

УЧРЕДИТЕЛЬ:
ФГБОУ ВО «Уральский
государственный педагогический
университет»

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:
И. А. Ларионова,
доктор педагогических наук,
профессор

ЗАМЕСТИТЕЛЬ
ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА:
В. А. Дегтерев,
доктор педагогических наук,
профессор

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР:
А. В. Коротун,
кандидат педагогических наук,
доцент

АДРЕС РЕДАКЦИИ:
Екатеринбург,
пр. Космонавтов, 26, каб. 149

Тел.: (343) 235-76-81
Факс: (343) 336-13-50

E-mail: s-h_vestnik@rambler.ru

Периодичность – 4 раза в год

Электронная версия журнала
размещена на сайте:
isobr.uspu.ru

Журнал зарегистрирован
Министерством РФ по делам
печати, телерадиовещания
и средств массовых
коммуникаций от 24.01.2011 г.

Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС 77-43737

Зарегистрирован
Международным центром
стандартной нумерации
серийных изданий
ISSN 2307-6308

При перепечатке материалов
ссылка на журнал и авторов
обязательна

СОДЕРЖАНИЕ

ОБРАЩЕНИЕ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА	3
ОБРАЗОВАНИЕ СЕГОДНЯ	
Байлук В. В. Методология научного самопознания и образования	5
Дегтерев В. А., Ларионова И. А. Интеграция в профессиональной подготовке специалистов социальной работы	14
Евдокимова И. А. Риски возникновения конфликтов в педагогической среде в дошкольной образовательной организации	22
Коновалова О. А. Роль семьи в формировании навыков безопасного поведения несовершеннолетних на дороге	28
МАРКЕТИНГ УСЛУГ	
Авдюкова А. Е., Коротун А. В. Социальный маркетинг в повышении корпоративной социальной ответственности бизнеса	32
Николаева М. А., Сохранова А. А. Рекламная кампания по продвижению услуг праздничного агентства в сети Интернет	37
МЕНЕДЖМЕНТ	
Митькина М. А. Риски адаптации сотрудников организации к профессиональной деятельности	45
ИСТОРИЯ	
Грибан И. В., Чикулаева С. Е. Проблемы и перспективы развития непризнанных государств в современном мире	49
ПРОЕКТЫ	
Общаться – это просто!	54
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	56
ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ	58

ВЕСТНИК СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Артамонова Е. И.	доктор педагогических наук, профессор	Москва, Россия
Белкин А. С.	доктор педагогических наук, профессор	Екатеринбург, Россия
Галагузова М. А.	доктор педагогических наук, профессор	Екатеринбург, Россия
Козыбай А. К.	доктор педагогических наук, профессор	Алматы, Казахстан
Маврина И. А.	доктор педагогических наук, профессор	Омск, Россия
Мардахаев Л. В.	доктор педагогических наук, профессор	Москва, Россия
Маркович В. В.	кандидат исторических наук, доцент	Курск, Россия
Мустаева Ф. А.	доктор социологических наук, профессор	Магнитогорск, Россия
Пак Л. Г.	доктор педагогических наук, профессор	Оренбург, Россия
Пугачева Н. Б.	доктор педагогических наук, профессор	Казань, Россия
Расчетина С. А.	доктор педагогических наук, профессор	Санкт-Петербург, Россия
Стейнов Л.	доктор философии, профессор	Копенгаген, Дания
Шарин В. И.	доктор экономических наук, профессор	Екатеринбург, Россия

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Анисимова А. В.	кандидат педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Байлук В. В.	доктор философских наук, профессор	Екатеринбург, Россия
Грибан И. В.	кандидат исторических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Дегтерев В. А.	доктор педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Зыскина М. А.	кандидат медицинских наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Иваненко М. А.	кандидат педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Коротун А. В.	кандидат педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Попп И. А.	кандидат исторических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Тагильцева Ю. Р.	кандидат филологических наук, доцент	Екатеринбург, Россия
Шрамко Н. В.	кандидат педагогических наук, доцент	Екатеринбург, Россия

Материалы журнала размещаются на платформе
Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)
Российской универсальной научной электронной библиотеки



Уважаемые коллеги, дорогие друзья!

Раздел «Образование сегодня» представлен результатами исследований в области педагогических наук и гуманитарного образования. Профессором Байлуком В.В. проведен анализ методологии научного самопознания и образования; Дегтеревым В.А. и Ларионовой И.А. – диалектического единства дифференциации и интеграции в профессиональной подготовке специалистов социальной работы. Магистранты Евдокимова И.В. анализирует риски возникновения конфликтов в педагогической среде дошкольной образовательной организации; Коновалова О.А. – роль семьи в формировании навыков безопасного поведения детей на дороге.

В разделе «Маркетинг услуг» представлены статьи педагогов и студентов кафедры рекламы и связей с общественностью Уральского государственного педагогического университета. Так, доценты Авдюкова А.Е. и Коротун А.В. говорят о социальном маркетинге и его роли в повышении корпоративно-социальной ответственности бизнеса; Николаева М.А. и Сохранова А.А. – о результатах рекламной кампании

по продвижению услуг праздничного агентства в сети Интернет.

Разделы «Менеджмент» и «История» представлены исследованиями молодых ученых Уральского государственного педагогического университета. Митькина М.А. анализирует риски адаптации сотрудников организации к профессиональной деятельности; Грибан И.В. рассуждает о перспективах развития непризнанных государств в современном мире.

*С надеждой на сотрудничество и уважением,
Ирина Анатольевна Ларионова,
доктор педагогических наук, профессор,
директор Института социального образования
Уральского государственного педагогического университета,
главный редактор научно-практического журнала
«Вестник социально-гуманитарного образования и науки»*

Байлук В. В.
Екатеринбург

МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНОГО САМОПОЗНАНИЯ И ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. Подвергается критике распространённое в литературе обыденное представление о том, что основным средством самопознания личности является познание других. Доказывается, что методология научного самопознания включает, во-первых, существующую методологию научного познания (принципы диалектики, принципы теории познания); во-вторых, специфическую методологию в виде понятий всех наук о человеке, которые выступают методами самопознания каждым индивидом в себе Я-универсального и Я-уникального. Система этих методов образует концептуальную методологию научного самопознания.

Каждый обучающийся, чтобы в жизни быть успешным, должен опираться на два вида знания: знания о мире человека и знания о самом себе. Главная проблема образования сегодня в том, что обучающимся в настоящее время даётся множество знаний о мире человека, но никто их не учит самопознанию, производству научных знаний о самих себе. Но в своей реальной жизни каждый индивид непосредственно исходит не из знаний о мире, а из знания себя о том: «Чего я хочу?», «Что я могу?», «Что я должен делать?».

Концептуальная методология познания открывает огромные возможности для организации обучающимися всех видов их самостоятельной деятельности. Сознательное учение обучающихся и их разносторонняя самореализация возможны только на основе их научного самопознания.

Ключевые слова: познание личности; научное самопознание; концептуальная методология самопознания; предметное самопознание; оценочное самопознание; проектное самопознание.

Bayluk V. V.
Ekaterinburg

METHODOLOGY OF SCIENTIFIC SELF-EXPLORATION AND EDUCATION

Abstract. The article criticizes the wide-spread statement that the main means of self-exploration is the knowledge of others. It is proved that the methodology of scientific self-exploration includes the existing methodology of scientific knowledge (dialectic principles, gnoseology principles, general scientific methodological means) and specific methodology based on the concepts from different areas of human science, which serve as the methods for self-exploration of I-universal and I-unique. The system of these methods makes conceptual methodology of scientific self-exploration.

As the world of a person and a human being is at the same time unique and universal, every student should rely on two types of knowledge to be successful: the knowledge of the human world and the knowledge of themselves. The main problem of education today is that students are given a lot of knowledge about the human world, but they are not taught self-exploration and production of knowledge about themselves. However, in real life every person is guided not by the general knowledge, but by the knowledge about themselves: "What do I want?", "What can I do?", "What should I do?".

Conceptual methodology of cognition gives a lot of opportunities for different kinds of independent work of students. Conscious teaching and diverse self-actualization are possible only on the basis of scientific self-exploration.

Keywords: self-exploration; scientific self-exploration; conceptual methodology of self-exploration; subject-based self-exploration; evaluative self-exploration; project self-exploration.

Вопросы методологии самопознания в литературе разработаны пока недостаточно. Проанализируем ряд работ за последние десятилетия, в которых эти вопросы рассматривались специалистами. В. Г. Маралов выделяет способы и средства самопознания [6]. К способам самопознания он относит: самона-

блюдение, самоанализ, который связывается с расчленением черт личности или поведенческих характеристик на составные части и установлением причинно-следственных связей; сравнение себя с некоей меркой; моделирование собственной личности, представляющее собой отражение объективных свойств, харак-

теристик в символах, знаках; осознание противоположностей, которое связывается с тем, что наша личность в целом и её отдельные качества имеют положительные и отрицательные стороны и познание других людей.

К средствам самопознания относятся: самоотчёт в устной форме и в виде ведения дневника; просмотр кинофильмов, спектаклей, чтение художественной литературы, которое позволяет сравнивать их героев с самим собой; изучение психологии, использование тестирования; индивидуальное консультирование психолога, работа в группе социально-психологического тренинга.

