были внесены и в федеральный перечень учебников, рекомендуемых к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования (утвержден приказом Минобрнауки России от 31 марта 2014 г. № 253 [5] с изменениями, внесенными приказом Минобрнауки России от 8 июня 2015 г. № 576 [6]). Всего в перечень включены 14 учебников истории России, соответствующие Концепции. По курсу же всеобщей истории УМК для линейной модели в действующем перечне пока нет, поэтому могут использоваться учебники, изданные ранее (но не ранее 2012 г.). В соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ № 575 от 8 июня 2015 г. три линии учебников ведущих издательств России («Просвещения», «Дрофы» и «Русского слова») включены в состав федерального перечня учебников [1, с. 30–31].

Одним из самых важных слагаемых предмета «История» является курс отечественной истории, в котором, в соответствии с Концепцией нового учебно-методического комплекса по отечественной истории, должна сочетаться история Российского государства и проживающих на его территории народов, история регионов и локальная история (прошлое родного города, села, семьи).

Структура типов уроков по ФГОС, в их обычном виде, обладает схожими этапами, однако в зависимости от разновидности занятия имеет и определённые особенности. В тех случаях, когда основная часть времени отдаётся на усвоение нового материала, то выделяются такие этапы:

1. Организационный момент, который обязательно должен присутствовать на каждом занятии. Педагогом проверяется степень готовности класса к текущему уроку.

2. Второй этап отводится для постановки целей, центральных задач и мотивации учеников на активную работу на уроке.

3. Этап актуализации знаний, которые были получены обучающимися ранее.

4. Этап первичного усвоения новых знаний, в процессе которого проверяется степень полноты и точности понимания обучающимися того, что им объясняет учитель.

5. Этап промежуточной проверки, насколько понятен обучающимся излагаемый педагогом материал.

6. Первый этап закрепления материала.

7. Домашнее задание, а также подробная инструкция для его успешного выполнения, к примеру, что должно быть заучено обязательно, что подлежит лишь ознакомительному изучению, какие из заданий подлежат письменному выполнению и т.п. Кроме того, внимание должно быть обращено на выполнение индивидуального задания с учётом возможностей обучающихся.

8. Подведение итогов урока или рефлексия [4].

В рамках ФГОС предполагается использование активных и интерактивных методов, как более действенных и эффективных.

1. Кейс-метод. Задается ситуация (реальная или максимально приближенная к реальности). Ученики должны исследовать ситуацию, предложить варианты ее разрешения, выбрать лучшие из возможных решений.

2. Метод проектов предполагает самостоятельный анализ заданной ситуации и умение находить решение проблемы. Проектный метод объединяет исследовательские, поисковые, творческие методы и приемы обучения по ФГОС.

3. Проблемный метод – предполагает постановку проблемы (проблемной ситуации, проблемного вопроса) и поиск решений этой проблемы через анализ подобных ситуаций (вопросов, явлений).

4. Метод развития критического мышления через чтение и письмо (РКМЧП) – метод, направленный на развитие критического (самостоятельного, творческого, логического) мышления. В методике предлагается своя структура уроков, состоящая из этапов вызова, осмысления и размышления.

5. Эвристический метод – объединяет разнообразные игровые приемы в форме конкурсов, деловых и ролевых игр, соревнований, исследований.

6. Исследовательский метод перекликается с проблемным методом обучения. Только здесь учитель сам формулирует проблему. Задача учеников – организовать исследовательскую работу по изучению проблемы.

7. Метод модульного обучения – содержание обучения распределяется в дидактические блоки-модули. Размер каждого модуля определяется темой, целями обучения, профильной дифференциацией учащихся, их выбором [6].

Выбор метода зависит от многих условий: цели обучения; уровня подготовленности учащихся; возраста учащихся; времени, отведенного на изучение материала; оснащенности школы; теоретической и практической подготовленности учителя и т.д. Каждый метод обучения содержит в себе свой набор приемов, которые помогают наиболее эффективно реализовать метод на практике.

Вне зависимости от вводимых новаций, за все историю развития образовательного процесса, лишь на уроке встречаются его участники: учитель и ученик. И ученику, и Учителю, урок будет вызывать интерес только в том случае, если он современен, т.е. обладающий совершенной новизной, и не потерявший связи с прошлым.

Нельзя не отметить, что современные дети в значительной степени не похожи на детей, для которых формировалась действующая сейчас система образования.

В первую очередь изменению подверглась социальная ситуация развития детей в начале нашего века, которая характеризуется:

- резким ростом уровня информированности детей;
- низким уровнем потребности в чтении книг, особенно классической художественной литературы;
- несформированностью произвольности поведения, мотивационной сферы, разных типов мышления;
- ограниченностью уровня общения со своими сверстниками.