По мнению С. А. Минюровой, самопознание можно разделить на два уровня. Сначала самопознание осуществляется через различные формы соотношения себя с другими людьми, т. е. при таком познании себя человек преимущественно опирается на внешние моменты, включая себя в сравнительный контекст с другими. Давая характеристики своим близким, друзьям, разбираясь в мотивах их поведения, человек переносит эти характеристики, нередко бессознательно, на себя, сравнивая себя с другими. Сравнение даёт возможность выделить общее и особенное в себе. Основными приёмами такого самопознания являются самовосприятие и самонаблюдение. Познание других – это самый широкий и доступный способ самопознания.

Для второго уровня самопознания специфично то, что отнесение знания о себе происходит не в рамках «Я и другой человек», а в рамках «Я и Я». Ведущие приёмы этого уровня самопознания – самоанализ и самоосмысление, которые опираются на самовосприятие и самонаблюдение. Человек познаёт мотивы своей деятельности, оценивает себя с т. з. требований общества к себе и собственных требований к себе. (Обратим внимание на то, что здесь самооценивание рассматривается как познание и включается в самопознание). Так постепенно возникает обобщённый образ своего «Я», сплавленный из многих единичных конкретных образов Я в ходе самовосприятия, самонаблюдения и самоанализа. К средствам самопознания С. А. Минюрова относит те же средства, что и В. Г. Маралов [7].

Само по себе выделение перечисленных способов и средств самопознания каких-то возражений не вызывает, но, на наш взгляд, о методологии самопознания, оно даёт явно усечённое представление (отметим, что способы самопознания – это тоже средства). В самом деле, почему использование в самопознании диалектической методологии связывается только с осознанием противоположностей,

а не с диалектическим противоречием и другими принципами диалектики? Почему из теоретических методов исследования используется только анализ (самоанализ) и не используется синтез, индукция и дедукция и др.? Почему эмпирическое самопознание ограничивается только самонаблюдением и не используется эксперимент? Почему для самопознания имеет значение только изучение психологии (отметим, что в работах указанных выше авторов это положение только декларируется, но не раскрывается то, как конкретно используются психологические знания в качестве средств самопознания). При этом ни слова не сказано о том, какое значение для самопознания имеет изучение других наук о человеке (этики, эстетики, экономики, юриспруденции и т. д., а также естественных наук)? Без ответа остаётся и вопрос о роли в самопознании образования индивида. Разве можно сопоставить уровень самопознания неграмотного, необразованного человека с уровнем самопознания человека, овладевшего основами наук о человеке? Отсутствие в психологических исследованиях ответов на указанные выше вопросы позволяет сделать вывод, что в психологии представления о самопознании в настоящее время сформированы не столько на научной основе, сколько на основе обыденного сознания.

Изложим кратко наши представления о методологии научного самопознания индивида, а затем с их позиции проанализируем изложенный выше подход к методологии самопознания в психологии. Любое научное познание, в т. ч. и научное самопознание, предполагает использование определённой совокупности методологических средств: принципов, методов, научных понятий и разного рода оценочных средств (научно обоснованных нормативов).

Методология научного самопознания, на наш взгляд, включает:

1) принципы и методы диалектики, основывающиеся на учении о бытии. К принципам относятся: принципы объективности познания, противоречивости, системности, развития, детерминизма, континуальности пространства и времени.

Диалектическая методология научает каждого индивида воспринимать свою целостную жизнедеятельность в её противоречивости, в единстве устойчивого и изменчивого, в её обусловленности и развитии, формирует такое замечательное качество как познавательная открытость не только к познанию себя, но и к познанию других объектов, позволяет сохранить или возродить удивительное качество «почемучки» С. Маршака, или, выражаясь словами А. Маслоу, «открытость ощущениям и ничем

не ограниченные спонтанность и экспрессивность»;

2) принципы теории познания: принцип единства эмпирического и концептуального познания, исторического и логического, веры и сомнения, интуитивного и дискурсивного и принцип единства познания и практики;

3) общенаучные методологические средства. К ним относятся теоретические и эмпирические методы познания;

4) специальная научная методология. Её основания – теоретические и прикладные знания наук о человеке (этики, экономики, эстетики, юриспруденции, валеологии и т. д.). Науки о человеке постигают то общее в многообразных проявлениях всех людей, что фиксируется в понятиях этих наук. Это общее знание о человеке в процессе самопознания индивида выступает как метод познания им в себе и универсального и уникального, или, по-другому, существенных отношений человека к миру и конкретных форм их проявления на уровне каждого индивида.

Оценку методологии самопознания в психологии ограничим использованием в ней принципа единства эмпирического и концептуального познания.

Научное познание мира непосредственно начинается с эмпирического познания, отражающего являющуюся сторону его объектов. Его методы – наблюдение и эксперимент. На основе эмпирического познания осуществляется концептуальное познание (концепт в переводе с латинского означает умственный образ, общая мысль, понятие). Его назначение – отражение существенных сторон объекта познания посредством научных понятий. В концептуальном познании, на наш взгляд, следует выделять три уровня. Первый уровень – теоретическое познание. Если в процессе эмпирического познания описываются те или иные проявления объекта познания, то на теоретическом уровне стоит задача объяснить их и осуществить прогноз тех или иных тенденций его изменения в будущем.

Второй уровень концептуального познания связан с оценочным познанием. В оценочном познании выявляется отношение субъекта познания к объекту познания и определяется ценность последнего для удовлетворения его потребностей.

Особенность концептуальной оценки состоит в том, что в ней предварительно выявляются её основания и обосновывается то, почему человека в тех или иных условиях что-то удовлетворяет или не удовлетворяет. Научная оценка предполагает опору на прикладное научное знание, на научно разработанные нормы, стан-

дарты. В неосознанной оценке, в отличие от концептуальной (осознанной) фиксируется только то, что в том или ином объекте оценки удовлетворяет или не удовлетворяет субъекта, без осознания оснований оценки и без ответа на вопрос «Почему?».

Третий уровень концептуального познания – проектное познание. Оно связано с конструированием идеальных моделей будущей деятельности на научной основе, т. е. на научном предметном и оценочном знании.

Принципиально важно отметить то, что эмпирическое познание всегда предполагает использование результатов концептуального познания, опору на него, а значит зависимость от него. Это выражается в следующем: 1) на основе существующих теоретических принципов, понятий, концептуальных представлений, норм осуществляется постановка целей эмпирического познания, решается вопрос о том, что познавать в являющейся стороне объекта познания; 2) на этой же основе осуществляется классификация явлений (напр., разделение студентов группы по темпераменту); 3) на этой же основе осуществляется интерпретация эмпирического материала, фактов и отбор из них наиболее репрезентативных; 4) концептуальный язык также используется для описания эмпирического материала, фактов. Без опоры на концептуальное знание эмпирическое знание становится слепым и является не эмпирическим познанием, а обыденным.

Концептуальное познание, в свою очередь, должно опираться на эмпирическое познание, т. к. получение истинного концептуального знания без анализа, осмысления эмпирического материала, фактов практически невозможно. Если же не опираться на эмпирические данные, то тогда знание о существенных сторонах объекта познания можно только измыслить, изобрести спекулятивным, умозрительным способом, или, как говорят, «высосать из пальца». Пренебрежение эмпирическими знаниями, фактами неизбежно уводит познание в мир схоластики.

Принцип единства эмпирического и концептуального познания – один из базовых принципов любого научного познания, в том числе и научного самопознания.

Теперь в свете сказанного рассмотрим вопрос о самопознании индивида на основе познания других людей. В отечественной литературе при изучении этого вопроса обычно как на принцип познания ссылаются на известное высказывание немецкого экономиста и философа К. Маркса. «...Человек сначала смотрится, как в зеркало, в другого человека. Лишь относясь к Павлу, как себе подобному, человек

Пётр начинает относиться к самому себе как к человеку. Вместе с тем и Павел как таковой, во всей павловской телесности становится для него проявлением рода человек». Обращаем внимание на то, что у К. Маркса человек Павел как «Другой» – это не только конкретный, чувственно-эмпирически воспринимаемый человек, но и человек вообще.

В отечественной же литературе «Другой» понимается только как эмпирический человек, этот человек (коллега Иван Петрович, студент Васильев и т. д.). Вот как, например, о роли «Другого» в самопознании пишет Г. К. Чернявская [8]. Прежде всего мы слышим оценки наших личных качеств со стороны других людей. Другие дают нам ту или иную характеристику, откровенно критикуют наши недостатки или восхищаются достоинствами. Однако ещё большую роль для нашего самопознания имеет собственное наблюдение за поступками других людей и соответствующая оценка этих поступков. Иными словами, мы постоянно сравниваем себя с другими людьми и ищем у себя те или иные присущие им качества. Это сравнение может происходить по аналогии («N поступил трусливо в данной ситуации, но если я был бы на его месте, то я бы, вероятно, поступил так же. Значит, я тоже «трус»), или по контрасту («В этой ситуации я бы поступил иначе, чем N, значит у меня больше смелости, чем у него») [8]. Из этого высказывания следует, что мы узнаём себя на основе познания нас другими (Я-«зеркальное») и на основе познания нами других и сравнения себя с этими другими.