В чём же заключается новизна современного урока в условиях введения стандарта второго поколения? Чаще организуются индивидуальные и групповые формы работы на уроке. Постепенно

преодолевается авторитарный стиль общения между учителем и учеником. К современному уроку могут предъявляться следующие требования:

- урок, организованный грамотно в соответствующе оборудованном кабинете, должен иметь хорошее начало и хорошее окончание;
- педагог обязан уметь планировать не только свою, но и деятельность учащихся, чётко формулировать тему, цель, задачи урока;
- урок должен носить проблемный и развивающий характер: педагог должен сам нацелиться на сотрудничество с обучающимися и уметь направлять их на совместное сотрудничество с ним и одноклассниками;
- педагогом организуются проблемные и поисковые ситуации, активизируется деятельность учеников;
- вывод должен быть сделан учащимися самостоятельно;
- на уроке должно быть по минимуму репродукции и по максимуму творчества и сотворчества;
- необходимо обращать внимание на времясбережение и здоровьесбережение;
- в центре внимания урока – дети;
- обязателен контроль уровня и возможностей обучающихся, с учётом профиля класса, стремления учащихся, настроения учеников;
- педагог обязан уметь демонстрировать своё методическое искусство;
- необходимость планирования обратной связи;
- урок должен проводиться в доброй, благожелательной атмосфере [5].

В общем виде, необходимые требования, предъявляемые к современному уроку истории, могут выглядеть следующим образом:

1. Дидактические требования: чёткое констатация образовательных целей и задач; учёт всех принципов и правил образовательного процесса; оптимизация содержания учитывая социальные и личностные потребности; использование достигнутого уровня в качестве базовой опоры; определение межпредметных связей; оптимальное сочетание видов, форм и методов обучения; сочетание коллективной и индивидуальной деятельности учеников; тщательная диагностика, прогнозирование и планирование каждого урока.

2. Воспитательные требования: определение и реализация воспитательных целей на базе воспитательных возможностей имеющегося учебного материала; формирование и развитие жизненно необходимых качеств: внимательности, честности, коллективизма, самостоятельности.

3. Развивающие требования: выработка и развитие положительных мотивов, интереса, творческой инициативы и активности обучающихся; занятия на опережающем уровне, проектирование «зоны ближайшего развития», стимулирование наступления новых качественных изменений в развитии эмоциональном, физическом, социальном; оперативная перестройка учебных занятий с учётом наступающих перемен в личностном развитии учащихся [3, с. 396].

Таким образом, ФГОС в некоторой мере переменяет вектор обучения, поскольку приоритет теперь должен быть отдан деятельности учащихся.

На сегодняшний день, с учётом современных реалий, учебный предмет «История» по праву выступает в качестве опоры системы школьного образования, так как в силу своего предназначения играет важнейшую роль в процессе формирования в нашей стране гражданской идентичности и патриотизма, значительно усиливает воспитательный потенциал общественно-научных дисциплин, изменяет содержательную суть курса истории России, прежде всего – за счёт расширения историографического, культурологического, регионально-исторического аспектов изучения предмета, внеурочной деятельности. Как представляется, указанный подход будет содействовать осознанию учащимися своей социальной идентичности в самом широком спектре – как граждан своей страны, жителей своего края, города, представителей определенной этнонациональной и религиозной общности, хранителей традиций рода и семьи.

Список литературы

1. Заседание Совета по Межнациональным отношениям от 19 февраля 2013 г. URL: <http://www.kremlin.ru/events/councils/by-council/28/17536> (дата обращения: 29.09.2017).
2. Котенев В.А., Кузьмин А.В. Особенности перехода на линейную систему дошкольного исторического образования в условиях реализации требований ИКТ // Ученые записки Тамбовского отделения РОСМУ. 2017. № 7. С. 30–37.

3. Перегудова Т.Ю. Требования к современному уроку истории по ФГОС // Воспитание и обучение: теория, методика и практика: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. Чебоксары, 2016. С. 395–397.

4. Требования к современному уроку истории по ФГОС. URL: <http://infourok.ru/statya-na-temu-sovremennie-trebovaniyak-uroku-istorii-po-fgos-503130.html> (дата обращения: 28.09.2017).

5. Требования к современному уроку в условиях введения ФГОС нового поколения. URL: http://svginform.myl.ru/publ/trebovaniya_k_sovremennomu_uroku_v_usloviyakh_vvedeniya_fgos_novogo_pokolenija/1-1-0-3 (дата обращения: 28.09.2017).

6. Формы и методы обучения по ФГОС. URL: http://pedsovet.su/fgos/6025_formy_i_metody_obuchenia_po_fgos (дата обращения: 28.09.2017).

УДК 372.893

Г.О. Мусаева

магистрант

*Научный руководитель – д-р ист. наук, профессор Я.Г. Солодкин
Нижевартовск, Нижевартовский государственный университет*

ОТРАЖЕНИЕ ИСТОРИИ ЗЕМСКИХ СОБОРОВ В ШКОЛЬНЫХ УЧЕБНИКАХ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX в.

Аннотация. В работе рассматривается отражение истории Земских соборов в учебниках советского и постсоветского периодов и прослеживается связь взглядов авторов учебных пособий с предшествующей историографической традицией.

Ключевые слова: Земский собор; социально-политический институт; учебная литература по истории.