Спору нет, в повседневной жизни каждый человек, так или иначе, непосредственно познаёт других людей (в процессе наблюдения за ними и общения с ними) и на этой основе посредством сравнения познаёт себя. Но здесь возникают следующие вопросы: 1) из каких представлений исходит индивид, поставивший цель познания других для познания себя? В примере, который приводит Г. К. Чернявская, предполагается, что человек, который определяет поступок Другого как трусливый или смелый, должен иметь чёткое представление о том, что есть смелость и трусость, или, чтобы кого-либо определить как человека совестливого или бессовестного, надо иметь чёткое представление о том, что есть совесть. И эти представления определяют цель наблюдения Другого, т. е. то, что Я буду наблюдать у Другого. В пределе представления, из которых исходит человек в процессе наблюдения за другими, могут быть обыденными или научными. Обыденное самопознание является стихийным. У его субъекта какие-либо знания о самопознании отсутствуют. Осуществляя са-

мопознание посредством познания других и сравнение себя с ними, он обычно не осознаёт того, что он занимается самопознавательной деятельностью, т. е. не осознаёт себя ни в качестве субъекта, ни объекта самопознания, он не осознаёт ни методов самопознания, ни даже его целей. Это самопознание «растворено» в реальном практическом взаимодействии индивида.

В отличие от стихийного самопознания, в сознательном самопознании индивид осознаёт себя в качестве субъекта и объекта самопознания, самопознание выделяется из его практического взаимодействия и выступает как самостоятельная познавательная деятельность, предполагающая определение методов самопознания и осознания его мотивов. Сознательное самопознание выступает как рефлексия. Рефлексия может осуществляться на научной и ненаучной основе (напр., в религии и астрологии). Если самопознание индивида осуществляется на научной основе, то оно, как и любое научное познание осуществляется на эмпирическом и концептуальном уровнях. Эмпирический уровень самопознания индивида связан с познанием себя на уровне явления. В этом самопознании он фиксирует то, что он делает, о чём он думает, что чувствует, т. е. внешнюю сторону своей жизнедеятельности. Концептуальное познание нацелено на познание в своей жизнедеятельности существенного, внутреннего.

Концептуальное самопознание в себя включает: 1) теоретическое самопознание, которое в единстве с эмпирическим самопознанием составляет предметное самопознание. При этом, если эмпирическое самопознание связано с самоописанием, то теоретическое – с самообъяснением; 2) ценностное (аксиологическое) самопознание связано с сознательной самооценкой, базирующейся на определённых концептуальных представлениях (идеалах, нормах, стандартах); 3) проектное концептуальное познание связано с познанием человеком своего Я-желаемого и должного в виде Я-идеального, осуществляющегося посредством самопроектирования.

Чтобы индивид мог познавать себя сознательно, на концептуальной основе, он должен соотносить себя с родом «Человек», т. к. он продукт развития человечества в целом и заключает в себе его природу. А это соотношение возможно только через творческое усвоение индивидом в процессе образования и самообразования основ тех научных знаний (философских, психологических, экономических, правовых, эстетических, естественнонаучных и др.), которые человечество накопило о человеке и мире человека вообще. И это в разное время осозна-

валось целым рядом выдающихся мыслителей разных времён. Так, например, И. В. Гёте писал: «Человек познаёт себя только в той мере, в какой он познаёт мир». Австрийский философ и психиатр В. Франкл утверждал: «Путь человека к самому себе лежит через мир». По мнению немецкого философа Г. Г. Гадамера, саморазвитие человека – это его самоосмысление, которое происходит через понимание, освоение «опыта мира» (т. е. культуры). И «важнейший результат всякого образования, – считал австрийский писатель и врач Э. Фейхтерслебен, – самопознание». К сожалению, приведённые выше идеи не получили своего развития ни в философии, ни в психологии. Поэтому не удивительно, что в трудах, посвящённых самопознанию ни у психологов (В. Г. Маралов, С. А. Минюрова), ни у философов (Г. К. Чернявская, А. Я. Голубчиков), самопознание рассматривается вне всякой связи с образованием (образованностью) его субъекта.

Из сказанного следует, что исходным методологическим принципом самопознания каждого индивида является овладение им научными знаниями о человеке вообще – знаниями об универсальном, всеобщем в человеке. И, познавая в этих измерениях человека, каждый отдельный индивид в этих же измерениях осуществляет и самопознание себя, поскольку он тоже является представителем человеческого рода.

Объясняется это тем, что человеческий мир и каждый отдельный индивид едины. И, познавая в человеке универсальное, всеобщее, каждый отдельный индивид одновременно осуществляет и самопознание себя. Познание индивидом универсального в себе осуществляется в процессе усвоения знаний о человеке вообще посредством самообразования индивида (мы исходим из того, что подлинное образование индивида – это его самообразование, т. к. только в этом процессе возможно осмысление получаемой извне письменноречевой и устноречевой информации).

Но знания индивидом себя в указанном измерении для построения разумной жизнедеятельности совершенно недостаточно, т. к. каждый индивид, кроме универсального, всеобщего, включает в себя также уникальное, индивидуальное.

Как возможно получение индивидом знаний об индивидуальном в себе? Оказывается, что самопознание индивидом индивидуального в себе возможно только на основе использования знаний (понятий) о человеке вообще, которые выступают в качестве методов самопознания в себе индивидуального. При этом использование понятийной (концептуальной)

методологии не только не исключает, а наоборот, предполагает использование методологии в собственном смысле слова (философских принципов, методов теоретического и эмпирического познания и др.)

Таким образом, самопознание индивида существует на двух уровнях: 1) на уровне познания им универсального, всеобщего в себе, которое осуществляется при изучении всех наук о человеке в процессе самообразования; 2) на уровне самопознания в себе индивидуального.

Но так как мир человека и отдельный индивид и едины и различны, то каждый обучающийся, чтобы в своей жизни быть успешным, должен опираться на два вида знания: знания о мире человека и знания о самом себе. Сегодня масса проблем образования связана с тем, что обучающимся даётся множество знаний о мире, но их никто не учит самопознанию, производству научных знаний о самих себе. Но в своей реальной жизни каждый индивид непосредственно исходит не из знания о мире, а из знания себя о том: чего я хочу, что я могу, что я должен делать. А знания о мире выступают как средство получения обучающимися ответов на эти вопросы. Разумеется. Знания о мире выступают и как средство достижения практических целей.

Таким образом, непосредственная цель изучения обучающимися наук о человеке – самопознание самих себя. А самопознание, например, студентов в вузе открывает огромные возможности для самостоятельной организации ими самообразования, самовоспитания, самоуправления, вузовской практики и других видов деятельности. Сознательное учение студентов в вузе возможно только на основе самопознания. Это закон образования в вузе. В этом, на наш взгляд, сегодня основной ключ к кардинальной модернизации современного образования.

Основным условием использования человековедческих понятий в качестве методов самопознания студентами своей индивидуальности является свободное владение ими этими понятиями. При этом использование понятий должно предваряться постановкой студентом вопросов к самому себе. Т. к. самопознание, как отмечалось, включает в себя три вида самопознания (предметное, оценочное и проектное), то студент ставит вопросы себе в зависимости от видов самопознания.

В предметном самопознании общий вопрос формулируется так: «Кто я такой и почему я такой?». Конкретные вопросы определяются теоретическими понятиями, которые отражают ту или иную сторону, грань отдельного индивида. Например, при овладении студентом основными понятиями психологии, студент

ставит вопросы: «Какой у меня темперамент?», «Какие у меня способности?», «Какая у меня память?» и т. д. При изучении этики студент ставит вопросы: «Каков я с точки зрения совести, ответственности и т. д.?». Затем студент, руководствуясь содержанием тех или иных понятий (темперамента, совести и др.), ведёт за собой самонаблюдение. При накоплении определённого количества наблюдений (фактов), студент формирует предположение (гипотезу), например, о том, что у меня, скорее всего, холерический темперамент. После этого студент ещё какое-то время ведёт самонаблюдение. Его результат: либо подтверждение выдвинутой гипотезы, либо её опровержение. В первом случае студент в своей жизнедеятельности начинает исходить из учёта данного темперамента. Во втором – самопознание своего темперамента студент вынужден продолжить. За предметным самопознанием следует оценочное самопознание. Выявив в процессе предметного самопознания те или иные стороны своей индивидуальности, студент ставит вопросы о том, как он к ним относится, особенно это касается отрицательных сторон своей самости. В процессе оценочного самопознания студент соотносит предметное знание о себе с разного рода нормативным знанием (правовые и нравственные нормы, существующие в обществе, требования к различным видам деятельности и т. д.).

Итог самооценочного самопознания студента – положительная или отрицательная самооценка себя в каком-либо отношении или в этом же отношении, с одной стороны, положительная оценка, а с другой – отрицательная.

За предметным и оценочным самопознанием следует проектное самопознание или самопроектирование, которое нацелено на решение выявленных в процессе самооценки проблем, на построение идеальной модели будущей деятельности. Методологическую функцию в этом самопознании выполняют понятия науки о проектировании: диагностирование, диагноз, проектирование, прогноз, планирование, план, проектирование, проект, моделирование, цель, средства, результат и др.

Педагогическая ценность самопознания студентом своего Я-индивидуального состоит, во-первых, в том, что студенты, применяя усвоенные понятия различных наук с целью самопознания, тем самым воспитывают культуру мышления, умение использовать научные понятия в самом учебном процессе, во-вторых, студенты учатся научно познавать себя и приобретать научные знания о себе. Разумеется, студенты учатся использовать научные знания и в других видах своей самостоятельной деятельности (прежде всего в учебной и практи-

ческой деятельности). Но, по возможностям, использование научных понятий в процессе самопознания во многом превосходит использование их в других видах самостоятельной деятельности студентов. Объясняется это тем, что в самопознании может использоваться научный аппарат практически всех человековедческих учебных дисциплин. Кроме того, как отмечали студенты, при чтении автором курса «Основы самопознания и самореализации личности», использование научных понятий в их самопознании – это самая интересная познавательная деятельность в вузе. Ценность самопознавательной деятельности студентов, в-третьих, состоит и в том, что она в наибольшей мере развивает креативность студентов.

В связи с этим мы рекомендуем по всем человековедческим дисциплинам (по крайней мере, по большинству) после завершения чтения курса студентам писать «Трактат по самопознанию» (в переводе с латинского – научное сочинение в форме рассуждения, ставящего своей целью в принципе определить подход к предмету). Объём трактата 7-10 страниц. В трактате студент должен продемонстрировать способность познавать себя на предметном, оценочном и проектном уровнях самопознания, опираясь на усвоенные понятия той или иной учебной дисциплины. А на семинарах, где чаще всего студенты занимаются скучным пересказом того, что сказал преподаватель на лекции, обмениваются опытом применения понятий той или иной учебной дисциплины в процессе самопознания и обсуждают проблемы, возникающие в процессе самого познания студентами самих себя. На зачёте же, а возможно и на экзаменах, вместо заслушивания преподавателем ответов на вопросы, целесообразно практиковать защиту студентами трактатов, выполненных ими в рамках учебной дисциплины.

О том, что использование в целях самопознания научных понятий в качестве его методов повышает интерес студентов к овладению научными знаниями в вузе, свидетельствует следующий проведённый автором, эксперимент. В 2011 году у автора вышла книга «Человекознание. Самореализация личности: общие законы успеха» (Екатеринбург, 2011). Один из её разделов называется «Основные инструменты управления самореализацией». К ним относятся: единство слова и дела (мысли и действия), стимулирование, самоконтроль, самооценка. Студенты должны были сами усвоить знания об инструментах самоуправления деятельностью и, используя их в качестве методов, познать себя в этом отношении. В качестве отчёта по этой работе использовалось напи-

сание трактата. Самым удивительным в этом эксперименте было то, что все студенты группы без предварительного чтения им лекций практически правильно усвоили содержание указанных выше понятий и в основном объективно, критически осмыслили себя с позиции их содержания. Это ещё раз свидетельствует о том, какой значительный потенциал саморазвития студентов заключён в использовании человековедческих научных понятий в качестве методов их самопознания. Организация преподавателями самопознания студентов на основе использования научных понятий в качестве его методов, на наш взгляд, есть основное направление реализации проблемного обучения в образовательном процессе. И зачем изобретать разного рода искусственные проблемы, если каждый саморазвивающийся студент есть неисчерпаемая кладовая проблем как для самих себя, так и для преподавателей.

Таким образом, исходный пункт самопознания индивида – не познание на обыденном уровне других и затем сравнение их с самим собой, а знания о человеке вообще. Более того, знания о человеке вообще – это не только метод познания индивидуального в себе, но и метод познания его в других людях. Так, к примеру, чтобы познавать другого человека на научном уровне в нравственном аспекте в процессе наблюдения за ним, необходимо руководствоваться знанием о том, что есть нравственность вообще (что есть совесть, ответственность и т. д.). Без этого совершенно неясно, что следует наблюдать в другом индивиде. Знание о человеке вообще также выступает методом познания и понимания героев произведений искусства. Разве, скажем, читатель «Войны и мира» Л. Н. Толстого, не имеющий сколько-нибудь определённых представлений о нравственности, т. е. о том, «что такое хорошо и что такое плохо», сможет оценить поведение таких его действующих лиц, как Андрей Болконский, Анатолий Курагин и Пьер Безухов! Вряд ли!

Далее. Познание других людей не является обязательным условием самопознания индивида. Овладев научным знанием о человеке вообще, каждый индивид может осуществлять самопознавательную деятельность и без познания других. Ведь цель самопознания – познание в себе индивидуального. А познание себя – определяющее условие того, чтобы быть самим собой, т. е. быть самостоятельным, жить своим умом, быть личностью. «Прогресс психологии... в том, – отмечал Э. Фромм, – чтобы вернуться к традиции гуманистической этики, рассматривать человека в его духовной целостности, веря, что цель человека – быть самим собой, а условие достижения этой цели – быть

человеком для себя». «Человек должен быть самим собой и познавать самого себя. Только уяснив свою истинную сущность, человек может надеяться на счастье», – считал французский писатель А. Жид.

Поэтому каждый индивид в построении своей жизнедеятельности должен исходить прежде всего из непосредственного познания самого себя, своей индивидуальности, а не из познания себя на основе познания других людей посредством сравнения себя с ними. По мнению русского писателя А. Г. Круглова, каждый человек должен «интересоваться тем, что тебе самому интересно, радоваться тому, что радует, делать то, что любишь, носить то, что нравится – т. е. просто жить, а не тянуть лямку – не даёт человеку комплекс неполноценности, загоняющий в стадо, обрекающий на непрерывное сравнение себя с другими».

Ещё китайский философ Лао-цзы (573–499 до н. э.) утверждал: «По себе можно познать других». «Никто не может судить других, – писал немецкий поэт и мыслитель И. В. Гёте, – пока не научился судить о себе самом». Русский мыслитель Н. Г. Чернышевский (1829–1889) считал: «Кто не изучил человека в себе самом, тот никогда не достигнет глубокого знания людей».

Таким образом, каждый индивид в научном самопознании должен исходить не из познания других, а, наоборот, в познании других он должен исходить из познания себя, сравнивая других с самим собой. И познавать других он может лишь в той мере, в какой он знает себя, т. к. истинное знание о себе выступает своеобразным методом познания. Если же тот или иной индивид себя не знает, например, не знает того, почему он в том или ином отношении всегда поступает так или иначе, то как он может объяснить поведение другого человека, который в том же отношении поступает таким же образом (отметим, что речь здесь идёт об осмысленном познании других, а не о познании в виде простого созерцания, на основе естественной любознательности).

В дошкольном возрасте (3–6 лет), младшем школьном возрасте (6–10 лет) и подростковом возрасте (10–15 лет) ребёнок познаёт то, что в его поведении хорошо, а что плохо только на основе познания соответствующего поведения взрослых и передачи ему соответствующих знаний об этом. После этого ребёнок, ведя на основе этого знания наблюдение за взрослыми, делает вывод об их поведении. Затем с позиции этого знания он сравнивает себя со взрослыми и делает вывод о том, каков он сам с т. з. хорошего и плохого.

Определённую роль познание других людей играет и в самопознании взрослых. Для

рассмотрения этого вопросы необходимо сначала ответить на другой вопрос: «Какова роль познания других в жизни каждого отдельного индивида вообще?».

Каждый человек в своей жизни вынужден вступать в отношения с многими и многими людьми. Чтобы строить эти отношения (личные, деловые и др.) продуктивно, он должен постоянно познавать их и его результаты – знания использовать во взаимодействии с ними.

Познание других – важный источник приобретения нового опыта жизнедеятельности, который, критически осмыслив, индивид может использовать и в своей жизнедеятельности. Сравнивая опыт других со своим опытом, он тем самым познаёт себя на основе познания других. Кроме того, знание опыта других выступает своеобразным критерием истинности собственного опыта.

Причём в познании опыта других осуществляется также познание средств, способов достижения ими положительных результатов и причин отрицательных результатов, в т. ч. личностных качеств, которые обусловили собственные результаты.

Но в этом случае познание личностных качеств других вплетено в контекст познания других либо с целью построения с ними нормальных отношений, либо при познании опыта их жизнедеятельности с целью совершенствования своего образа жизни. Но вне этого контекста познание индивидом самих по себе качеств других с целью познания своих качеств посредством сравнения, т. е. имеющее чисто гносеологическую мотивацию, является редкостью, т. к. оно вырвано из практического контекста его жизни. К сожалению, в современной концепции самопознания познание дру-

гих рассматривается как универсальный метод самопознания. Ограниченность этого метода в том, что он способен обеспечивать только оценочное самопознание. Но чтобы что-либо оценивать, вначале должен быть познан предмет оценки, т. е. осуществлено предметное самопознание. Кроме того, познание других должно включать в себя также познание способов и форм реализации ими проектов.

Ограниченность метода самопознания через познание других проявляется также в том, что число этих других, на познание которых опирается индивид, ничтожно мало, в сравнении с количеством существующих сегодня на планете людей. Кроме того, самопознание индивида зависит от социального статуса тех других, которых он познаёт: это могут быть лица, находящиеся в местах лишения свободы, студенты вуза, члены производственного коллектива, военнослужащие в том или ином воинском подразделении и т. д.

Познание индивидом всех других на протяжении всей его жизни для его самопознания имеет только частное значение, т. к. опыт всех их, вместе взятых, есть лишь частичный опыт человечества. Поэтому самопознание индивида, строящееся только на такой основе, всегда будет обыденным и преимущественно стихийным.

Единственным всеобщим средством, способом самопознания всех индивидов является опыт всего человечества, который заключён в достижениях наук о человеке.

Понятия наук о человеке – это универсальная методология самопознания каждым человеком в себе и в других уникального, индивидуального. Поэтому самопознание, строящееся на такой основе, является научным самопознанием.