История Земских соборов привлекает внимание исследователей уже не одно столетие. Изучению этого важного социально-политического института посвящена обширная научная литература, включая труды таких видных историков, как В.О. Ключевский, С.Ф. Платонов, Л.В. Черепнин, исследования А.П. Павлова, Л.Е. Морозовой, В.Н. Козлякова. Ученые рассматривают спорные вопросы, связанные с функционированием Земских соборов, их роль в политической жизни, состав и периодичность созывов, избирательную и законодательную функцию соборов, их влияние на экономическую политику. Отражение истории Земских соборов в учебниках для школьников стоит рассматривать в связи с богатой историографией темы.

В настоящей работе анализируются два учебных пособия – «История СССР. Учебное пособие для 7 класса» М.В. Нечкиной и П.С. Лейбенгруба, «История России с древнейших времен до конца XVIII в. 7 класс» Б.А. Рыбакова и А.А. Преображенского.

Учебное пособие, написанное М.В. Нечкиной и П.А. Лейбенгрубом, было классическим учебником по истории для 7-го класса средней школы в советское время – к 1971 г. оно выдержало уже 6 изданий. Это самое раннее по времени учебное пособие, которое мы оцениваем с точки зрения отражения в нем генезиса и эволюции Земских соборов. Рассмотреть, как излагается в данном учебнике развитие интересующего нас общественно-политического института, представляется важным не только потому, что он написан одним из выдающихся ученых своего времени (М.В. Нечкина в 1958 г. стала академиком), но и потому, что на примере названного учебника можно проследить основные тенденции изложения истории Земских соборов в советской педагогической практике.

Первый упомянутый в указанном учебном пособии Земский собор – это Собор 1550 г., который состоялся в начале царствования Ивана Грозного. Авторы писали о сословно-представительном характере собора (хотя не использовали данный термин, а просто перечисляли социальные группы, выходцев из которых приглашал царь) и утверждали, что собор решал вопросы государственной важности, такие, как система налогообложения или ведение войны [1, с. 110–111]. В качестве основного решения собора 1550 г. М.В. Нечкина и П.С. Лейбенгруб называют принятие нового «Судебника», который закрепил ограничение перехода крестьян от одного помещика к другому в Юрьев день осенний. О других Земских соборах, происходивших в XVI в., в пособии не говорится.

Рассказывая о воцарении Михаила Романова, вследствие решения Земского собора, авторы учебника снова возвращаются к определению этого политического института и называют его сословно-представительным, поясняя, что в работе собора принимали участие представители «бояр, духовенства, помещиков и купцов», а далее упоминали и об участии других сословий, таких, как казачество и посадские люди [1, с. 138]. При изложении событий Земского собора 1613 года указывается на его выборный характер, но сами подробности избрания царя Михаила Федоровича, политическая борьба на соборе не рассматриваются [1, с. 137] (заметим, что часть источников, позволяющая изучить этот вопрос подробно, еще не была открыта или опубликована к моменту написания пособия, например, «Повесть о Земском соборе 1613 г.»). Михаил Романов, по мнению авторов учебника, был ставленником бояр, именно они играли решающую роль в его избрании, хотя кандидатуру Михаила Федоровича поддерживали и другие сословия – дворяне, посадские люди и казаки [1, с. 138]. Такая точка зрения высказывалась в историографии конца XIX–начала XX вв. (на компромиссный характер фигуры Михаила указывали В.О. Ключевский [6] и С.Ф. Платонов [5]), хотя авторы учебного пособия и не следовали этому мнению вполне, считая дворян основной движущей силой избрания нового государя. Дворяне, как писали М.В. Нечкина и П.С. Лейбенгруб, признавали Михаила Федоровича несамостоятельным и «недалеким», собирались диктовать еще очень молодому царю свою политическую волю. В доказательство этой точки зрения авторы приводят цитату из переписки боярина Ф.И. Шереметева с В.В. Голицыным (подлинность не только этой цитаты, но и всей переписки, не вызывали сомнения у исследователей ([7, с. 197], мнение же о «несамостоятельном» характере власти Михаила было опровергнуто уже С.Ф. Платоновым [3, с. 327] (из современных исследователей этот вывод поддерживает и развивает Л.Е. Морозова [10, с. 33])).

Важно отметить, что с методической точки зрения Земским соборам (и в особенности собору 1613 г.) в учебнике М.В. Нечкиной и П.С. Лейбенгруба уделено большое внимание – среди итоговых вопросов к пятой главе имеется отдельный вопрос об определении Земского собора, а также о роли собора 1613 г. и его решениях [1, с. 139].

Авторы пособия кратко упоминают о Земском соборе 1649 г., причем в контексте закрепощения крестьян, объясняя, что положения принятого Собором Уложения привели к окончательному закрепощению и введению бессрочного сыска беглых крестьян [1, с. 144]. Из рассказа авторов можно сделать вывод об участии Земского собора в законодательной деятельности. Еще один собор, упомянутый в пособии, – это собор 1654 г., принявший решение о присоединении Украины к России [1, с. 155]. Данный собор рассматривается авторами как событие, способствовавшее национальному освобождению украинского населения от гнета польских панов. Но никаких подробностей о деятельности собора авторы, однако, не сообщают, уделяя главное внимание Переяславской раде.