Библиографический список

1. Байлук, В. В. Базовые методологические принципы творческой самореализации педагога и студента [Текст] / В. В. Байлук. – Екатеринбург, 2003.
2. Байлук, В. В. Принципы и методы воспитания и самовоспитания студентов [Текст] / В. В. Байлук. – Екатеринбург, 2007.
3. Байлук, В. В. Основы самопознания и самореализации личности [Текст] / В. В. Байлук. – Екатеринбург, 2010. – Кн. 1 : Основы самопознания личности.
4. Байлук, В. В. Самопознавательная реализация обучающихся как интегративный фактор системы образования [Текст] / В. В. Байлук // Педагогическое образование в России. – 2013. – № 3.
5. Байлук, В. В. Самопознавательная самореализация личности как закон успеха [Текст] / В. В. Байлук. – Екатеринбург, 2014.
6. Байлук, В. В. Формирование готовности будущих специалистов в вузе к профессиональной самореализации [Текст] / В. В. Байлук. – Екатеринбург, 2016.
7. Байлук, В. В. Научная деятельность студентов: системный анализ [Текст] / В. В. Байлук. – М. : Инфра-М., 2018.
8. Голубчиков, А. Я. Самоопределение индивида (социально-философский анализ) [Текст] : автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Голубчиков А. Я. – Екатеринбург, 1993.

9. Загвязинский, В. И. Методология и методы педагогического исследования [Текст] / В. И. Загвязинский, Р. Атаханов. – М., 2001.
10. Загвязинский, В. И., Методология и методы психолого-педагогического исследования [Текст] / В. И. Загвязинский, Р. Атаханов. – 2-е изд., стереотип. – М., 2015.
11. Маралов, В. Г. Основы самопознания и саморазвития [Текст] / В. Г. Маралов. – М., 2002.
12. Мещеряков, Б. Г. Большой психологический словарь [Текст] / Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. – М., 2003.
13. Минюрова, С. А. Психология самопознания и саморазвития [Текст] / С. А. Минюрова. – М., 2016.
14. Самопознание: педагогика любви и творчества [Текст] : материалы Международных педагогических чтений. – Алматы, 2012. – Т. 1–2.
15. Чернявская, Г. К. Трудный путь к самому себе [Текст] / Г. К. Чернявская. – СПб., 1994.

*Статью рекомендует В. А. Дегтерев,
доктор педагогических наук, профессор*

Дегтерев В. А., Ларионова И. А.
Екатеринбург

ИНТЕГРАЦИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

Аннотация. В статье рассматривается профессиональная подготовка специалистов социальной сферы в диалектическом единстве дифференциации и интеграции, проанализированы понятия «интеграция» и «дифференциация».

Ключевые слова: интеграция образования; профессиональная подготовка; социальная работа; социальные работники; подготовка социальных работников; межпредметные связи; интегративно-дифференцированный подход.

Degterev V. A., Larionova I. A.
Ekaterinburg

INTEGRATION IN PROFESSIONAL TRAINING OF SOCIAL WORK SPECIALISTS

Abstract. The article deals with professional training of specialists of social sphere in a dialectal unity of differentiation and integration. It analyzes the concepts of «integration» and «differentiation».

Keywords: education integration; professional training; social work; social workers; social workers' training; interdisciplinary relations; integration-differentiation approach.

Интеграция в сфере образования, обусловленная логикой развития науки, связана с активным проявлением тенденции к интеграции научных знаний на современном этапе и является одним из наиболее продуктивных и перспективных направлений. Именно интеграция рассматривается как условие обобщения научных знаний, повышения их комплексности и системности. Исследование общих закономерностей формирования целостной творческой личности в процессе обучения различным дисциплинам наиболее продуктивно в гуманитарной области.

Процессы интеграции в последнее время затронули все структурные элементы российского образования. Интеграция в образовании – тенденция, становящаяся в последние годы одной из базовых категорий современной педагогики. Это не только часть сложного процесса сближения, но и решение проблем взаимопроникновения национальных культур. Интеграции в образовании свойственны свои отличные черты, динамика, цели и способы формирования интегративных объединений.

Особенностью интеграции является ее опережающий характер. Обеспечению опережающего характера интегративных процессов в образовании способствует стремительное развитие современных средств телекоммуникационной связи и базирующихся на их основе новейших технологий. На современном этапе интеграция рассматривается как перспективное направление совершенствования образования. Процесс интеграции – это определенное взаимопроникновение содержания изучаемых в вузе дисциплин с целью формирования комплексных знаний о различных явлениях окружающего мира. Благодаря интеграции происходит более глубокое и конкретное постижение закономерностей структур и систем образования.

Мобильность мышления специалиста построена на общих принципах научного мышления, включающего в себя индукцию, дедукцию, анализ и синтез, аналогию, сравнение, эксперимент, наблюдение и др. В данном случае налицо взаимосвязь межпредметного характера. Таким образом, мы приходим к необходимости выделения ядра образования по

ключевым видам учебной деятельности, заключающегося в интеграции знаний. А. С. Безрукова трактует интеграцию как «процесс становления целостности с новыми свойствами, качествами, признаками, не присущим до этого отдельным компонентам, вступающим в интеграцию» [3].

Н. К. Чапаев выделяет основные признаки интегративного целого: «а) универсальность и полиморфичность интеграции; б) взаимобусловленность процессов интеграции и дезинтеграции; в) органическое единство целого и его частей; г) неразрывную часть процесса и результата» [20]. Интеграция понимается здесь как процесс движения и развития определенной системы, в которой растет число и интенсивность взаимодействия элементов, уменьшается их относительная самостоятельность по отношению друг к другу.

Понятие «интеграция» может иметь два значения:

- создание целостного представления об окружающем мире (здесь интеграция рассматривается как цель обучения);
- нахождение общей платформы сближения знаний (здесь интеграция – средство обучения).

В современной педагогической практике, несмотря на реформы, происходящие в образовании, остаются нерешенными вопросы формирования личности, усложнения содержания отдельных предметов, использования продуктивных форм и методов обучения.

Решить эти и многие другие вопросы могут межпредметные связи. Наиболее точно, на наш взгляд, определил категорию «межпредметные связи» Г. Ф. Федорец. Межпредметные связи, по его мнению, есть «педагогическая категория для обозначения синтезирующих, интегративных отношений между объектами, явлениями и процессами реальной действительности, нашедших свое отражение в содержании, формах и методах учебно-воспитательного процесса и выполняющих образовательную, развивающую и воспитательную функции в их органическом единстве» [19, с. 25].

Межпредметные связи на основе интеграции предметных знаний позволяют согласовано изучать разные дисциплины. Это повышает научный уровень обучения, активизирует умственную, креативную деятельность обучаемых, развивает познавательный интерес студентов, обеспечивает целостное развитие личности. Межпредметная интеграция способствует интенсификации образования, она направлена на углубление взаимосвязей между предметами. Исследование этой проблемы

принципиально важно как для развития основ педагогической науки, так и для практической деятельности специалистов социальной сферы. Суть интеграции – в поиске единого объединяющего начала и, как следствие, в создании нового интегрированного содержания. В этом отличие интеграции от межпредметных связей. Процессы интеграции в образовании не являются новыми. Примеры их проявления – реализация имплицитных (сквозных) направлений в образовании (гуманизации, регионализации, информатизации, экологизации). Содержание всех учебных предметов обладает неким интегративным потенциалом, что определяет способности вступления содержания различных предметов в интегративные связи: прямые и обратные, горизонтальные и вертикальные, направленные и сопутствующие. Вузская подготовка специалистов настоятельно требует выделения дидактических основ научной интеграции. Своего рода интегративные процессы в обучении являются основным фактором развития системности образования. Установление связей между отдельными дисциплинами способствует динамичности мышления, творческой активности обучающихся, формированию целостного научного мировоззрения [10].

Следует отметить, что непрерывное профессиональное образование осуществляется на основе единых концептуальных позиций, организуется целостный образовательный процесс, ориентированный на единые цели и задачи. Появляется возможность поиска и реализации различных путей и способов интегрирования образовательных программ разных уровней профессионального образования.

Таким образом, интегрированное обучение студентов вуза дает следующие положительные результаты:

- знания студентов приобретают качества системности, обнаруживают всеобщность связей в науках;
- умения становятся обобщенными, способствуют комплексному применению знаний, их синтезу, переносу идей и методов из одной науки в другую, что является основой творческого подхода к научной деятельности человека в современных условиях;
- более эффективно формируются убеждения, и достигается всестороннее развитие личности;
- усиливается мировоззренческая направленность познавательных процессов студентов;
- обеспечивается активизация и интенсификация учебно-профессиональной деятельности [10].

Интеграция представляет естественный способ познания себя и окружающего мира,

который выражается в сочетании эстетического, познавательного, историко-генетического, общественно-функционального аспектов. В юношеском возрасте преобладает абстрактное мышление, поэтому высшей степенью развития мышления считается теоретическое – обобщенное диалектическое мышление, направленное на объяснение явлений, познание закономерностей. Эти объективные условия позволяют понимать логику развития живых процессов, связанных с существованием человеческого общества. Интегрирование создает целостную картину мира, учит видеть все явления жизни в их глубинной взаимосвязи и противоречивости.

Интегрированное обучение ускоряет формирование убеждений и мировоззрения студентов, способствует проявлению субъективного отношения к изученным фактам и способам их объяснения, самостоятельному нахождению проблем, парадоксов и противоречий, эвристической позиции в учебном процессе. Целевые ориентации интегрированного обучения направлены на формирование целостных системных знаний о единстве окружающего мира; подготовку студентов к успешной профессиональной деятельности; развитие интеллектуальных способностей, творческого мышления.

Методологической основой интеграции является диалектическое единство всеобщей связи процессов и явлений в природе и обществе. Интегрированное обучение опирается на ассоциативно-рефлекторную концепцию обучения, согласно которой усвоение знаний, формирование навыков и умений, развитие личностных качеств человека есть процесс образования в его сознании различных ассоциаций – простых и сложных, среди которых, по мнению Ю. А. Самарина, выделены и «межсистемные» или «межпредметные» ассоциации.

Объединение ассоциаций в систему происходит в результате аналитико-синтетической деятельности познающего субъекта, поэтому интегративная технология опирается на деятельностную теорию учения, имеющую начало еще в трудах А. Дистервега и разработанную в дальнейшем Л. С. Выготским, В. В. Давыдовым, С. Л. Рубинштейном, А. Н. Леонтьевым, Д. Б. Элькониним и другими отечественными учеными.

В практической деятельности преподавателей используется как вертикальная интеграция (объединение в предмет материала, который и повторяется в разные годы обучения на разных уровнях сложности), так и горизонтальная интеграция (объединение сходного учебного материала в разных учебных предметах). При отборе содержания учебных дисциплин и

программ практики ведущими являются следующие принципы:

- научности – интеграция знаний осуществляется на теоретическом уровне, изучаемые сведения затрагивают принципиально важные общие законы существования социальной среды;

- соответствия – служит дополнительным аргументом для обоснования истинности новой теории, позволяет раскрывать единство логического и исторического в эволюции научно-теоретического знания, выполняет логическую функцию, позволяющую объяснять органическую взаимосвязь между существующими теориями, служит методом систематизации уже построенной теории, выступает как интегрирующий фактор развития знания;

- перспективности – полагает знакомство со сферами деятельности будущего специалиста: с учреждениями, в которых будет работать специалист, с различными категориями клиентов, с которыми ему придется взаимодействовать. Реализация данного принципа требует тщательного выбора видов профессиональной деятельности, чтобы будущий специалист социальной сферы мог в вузе (например, на практике) ознакомиться с профессиональными обязанностями специалиста в учреждениях разного типа и вида, различных организационно-правовых форм и форм собственности, а также различной ведомственной принадлежности – образования, социальной защиты, здравоохранения и других.

Реализация интегративного подхода к профессиональной подготовке специалиста в вузе происходит через целеполагание, мотивацию студентов, соответствующее содержание, выбор наиболее оптимальных средств, контроль и анализ результатов деятельности студента.

Конечно, интеграция не является универсальным средством в подготовке специалиста с высшим профессиональным образованием, но ее использование позволяет повысить качество подготовки выпускника вуза.

Процесс дифференциации в теории и методике профессионального образования, как правило, связан с выбором студентами дополнительной специальности, специализации, факультативов и курсов по выбору.

Особый акцент мы делаем на диалектической взаимосвязи интеграции и дифференциации и на рассмотрении особенностей ее проявления. При этом мы ориентируемся на взаимообусловленность и взаимопереходы обоих понятий, имея в виду то, что интеграция и дифференциация взаимосвязаны и создают предпосылки для организации устойчиво функционирующей модели обучения.

Специфика интеграции и дифференциации, по мнению А. В. Гвоздевой, определяется следующими интерферирующими критериями, отражающими реальные связи между процессами интеграции и дифференциации:

1) автономный критерий, показывающий, что интеграция и дифференциация в обучающей модели присутствуют в качестве независимых друг от друга элементов;

2) эмпирический критерий, определяющий ситуативный объем, частоту, интенсивность взаимодействия интеграции и дифференциации;

3) теоретический критерий, отражающий регламентированный объем, частоту и интенсивность взаимодействия между интеграцией и дифференциацией как взаимосвязанными элементами обучающей системы. Данный критерий характеризуется прочными и глубокими критериальными связями, причем в системе присутствуют как первичные взаимосвязи, так и их жесткая иерархия;

4) методологический критерий, показывающий, что объем, частота и интенсивность взаимодействия между интеграцией и дифференциацией перерастают установленные рамки обучающей модели. При этом на базе моделируемого подхода возможна не только учебно-воспитательная, но и научно-исследовательская деятельность [8].

Таким образом, интеграция и дифференциация, имея общие критериальные основания, выступают в качестве единого процесса: с одной стороны, объединения частей, форм, ступеней, явлений в целое, а с другой – разделения целого на его составляющие, т. е. взаимодействие интеграции и дифференциации – это процесс взаимосвязи и взаимодополнения.

Из сказанного выше вытекает, что интенсивный поиск новых подходов в конструировании моделей непрерывной профессиональной подготовки специалистов социального профиля выявляет его базовые основания: интеграцию и дифференциацию. В педагогической науке доказано, что они органично взаимодействуют, создают необходимые условия для конструирования иерархической и ранжированной модели многоуровневого, многоступенчатого и многопрофильного профессионального образования, позволяющего студенту самостоятельно выбирать различные векторы направленности обучения, а образовательному учреждению формировать свое реальное образовательное пространство, которое является полифункциональным.

Доминанты конструирования процессов интеграции и дифференциации выступают в совокупности, как две стороны одного про-

цесса, обеспечивающего развитие и совершенствование профессиональной подготовки специалистов, обеспечивающего развитие и совершенствование образовательного пространства, диалогическое единство всех его элементов в целях расширения возможностей выбора студентами образовательных программ. Учет этих тенденций в непрерывной профессиональной подготовке вносит обновление в профессиональное образование в личностном, содержательном и организационном планах.

Системообразующим основанием в интеграции и дифференциации обучения является педагогический процесс, который необходимо рассматривать в сложной и многоплановой специфике [18], определяющей его пятикомпонентную структуру, в которую входят следующие элементы: цели педагогической системы, содержание учебной и научной информации, средства педагогической коммуникации (методы, формы, виды обучения), обучающиеся (объект педагогического воздействия или субъект собственной учебной деятельности), преподаватель (субъект педагогического воздействия). Обладая относительной самостоятельностью, каждый из элементов связан с другими; изменение одного из них должно приводить к изменению всех остальных. При этом направленность системы должна сохранять один и тот же вектор.

Решающую роль в целостном функционировании педагогической системы играет взаимодействие ее компонентов, которые необходимо рассматривать с четырех позиций:

- с психологической, принимая во внимание индивидуализацию обучения через учет различий в индивидуальных свойствах обучающихся и, как следствие, учитывая их ведущую модальность; создавая благоприятные условия для перехода на субъект-субъектные отношения в системе «студент – преподаватель», когда каждый участник этой схемы становится условием и средством развития другого; обеспечивая развитие основных субъектных характеристик личности студентов;

- с педагогической, имея в виду создание педагогической системы, основанной на интеграции и дифференциации;

- с дидактической, рассматривая изменение предметного содержания, а также создание оптимальных условий для развития субъектности каждого студента путем реализации совокупности методов, форм и средств обучения, организуемых с учетом индивидуальных особенностей обучающихся;

- с социальной, т. е. формирование у личности тех качеств и черт, которые позволяют успешно адаптироваться в обществе, проявление и раскрытие неповторимой, уникальной

индивидуальности каждого, целенаправленное воздействие на формирование творческого, интеллектуального, профессионального потенциала общества [8].

Модернизация системы высшего образования в России все в большей степени соотносится с процессами, происходящими в высшей школе Европы. Это связано с развитием Болонского процесса, в рамках которого планируется не только создание единого европейского образовательного пространства, но и диверсификация высшего образования: конструирование многовариантных и многообразных моделей высшего образования; возникновение новых учебных сред; изменение организационных основ образования, сконцентрированных на нелинейных (асинхронных) моделях; введение моделей и форм организации занятий с использованием лично-ориентированных обучающих технологий [2].

Закономерно, что в свете идеологии Болонского процесса, в условиях динамизма, сложности, масштабности общественного развития остро встает вопрос об изменении целей и содержания управления образованием. Мы убеждены, что это возможно достичь путем разработки новых подходов к обучению, а также за счет внедрения новых образовательных технологий.

Одним из путей реализации обозначенных задач является интегративно-дифференцированный подход к обучению, который представляет собой дидактическую систему, основанную на интеграции и дифференциации как ведущих принципах создания инновационных обучающих технологий. Данная система характеризуется комплексностью, синтезом, обобщенностью элементов системы, универсализацией и специализацией содержания социального образования; она охватывает все элементы и компоненты учебного процесса и обеспечивает функциональную взаимосвязь между элементами содержания непрерывной профессиональной подготовки специалистов социальной сферы.

А. В. Гвоздева считает, что интегративно-дифференцированный подход, имея ярко выраженную тенденцию к комплексным исследованиям, является объективной базой интеграции психологии, педагогики, андрологии, акмеологии, физиологии, предметных дисциплин, дисциплин профессиональной и специальной подготовки. Взаимосвязь и взаимопроникновение дисциплин предполагают системный анализ концепции и системный подход в ее построении и реализации.

Применение принципа системности к разработке интегративно-дифференцированного подхода означает, во-первых, формирование

представлений об изучаемом объекте с учетом одного из главных его свойств – системности. Во-вторых, принцип системности предполагает системные представления о целостности исследуемого объекта, о состоянии целого и составляющих его частей, о взаимодействии этого целого с внешней средой как одного из условий его существования, об общих закономерностях функционирования и развития как всей системы, так и ее частей, о структурировании изучаемого целого [8].