Стоит также отметить, что М.В. Нечкина и П.С. Лейбенгруб не только подчеркивали на сословно-представительный характер соборов, но и косвенно показывали, что их деятельность ограничивала самодержавную власть царя. В частности, авторы утверждают, что в царствование Алексея Михайловича, когда стала складываться система абсолютной власти, Земские соборы почти перестали собираться [1, с. 145].

Учебное пособие Б.А. Рыбакова и А.А. Преображенского представляет интерес потому что оно написано видными историками, но издано уже в 1990-е гг., когда методические разработки и система преподавания истории переживали период значительных изменений и формирования новых (по сравнению с советской системой обучения) методов.

Рассказ об истории Земских соборов Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский начинают с зарождения этого института – с так называемого “собора примирения” 1549 г., созданного Иваном IV. Авторы учебника указывают именно на “примирительный” характер собора, объясняя, что молодой царь созвал его для того, чтобы справиться с социальной нестабильностью и недовольством населения [2, с. 113]. Авторы, следуя сложившейся историографической традиции, продолжали считать собор 1549 г. Земским без каких-либо дополнительных пояснений, хотя к моменту написания учебника уже была издана монография Л.В. Черепнина, посвященная Земским соборам, где объясняется, что в источниках собор 1549 г. не называется Земским [10, с. 61]. Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский, не приводя термин «сословно-представительный», перечисляют социальные группы, участвовавшие в работе собора 1549 г.: дворяне, духовенство, выборные от посадских и торговых людей, чернососные крестьяне. Участие последних в деятельности Земских соборов в целом, и, в особенности, в Соборе 1549 г., является предметом дискуссий, в частности, Л.В. Черепнин высказывал лишь допущение на этот счет, интерпретируя не вполне ясный текст источников [10, с. 62].

Авторы пособия упоминают и о других соборах, происходивших в царствование Ивана Грозного, а также высказывают предположение, что Федор Иванович был возведен на трон решением Зем-

ского собора 1584 г. [2, с. 115]. Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский признавали политическое развитие России в XVI в. противоречивым, поскольку Земские соборы продолжали функционировать, несмотря на укрепление власти царя. Исходя из существования в России XVI в. такого социально-политического института, как Земский собор, участниками которого были представители разных социальных групп, авторы учебника следующим образом характеризуют политический строй России того времени: сословно-представительная монархия, но со «слабо выраженным представительным элементом» [2, с. 116].

Авторы учебного пособия стремились дать ученикам представление о Земском соборе не только как о политическом институте, они указывали, что Земские соборы заседали в Успенском соборе Московского Кремля. Тем самым представление о соборах и их работе получается более объемным [2, с. 123].

Следующий Земский собор, на который Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский обращали внимание в пособии, – это собор 1598 г. О нем сказано кратко, но указана его избирательная функция – избрание на царство Бориса Годунова [2, с. 131]. Авторы писали и о связи, сходстве политических органов ополчения с Земским собором, на что указывали еще С.Ф. Платонов [4, с. 272] и П.Г. Любомиров [8, с. 131] (из современных исследователей этой проблеме уделяют внимание Л.Е. Морозова [10, с. 42] и В.Н. Козляков). Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский кратко останавливались на создании лидерами ополчения «Совета всея земли» [2, с. 142], утверждая, что его можно считать Земским собором (при некотором упрощении это соответствует точке зрения П.Г. Любомирова – наиболее крупного специалиста по истории ополчения и его общественно-политических институтов в Смутное время).

Собор 1613 г. в учебнике Б.А. Рыбакова и А.А. Преображенского описан довольно подробно, причем подчеркнут его избирательный характер. Созыв собора авторы связывают с необходимостью прекратить социальные волнения при помощи всенародных выборов нового царя. Рассказывается о том, как приглашали выборщиков, упоминается о грамотах с приглашением участников собора в Москву из других городов. Авторы утверждают, что на собор были призваны представители всех сословий, кроме крепостных крестьян – «дворяне, посадские, черносошные и дворцовые крестьяне, казаки, стрельцы и другие группы населения» [2, с. 147]. Таким образом, Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский стремятся нарисовать картину как можно более широкого социального представительства, хотя вопросы об участии в соборе некоторых из перечисленных ими социальных групп остаются спорными (прежде всего черносошных крестьян). Хотя авторы и перечисляют разные социальные группы, участвовавшие в избрании Михаила, они, как и М.В. Нечкина с П.С. Лейбенгрубом, считают главной политической силой на соборе 1613 г. дворянство (вместе с представителями церкви). Ход работы собора изложен согласно господствующей в историографии точке зрения, которая берет свое начало еще в работах С.Ф. Платонова [4, с. 294]: собор сначала отверг иностранные кандидатуры, а затем избрал Михаила Федоровича (это мнение не разделял, однако, Г.А. Замятин, считавший, что обсуждение русских и иностранных кандидатов шло параллельно). Отметим, что учебное пособие Б.А. Рыбакова и А.А. Преображенского – одно из немногих, где упоминается об иностранных претендентах на русский престол в 1613 г., хотя не упомянуты другие русские кандидаты, кроме Михаила Федоровича, авторы указывают на его связь с предыдущей династией и упоминают о том, что участники собора ставили свои подписи под окончательным решением об избрании царя (подробно история собора подписей на Утвержденной грамоте и их значения для историков не раскрываются). Косвенно авторы упоминали о социальном конфликте на соборе 1613 г. (между старыми боярскими фамилиями и новым служилым дворянством), говоря о том, что после избрания Михаила Федоровича Д.М. Пожарский потерял свое политическое влияние [2, с. 147]. Очевидно, что в методическом плане Собор 1613 г. представлен в пособии подробно – ему посвящен, как и в учебнике М.В. Нечкиной и П.С. Лейбенгруба, отдельный вопрос, призванный закрепить изученный материал.