Системный подход к определению эффективности интегративно-дифференцированного подхода возможен на основе взаимосвязанных между собой групп критериев. А. В. Гвоздева выделяет три основных критерия системного подхода:

1) системный критерий, определяющий степень дифференциации и интеграции структуры и ее функций;

2) критерий эффективности разрабатываемой интегративно-дифференцированной системы обучения, предполагающий рассмотрение соотношения усложнения и упрощения как взаимосвязанных характеристик эффективности учебного процесса;

3) информационный критерий, предусматривающий информационное разнообразие, позволяющее поддерживать прямую и обратную связь с внешней средой [8].

Позитивная роль системного подхода может быть сведена к следующим основным моментам. Во-первых, понятия и принципы системного подхода, выявляя более широкую познавательную реальность, обеспечивают более оптимальный подход в управлении процессом обучения в рамках разрабатываемой концепции. Во-вторых, системный подход обеспечивает поиск конкретных механизмов целостности объекта исследования и выявления технологии его связей. В-третьих, системный подход, представляя разные уровни методологии, выступает как конкретизация принципов исследования.

Теоретический анализ интеграции и дифференциации в образовании послужил основой для разработки концептуальной модели интегративно-дифференцированного подхода в системе непрерывного профессионального образования. При построении этой модели мы опирались на методологический аппарат, включающий цели, принципы, основания и критерии дифференциации и интеграции; способы организации процесса обучения и воспитания, а также необходимые для этого средства, дидактические условия и планируемые результаты.

Взаимодействие интеграции и дифференциации в процессе профессиональной подготовки осуществляется на психологическом,

педагогическом, предметном и социальном уровнях, что определяет комплексный характер применения модели в качестве общепедагогического направления использования интегративно-дифференцированного подхода в системе непрерывного профессионального образования специалистов социальной сферы.

Н. В. Гарашкина проанализировала различные модели и концепции профессиональной подготовки специалистов социальной сферы. Р. М. Куличенко (1997) создана одна из первых концепций вузовской подготовки социальных работников, которая строится на основе личностно-деятельностного подхода и включает:

- квалификационные требования к специалистам;
- возможности адаптации зарубежного опыта подготовки социальных работников;
- содержание и качественные показатели образовательного процесса, этапы непрерывной профессиональной подготовки, специализации профессии, показатели профессиональной компетентности выпускника, личностные качества и профессиональные роли социальных кадров;
- направления исследований в социальной сфере [13].

Концепция подготовки специалистов социальной работы, предложенная И. А. Зимней, включает модель, в которой ступени, последовательно вводящие студента в профессию, обеспечены программами самообучения и саморазвития. Подготовка специалиста социальной работы рассматривается как сложная многоаспектная деятельность, совокупным субъектом реализации которой выступает учебно-административный состав образовательного учреждения, совместно с кафедрами, преподавателями, самими студентами [6].

В работе В. Г. Бочаровой и И. А. Липского подготовка социальных педагогов и социальных работников рассматривается в виде образовательного комплекса, целью которого является формирование научной социально-педагогической картины у всех, кому предстоит в своей профессиональной деятельности работать с людьми в разнообразных сферах и областях социума; это прежде всего, практические социальные работники и социальные педагоги; исследователи и теоретики. Функциями образовательного комплекса являются:

- формирование системы научных знаний у специалиста (в зависимости от содержания и сферы их деятельности);
- развитие системы знаний, навыков и умений (также в зависимости от их функционального предназначения, содержания и характера деятельности);

- передача системы опыта (способов) репродуктивной и продуктивной (творческой) профессиональной деятельности в социальной сфере;

- формирование системы эмоционально-ценностного отношения к человеку и социуму, их взаимодействию и взаимоотношениям [4; 14].

Н. М. Платонова, исследуя социальное образование с позиций педагогического менеджмента, рассматривает его в наиболее часто употребляемом контексте, как область профессиональной подготовки специалистов социальной работы для учреждений социальной защиты населения, и выделяет модули, отражающие предметное поле будущей профессиональной деятельности:

- теоретико-прогностический (дает системное представление о научной картине социальной действительности, развивает способность к ее структурно-системному анализу, освоению гуманистической парадигмы в социальной политике);
- профессионально-ориентированный модуль (обеспечивает целостное представление о профессии, установку на профессионально-личностное саморазвитие, адаптацию к обучению в вузе);
- профессионально-практический модуль (обеспечивает будущих специалистов комплексом практических умений и навыков, формирует у студентов опережающую готовность к профессиональной деятельности);
- модуль элективных курсов (предусматривает установки на поисково-исследовательскую позицию, развитие индивидуального стиля в профессиональной деятельности) [16].

С учетом данной позиции систему вузовской подготовки можно представить как совокупность содержательных модулей, которые позволяют обеспечить целостное развитие личности будущего специалиста, его профессиональную культуру и компетентность:

- теоретико-прогностического;
- профессионально-технологического;
- вариативного.

В исследовании Н. П. Клушиной представлена профессиональная подготовка специалистов социальной работы в системе высшего образования, в качестве методологического основания использовались гуманистическая парадигма высшего профессионального образования и дескриптивный подход [12]. Процесс подготовки специалистов социальной работы строится на основе содержательно-процессуальной модели, включающей содержание образования и личностно-ориентированные технологии. Именно личностно-ориентированные

технологии позволяют дифференцированно формировать профессиональную компетентность как способность решать личностные, социальные и технологические проблемы, стимулируют субъектность и стремление к саморазвитию студентов.

Н. Б. Шмелева исследовала профессионально-личностное развитие специалиста социальной работы с позиций антропологического подхода; ею спроектированы интегративно-модульная и рефлексивно-управленческая технологии развития специалиста социальной работы [21].

В разработанной нами модели цель является интегративной, состоящей из ряда компонентов: социального заказа общества, целей системы образования, требований государственных образовательных стандартов. Результатом целенаправленной педагогической деятельности является формирование конкурентоспособной личности.

В концепции интегративно-дифференцированной профессиональной подготовки нами разработана дидактическая система принципов, состоящая из трех компонентов: принципы построения содержания образования; принципы организации процесса профессиональной подготовки; принципы интеграции и дифференциации субъектов учения. Применение интегративно-дифференцированного подхода позволяет учитывать индивидуальные особенности обучающихся на всех этапах обучения, личностные особенности студентов, а также уникальное своеобразие каждого человека, его потребности, интересы, склонности, мировоззрение.

Реализация интегративно-дифференцированной подготовки зависит от комплекса педагогических условий: общепедагогических, дидактических и методических.

Интегративно-дифференцированный подход требует специфических форм организации образовательного процесса, которые заключаются в постепенном количественном и качественном изменении учебной нагрузки, приводящей к постепенному усложнению со-

держания и способов познания, раскрывающих противоположности изучаемых объектов.

Суммируя сущностные смыслы интегративно-дифференцированного подхода, можно констатировать, что интегративно-дифференцированный подход в профессиональной подготовке специалистов социального профиля – это педагогический феномен, связанный с познанием и преобразованием непрерывного профессионального образования посредством установления динамического равновесия между процессами интеграции и дифференциации в отборе, проектировании и реализации содержания профессиональной подготовки, с целью формирования личности профессионала, умеющего работать в разнородных социальных и социально-педагогических системах, использующего межпрофессиональные и междисциплинарные умения, навыки и компетенции.

Таким образом, развитие сферы социальной и социально-педагогической деятельности, изучение методологических основ профессиональной подготовки, учет зарубежного опыта дают основания для построения системы профессиональной подготовки специалистов социальной сферы, основанной на интегративно-дифференцированном подходе в рамках единого полифункционального пространства профессионального развития.

Обобщенная структура интегративно-дифференцированного подхода представлена на схеме 1.

Таким образом, особенностью концепции непрерывной профессиональной подготовки специалистов социальной сферы в университете является возможность реализации целостного проекта по использованию интегрированно-дифференцированного подхода в системе непрерывного профессионального образования специалиста социальной сферы в научно-образовательной среде, становления его профессиональных и личностных компетенций на каждом уровне освоения основной профессиональной образовательной программы.

Библиографический список

1. Бабина, С. Н. Интеграция технологического и физического образования учащихся школ и студентов педагогических вузов [Текст] : автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Бабина С. Н. – М., 2003. – 39 с.
2. Байденко, В. И. Модернизация профессионального образования: современный этап [Текст] / В. И. Байденко, Джерри ван Зантворт. – М. : Европейский фонд образования, 2003. – 160 с.
3. Безрукова, В. С. Интеграционные процессы в педагогической теории и практике [Текст] / В. С. Безрукова. – Екатеринбург : [б. и.], 1994. – 152 с.
4. Буровской, А. М. Ноосферное образование и ноосферная культура [Текст] / А. М. Буровской // Междунар. конф. по экологическому образованию детей : тезисы докл. – М. ; Обнинск, 1995. – С. 13–14.
5. Волкова, В. Н. Основы теории систем и системного анализа [Текст] / В. Н. Волкова, А. А. Денисов. – СПб : СПбГУ, 1997. – 510 с.