Следующий собор, который привлек к себе внимание авторов пособия – собор 1648 г. Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский указывали на его законодательную функцию, кратко упоминая о создании Соборного уложения, а также связывали созыв собора с решением социальных проблем. По мнению авторов, постановления Собора 1648 г. ухудшили положение крестьян – последние не были допущены к участию в работе собора и «их нужды никто не представлял» [2, с. 161]. Учебное пособие Б.А. Рыбакова и А.А. Преображенского – единственное из рассмотренных нами, которое раскрывает проблему экономических противоречий на соборе 1648 г., (объединение дворянства и посадских людей якобы позволило им добиться ликвидации «беломестных», то есть не облагаемых налогом, слобод, находившихся во владении знатных бояр и монастырей [2, с. 162]

Общая оценка деятельности Земских соборов в XVI в. дана в отдельном разделе учебника, посвященном политическому строю России в следующем столетии. Авторы учебного пособия объясняли рост влияния соборов особой политической обстановкой, которая сложилась в стране после Смутного времени. Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский полагали, что в первые годы после воцарения Земский собор имел наибольшее влияние и действовал почти непрерывно (об этом писал С.Ф. Платонов [4, с. 127]). Авторы также утверждали, что роль Земских соборов помогала царской власти проводить в жизнь значимые меры (например, увеличения податей), поскольку такие решения принимались от имени «выборных людей всей страны» [2, с. 165] и легче воспринимались населением. Политическое влияние соборов показано на примере соборов 1642 г. (отказавшегося от войны с Турцией) и собора 1653 (где провозглашено присоединение Украины), а также с учетом выборности новой династии. Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский указывали, что мнения разных сословий (в том числе и «площадных людей») принимались во внимание на всем протяжении XVII в., хотя четко определенного механизма выборов на Земские соборы не существовало, как не была определена и их периодичность или длительность. Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский считали, что значимость Земских соборов в XVII в. проявилась в том, что они сформировали новое правосознание населения, укоренили идею законности. Тем не менее к концу XVII в., как утверждали авторы, политическая роль соборов уменьшается, и власть все реже и реже считалась с их позицией.

Стоит отметить, что Б.А. Рыбаков и А.А. Преображенский обращали внимание на сходство Земских соборов с сословно-представительными учреждениями других стран (эта точка зрения существовала и в прежней российской историографии, главным образом благодаря работам В.О. Ключевского [6]). Хотя подробно это сходство не раскрывается, ученикам предлагается в одном из заданий провести такое сравнение самим, используя полученные ранее (в том числе в курсе всеобщей истории за 6 класс) знания.

Авторы учебника кратко упоминают о соборе 1653 г., принявшем решение о присоединении Украины к России, но подобно М.В. Нечкиной и П.С. Лейбенгрубу намного больше внимания уделяют Переяславской раде.

Итак, хотя учебные пособия М.В. Нечкиной и П.С. Лейбенгруба, Б.А. Рыбакова и А.А. Преображенского написаны в разное время и в рамках отличающихся друг от друга систем преподавания, изложение истории Земских соборов в них оказывается сходным во многих аспектах. В учебном пособии Б.А. Рыбакова и А.А. Преображенского развития этого социально-политического института рассмотрено более подробно, представлено больше методических возможностей для усвоения материала о них (не только вопросы и задания, но и даты двух Земских соборов – 1549 и 1613 годов – вынесены в хронологическую таблицу). В то же время в учебном пособии М.В. Нечкиной и П.С. Лейбенгруба более тщательно анализируется само понятие Земского собора как сословно-представительного учреждения.

Список литературы

1. Нечкина М.В., Лейбенгруб П.С. История СССР: учебное пособие для 7 класса. М., 1971.
2. Рыбаков Б.А., Преображенский А.А. История России с древнейших времен до конца XVIII в. М., 1997.
3. Платонов С.Ф. Под шапкой Мономаха. М., 2001.
4. Платонов С.Ф. Смутное время: Очерк истории внутреннего кризиса и общественной борьбы в Московском государстве XVI и XVII веков. М., 2007.
5. Платонов С.Ф. Полный курс лекций по русской истории. URL: <http://www.magister.msk.ru/library/history/platonov/plats004.htm#gl8> (дата обращения: 28.05.2017).
6. Ключевский В.О. Состав представительства на земских соборах древней Руси. URL: http://dugward.ru/library/kluchevskiy/kluchevskiy_sostav_predstavit.html (дата обращения: 21.04.2017).
7. Козляков В. Герои Смуты. М., 2012.
8. Любомиров П.Г. Очерк истории нижегородского ополчения 1611–1613 гг. М., 1939.
9. Черепнин Л.Е. Земские соборы Русского государства в XVI–XVII вв. М., 1978.
10. Морозова Л.Е. Россия на пути из Смуты. Избрание на царство Михаила Федоровича. М., 2005.

АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИСТОРИИ КАК ЗНАЧИМОГО ФАКТОРА РАЗВИТИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Аннотация. В статье рассматривается место регионального исторического образования в образовании школьников, его значимость для формирования правильных представлений о прошлом региона. Автор особое внимание уделяет актуальности внедрения регионального компонента школьного исторического образования, исследуя различные точки зрения на региональную историю видных российских ученых.

Ключевые слова: историческое образование; региональный компонент; функции исторического образования; потребности; знания; ценности; процесс; система.

Особенность формирования модели исторического образования на современном этапе состоит в том, что это происходит в условиях изменения социально-экономических процессов в государстве, строительстве гражданского общества, что связано с расширением социальной самостоятельности и инициативы личности. Это приводит к критическому осмыслению опыта предыдущих поколений, формирует новые представления о своем будущем и будущем общества, приводит к переоценке как общечеловеческих, так и этнонациональных ценностей, поскольку новая ситуация в обществе меняет и традиционное отношение ко многим историческим фактам. Особенно это касается регионального исторического образования, изучение которого, к сожалению, значительно нивелировалось в начале постсоветского периода. Такая ситуация определяет актуальность изучения проблемы формирования региональной модели исторического образования, которая непосредственно влияет на мировоззрение новых поколений граждан России и весьма важна для Ханты-Мансийского автономного округа.

Как известно, общественное развитие во многом зависит от деятельности органов власти и общественных организаций на государственном, региональном и местном уровне. Изучение современной образовательной системы показало, что перед учителями-историками стоят фундаментальные вопросы о целях и задачах исторического образования, его целесообразности; о влиянии истории на учащегося в воспитательном и развивающем аспектах; о необходимости общефедеральной российской концепции исторического образования; о регулятивной функции государственного стандарта и др. Эти и другие задачи вызывают дискуссионные споры в среде ученых, педагогов, историков и др. Так, Е.Е. Вяземский утверждает, что историческое образование должно начинаться еще в начальной школе, где дети должны познакомиться с элементарными понятиями об обществе, о человеке, познакомиться с краткой историей России, мира [4], с чем мы полностью согласны, но думаем, что и в дошкольном периоде этим также следует заниматься.

Интересным является и взгляд Т. Щегловой на современное историческое образование. Она полагает, что историческое образование в современной педагогике носит характер схематичности. Более того автор характеризует его как процесс безинициативно-механического усвоения и воспроизведения учащимися «набора исторических фактов, событий и явлений в объеме учебника», что значительно, по ее мнению, ограничивает видение концептуальных основ исторического прошлого, возможности оценивать и решать исторические проблемы. Преодоление создавшейся ситуации она видит в использовании в обучении устной истории, которая даст возможность формировать у учащихся умения добывать, осознавать и обрабатывать полученную информацию, анализировать и систематизировать полученные знания, а не усваивать «готовых» знания о прошлом. Она акцентирует внимание на активизации в образовательных учреждениях инициативной и исследовательской деятельности, что соответствует современным требованиям трансформации методики преподавания истории [9], однако все же нельзя не учитывать закономерностей процесса обучения и в этой связи ис-

пользовать многообразие методов и форм, решающих проблемы эффективности и качества исторического образования.

В трудах, посвященных исследованию феномена исторического образования, немаловажную роль сыграли аспекты гносеологического и методологического подходов. К теоретическим вопросам исторической науки с точки зрения образовательной системы обращались многие ученые. Так, анализируя наследие В. Ключевского, О. Лосева в частности утверждает, что ученый критиковал априоризм теологической философии истории. В то же время, известный историк прошлого столетия поднимал такие вопросы как сущность исторического процесса, что характеризует историческое образование как социальное явление. В частности, им был написан и прочитан специализированный курс лекций «Методология» [7], с которым необходимо познакомиться практикующему учителю.

Большую роль В. Ключевский уделял изучению «местной истории». Именно изучение местной истории, по его мнению, является тем неоспоримым фактором познания составляющих компонентов человеческого общежития и характера его составных элементов [5]. Таким образом, В.О. Ключевский научно обосновал актуальность изучения региональной истории как значимого фактора развития исторического формирования страны в целом. При этом необходимо учитывать только те явления, которые имеют научную ценность в качестве своеобразных местных комбинаций и раскрываемых ими свойств тех или иных компонентов сосуществования народа, включая быт, устрой, местные нравы, устройство социума и пр.

Смысл региональной истории, заключается также в трансляции ценности и традиции местного общества, в воспроизводстве «коллективной памяти» [1].

К. Калайдович положил в основу изучения истории публикации этнографического и фольклорного материала. Все это заложило прочную основу развития исторической региональной истории, в которой главной мыслью и желанием для общества было объяснение настоящего фактами прошлого. Интерес к региональной истории побуждал внимание общественности к местному укладу быта, этнографическим памяткам культуры и пр. Таким образом, формирование регионального исторического образования уходит своими истоками во вторую половину XVIII–XIX вв. и становится особо актуальным в наше время [6].

Рассматривая историю как науку и учебную дисциплину, отметим, что ряд ученых выделяют две функции исторического образования: когнитивную и социальную. По мнению ученых, познавательная (когнитивная) функция истории носит государственно-политический характер и направлена на управление государством, что предусматривает построение государственного правления с опорой на уроки прошлого. Если уроки истории государства и других социальных институтов не учтены или из них делаются ошибочные выводы, то государство будет иметь неэффективный курс развития. Собственно такое игнорирование можно наблюдать в реформации государственного правления России со второй половины 1980-1990-х гг. Данный период отмечен ярким дезавуированием отечественной истории как науки и как учебного предмета [8].

Рассматривая историческое образование в современном социальном аспекте, актуальным становится вопрос о включении национально-регионального компонента в школьное образование. Детерминирование данного процесса, как утверждает Л.В. Алексеева, объясняется рядом факторов: «процессами, происходящими на мировой арене, и тенденциями к изменениям социальных ориентаций, обострением проблем национального и религиозного вопросов, регионализацией образования как средства эффективного социально-экономического и политического развития регионов».

Включенность регионального компонента в историческое образование России излагается в национальном проекте «Образование», тем самым подтверждая необходимость регионализации социокультурного пространства. Современная модернизированная модель образовательного учреждения XXI века, невозможна без рассмотрения национальных и региональных особенностей социума, так как данный аспект обеспечивает гражданско-патриотическое образование и воспитание. Первостепенной целью включенности регионального компонента в образовательную систему является социализация и адаптация личности к действительности в социуме по месту проживания [2].

Не менее важна и социальная функция истории, которая непосредственно связана с развитием регионов страны и их этносов. В данном аспекте история рассматривается как коллективная память социальной группы определенной региональной местности со сформировавшимися цивилизационными, национально-этническими тождественностями. «Народ существует, куда есть единая линия памяти. Народ – это не просто множество людей, но это единство людей. Крайне важна поэтому его поколенческая преемственность» [8].

Следовательно, тесная взаимосвязь поколений в цепочке национально-регионального существования цивилизации обеспечивается именно историческими знаниями, а, соответственно, и истори-

ческим образованием. Проблематика единой истории России и регионально-исторического образования является, по сути, вопросом о тождественности восприятия и подачи исторических явлений в процессе обучения истории как общей, так и региональной. В интерпретировании современной российской и региональной истории конкурируют два одинаково разрушительных подхода касательно исторически сложившихся цивилизационных и национально-культурных отличительных признаков: стремление к растворению российской истории в мировой и этнорегиональная версия исторического процесса как самодостаточного и необъединенного с единой российской историей.

Общепризнано, что в организации изучения региональной истории важно основываться на интеграции с российской и локальной уровнями истории. Это необходимо школьникам для осознания своей идентичности в широком контексте (гражданин страны, житель субъекта РФ и населенного пункта, представитель этнонациональной и религиозной общности) [3].

Методические условия по обеспечению реализации региональной модели исторического образования должны отвечать следующим позициям:

1. Представление региональной, локальной истории на всех уровнях общего образования (начальная, основная, старшая школа).
2. Наличие современного учебно-методического комплекса, соответствующего достижениям современной науки, обеспечивающий непротиворечивость раскрытия исторических событий; ясность смысла, доступность материала познавательным возможностям школьников.
3. Проектирование содержания с учетом историко-культурного стандарта, представлением общего и особенного в истории региона и истории России, уникальности региона для российской истории.

Таким образом, условия регионального исторического образования предопределены историческими потребностями современной педагогической системы и включают в себя общеисторические национальные знания истории, а также передачу знаний из области исторических явлений для каждого региона конкретно, что напрямую связано с системой регионального исторического образования.

Список литературы

1. Алексеева Л.В. Актуальные проблемы преподавания истории в образовательных организациях различных типов. Ч. 1. Нижневартовск, 2014. С. 72.
2. Алексеева Л.В. Современные теоретико-методологические подходы к организации изучения школьниками региональной истории в контексте ФГОС // Актуальные проблемы преподавания истории в образовательных организациях различных типов: колл. моногр. / под ред. Л.В. Алексеевой. Ч. 3. Нижневартовск, 2016. С. 127.
3. Алексеева Л.В., Святченко И.В. О теоретико-методологических подходах к организации изучения школьниками региональной истории // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Гуманитарные науки. 2006. №12. С. 50.
4. Вяземский Е.Е., Стрелова О.Ю. Как сегодня преподавать историю в школе: пособие для учителя. М.: «Просвещение», 1999. 112 с.
5. Ключевский В.О. Сочинения: В 9-ти т. Т. I. Курс русской истории. Ч. I. Лачаева М.Ю., Кузьмин А.Г., Рогожин Н.М. Историография истории России до 1917 года. В 2-х томах. М.: «Владос», 2004. Т. 1. С. 38, 341.
6. Лосева О.А. Соотношение методологических и аксиологических детерминаций исторического познания: философский анализ. URL: <http://www.dslib.net/ontologia/sootnoshenie-metodologicheskikh-i-aksiologicheskikh-determinacij-istoricheskogo.html> (дата обращения: 26.10.2017).
7. Сулакшин С.С. История России: учеб. для учителя. URL: <http://www.maintracker.org/forum/viewtopic.php?t=4275863> (дата обращения: 30.20.2017).
8. Щеглова Т.К. Устная история: учеб. пособ. Барнаул: Изд-во АлтГПА, 2011.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В ФОРМИРОВАНИИ ПРАВОСОЗНАНИЯ У ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье рассматривается актуальность государственной молодежной политики в контексте формирования правосознания детей и молодежи, формы работы с молодежью, роль образовательных организаций в формировании правовой культуры обучающихся.

Ключевые слова: молодежь; правосознание; правовая культура; государственная молодежная политика; правовое воспитание; обучающиеся; правовые знания.

На сегодняшний день, государственная молодежная политика является неотъемлемой составной частью социальной политики государства.

Государственная молодежная политика является системой формирования приоритетов и мер, направленных на создание условий и возможностей для успешной социализации и эффективной самореализации молодежи, для развития ее потенциала в интересах России [1, с. 330].

Реализация государственной молодежной политики направлена на создание государством необходимых условий для становления личности молодого гражданина в возрасте от 14 до 30 лет.

Важное значение имеет выделение принципов молодежной политики, то есть основных начал, идей, которые должны войти в общественное сознание людей.

По мнению профессора Ильинского И.М. принципами молодежной политики являются:

- принцип политического доверия молодежи;
- принцип комплексного подхода к решению молодежных проблем;
- принцип содействия государства участию молодежи и ее организаций в управлении государственными делами;
- принцип поддержки общественно значимых молодежных инициатив [2, с. 650].

Практически во всех в субъектах Российской Федерации государственная молодежная политика осуществляется в соответствии с основными направлениями государственной молодежной политики в Российской Федерации и строится на основе следующих принципов:

- реализации прав и свобод молодых граждан, гарантированных Конституцией Российской Федерации;
- признания интересов и потребностей молодежи как особой социальной группы и сбалансированности ее законных интересов и прав с интересами и правами других социальных групп и общества в целом;
- создания экономических, социальных, правовых условий для духовного, физического развития, профессиональной подготовки молодежи и реализации способностей молодых граждан;
- укрепления правовых гарантий осуществления прав и свобод, неотделимости их от исполнения молодыми гражданами своих конституционных обязанностей;
- привлечения молодых граждан к непосредственному участию в формировании и реализации государственной политики и соответствующих программ, касающихся молодежи и общества в целом;
- создания условий для реализации мероприятий по духовно-нравственному и военно-патриотическому воспитанию молодежи;
- поддержки социально значимых инициатив молодежи, молодежных и детских общественных объединений.

В Ханты-Мансийском автономном округе – Югре основными направлениями государственной молодежной политики являются формирование гражданско-патриотического, правового, духовно-нравственного воспитания детей и молодежи. Особое внимание уделяется формированию правосознания молодого поколения.

Необходимо учитывать, что на формирования правового сознания молодежи влияют следующие факторы:

- условия обучения и воспитания в образовательных организациях;
- государственная молодежная политика, осуществляемая посредством межведомственного взаимодействия органов власти, общественных объединений и др.

В сфере молодежной политики проводятся ряд мероприятий, направленных на повышение правовой культуры детей и молодежи: деловые игры, дискуссии (дебаты).

Важное значение имеет развитие школьного, студенческого самоуправления, что позволяет вовлечь молодого человека в разработку инициатив, предложений в сфере социального – экономического развития государства, округа, города.

В середине 90-х годов в Российской Федерации появились молодежные парламенты, молодежные советы как совещательно-консультативные органы (местные, региональные, федеральные).

Основными задачами молодежных парламентов являются повышение электоральной активности молодежи, повышение их правовой культуры, привлечение молодежи к решению государственных и муниципальных вопросов. Молодые люди имеют возможность познакомиться с особенностями деятельности органов власти, получить правовые знания, информацию о разработке и выдвижении законодотворческих инициатив.

На сегодняшний день актуальным вопросом в сфере образования является повышение правовой культуры обучающихся, рассматривается необходимость привития у обучающихся умения пользоваться правовыми знаниями для удовлетворения личных и общественных интересов. Но для того, чтобы ими грамотно пользоваться, необходимо создать условия для изучения обучающимися своих прав и обязанностей, и способов защиты своих прав как граждан.

Эффективная работа в данном направлении возможна только при проведении системной воспитательной работы с обучающимся в образовательной организации. В каждой образовательной организации реализуются планы воспитательной работы с обучающимися, включающие в себя ряд мероприятий, направленных на формирование правосознания обучающихся, гражданско-патриотическое воспитание.

Необходимо активно использовать интерактивные формы работы с обучающимися, где каждый сможет понять в какой ситуации ему необходимо применить правовые знания при решении личных вопросов.

Список литературы

1. Ильинский И.М. Молодежь и молодежная политика. М.: «Голос», 2005. 650 с.
2. Лисовский В.Т. Социология молодежи. СПб.: Санкт-Петербургский университет, 1996. 330 с.