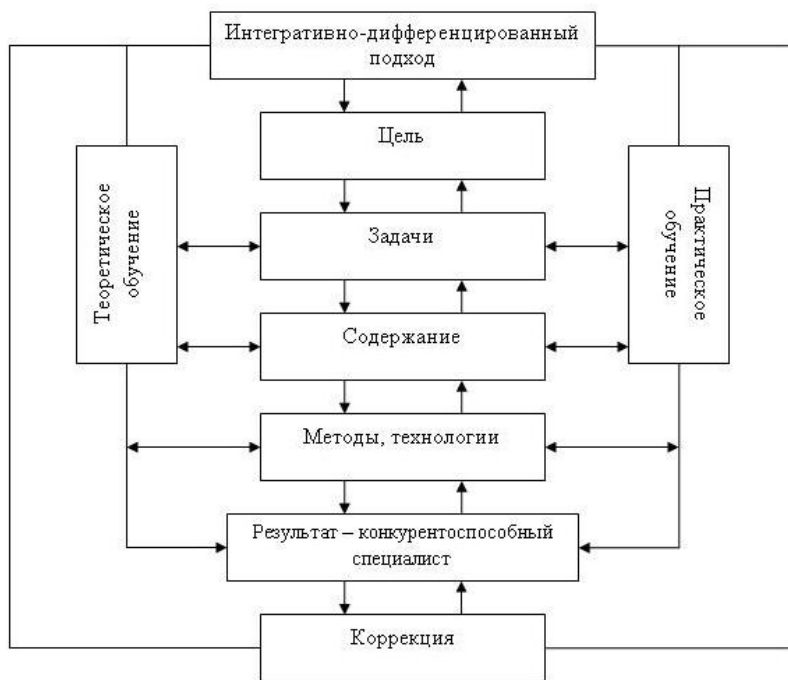


Схема 1. Структура интегративно-дифференцированного подхода

6. Вьюнова, Н. И. Теоретические основы интеграции и дифференциации психолого-педагогического образования студентов университета [Текст] : автореф. дис. ... д-ра. псих. наук / Вьюнова Н. И. – М., 1999. – 41 с.
7. Галагузова, М. А. Интегративно-дифференцированная профессиональная подготовка специалистов социальной сферы: научно-практический аспект [Текст] : монография / М. А. Галагузова, Ю. Н. Галагузова. – М. : Владос, 2010. – 222 с.
8. Гершунский, Б. С. Педагогические аспекты непрерывного образования [Текст] / Б. С. Гершунский // Вестник высшей школы. – 1992. – № 4–6. – С. 18–21.
9. Гусякова, Л. Г. Социальное образование – образование XXI века [Текст] / Л. Г. Гусякова // Социальные науки и социальное образование / отв. ред. Г. И. Осадчая. – М., 2004. – С. 77–82.
10. Данилюк, А. Я. Теория интеграции образования [Текст] / А. Я. Данилюк. – Ростов-н/Д. : Изд. Рост-ГПУ, 2000. – 440 с.
11. Дифференцированная подготовка социальных педагогов к работе в учреждениях различного типа [Текст] : монография / О. В. Воронова. – Саратов, 2008. – 156 с.
12. Климов, Е. А. Пути в профессионализм [Текст] / Е. А. Климов. – М. : Флинта, 2003. – 320 с.
13. Лазарев, Г. И. Новому содержанию образования – новые рейтинги [Текст] / Г. И. Лазарев // Университетское управление. – 2007. – № 2. – С. 40–45.
14. Лихачев, Б. Т. Экология личности [Текст] / Б. Т. Лихачев // Педагогика. – 1993. – № 2. – С. 23.
15. Максимова, В. Н. Акмеология. Новое качество образования [Текст] / В. Н. Максимова. – СПб. : Изд-во ГПУ им. А. И. Герцена, 2002. – 256 с.
16. Повshedная, Ф. В. Методологические основы профессионального самоопределения будущего учителя [Текст] / Ф. В. Повshedная. – Нижний Новгород : НГПУ, 2002. – 166 с.
17. Розов, М. А. Процессы и механизмы интеграции в развитии науки [Текст] / М. А. Розов // Интегративные тенденции в современном мире и социальный прогресс / под ред. М. А. Розова. – М. : Изд-во МГУ, 1989. – С. 135–164.
18. Слостенин, В. А. Педагогика: инновационная деятельность [Текст] : учеб. пособие / В. А. Слостенин, Л. С. Подымова. – М. : Магистр, 1997. – 308 с.
19. Федорец, Г. Ф. Проблема интеграции в теории и практике обучения (предпосылки, опыт) [Текст] / Г. Ф. Федорец. – Л. : ЛГПИ, 1989. – 94 с.
20. Чапаев, Н. К. Педагогическая интеграция: методология, теория, технология [Текст] / Н. К. Чапаев. – Екатеринбург : РГПУ, 2004. – 283 с.
21. Шорохова, Е. В. Проблема «Я» и самосознание [Текст] / Е. В. Шорохова // Проблемы сознания. – М. : МГУ, 1966. – С. 217–228.
22. Щипулина, Л. Природосообразная дифференциация обучения: условия реального выбора [Текст] / Л. Щипулина // Народное образование. – 2007. – № 4. – С. 168–171.
23. Якиманская, И. С. Личностно-ориентированное обучение в современной школе [Текст] / И. С. Якиманская. – М. : Сентябрь, 1996. – 95 с.

Статью рекомендует В. В. Байлук, доктор философских наук, профессор

Евдокимова И. А.
Екатеринбург

РИСКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ СРЕДЕ В ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблеме – рискам возникновения конфликтов в педагогической среде в дошкольной образовательной организации. В статье определены понятия «риск», «конфликт», «конфликтная ситуация» с точки зрения возникновения и протекания в педагогической среде дошкольной образовательной организации в контексте «педагог-педагог» и «педагог-администрация»; рассмотрены основные аспекты и группы рисков кадровой политики образовательной системы; уделено внимание не только определению условий минимизации рисков возникновения конфликтов в педагогической среде, но и последствиям протекания конфликтов в педагогической среде.

Ключевые слова: педагогическая конфликтология; конфликтные ситуации; педагогические конфликты; последствия конфликтов; урегулирование конфликтов; разрешение конфликтов; дошкольные образовательные организации.

Evdokimova I. A.
Ekaterinburg

THE RISKS OF CONFLICTS IN PEDAGOGICAL ENVIRONMENT IN A PRESCHOOL EDUCATIONAL ESTABLISHMENT

Abstract. The article is devoted to the important problem of risks of conflicts in pedagogical environment in a pre-school educational organization. The article defines the concepts of “risk”, “conflict” and “conflict situation” from the point of view of the establishment and development of a pre-school educational organization in the context of “teacher-educator” and “teacher-administration”. The article analyzes the main aspects and groups of risks of the personnel policy of the educational system. Attention is paid not only to determining the conditions for minimizing the risks of conflicts in pedagogical environment, but also to the consequences of conflicts in pedagogical establishments.

Keywords: pedagogical conflict resolution studies; conflicts; pedagogical conflicts; consequences of conflicts; conflict resolution; pre-school educational establishments.

В настоящее время идет процесс интенсивного развития общества, пересматриваются ценности, модернизируется государственная политика в области образования. Одной из наиболее важных тенденций современного образования является возрастающая роль личной парадигмы, выражающаяся в создании благоприятных условий для полного проявления личных функций субъектов образовательных отношений. Это предъявляет повышенные требования ко всем участникам образовательного процесса. Попытки преодолеть традиционные подходы к образованию в контексте его реформы вызывают напряженность в сфере отношений, приводят не только к обострению конфликт-

ной ситуации, но и открытому столкновению педагогических работников в современной дошкольной образовательной организации [12, с. 143].

Модернизация системы образования, в соответствии с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2025 года», как социальная инновация ставит перед руководителем дошкольной образовательной организации новые проблемы, в том числе поиск путей снизить риски, связанные с реформой образования. Сущностной характеристикой социальных инноваций в области дошкольного образования является конфликт в образовательной среде [16, с. 51].

Конфликты являются неотъемлемой частью человеческой жизни, поскольку они возникают только в процессе общения людей. И в какой-то степени их можно назвать одним из способов общения и взаимодействия. В любой организации, сообществе, где есть взаимодействие людей, сколько ни создают положительной атмосферы, конфликты будут всегда. В этой связи конфликты также рассматриваются в педагогической среде как неотъемлемый источник изменений и развития.

Межличностные конфликты в отношениях педагогических работников изучаются в меньшей степени по сравнению с другими типами конфликтов в различных сферах образования. Это связано с тем, что конфликты между педагогами, педагогами и администрацией намного сложнее и разнообразнее, чем конфликты с другими субъектами образовательных отношений [3, с. 97].

Слово «конфликт» исходит от латинского «conflictatio», что в переводе означает столкновение, спор [4, с. 98]. Достижения современной конфликтологии предлагают множество определений этого феномена:

- западный теоретик Л. Козер под конфликтом понимает борьбу за ценности и притязания на определенный статус, власть и ресурсы, в которой целями противника являются нейтрализация, нанесение ущерба или устранения соперника [6, с. 35];

- М. И. Пирен пишет, что «конфликт – это социальный феномен, который проникает во все сферы человеческого социума, поэтому его и начали изучать специалисты разных областей науки [6, с. 52];

- Л. Г. Здравомыслов трактует конфликт как важнейшую сторону взаимодействия людей в обществе, своего рода клеточку социального бытия. Это форма отношений между потенциальными или реальными субъектами социального действия, мотивация которых обусловлена противостоянием ценностям и нормам, интересам и потребностям [5, с. 14];

- российские конфликтологи Ф. М. Бородин и Н. М. Коряк уточняют понятие конфликта. По их мнению, конфликт – это деятельность людей, и поэтому всегда подразумевает стремление к достижению цели [15, с. 68].

Педагогический конфликт рассматривается как форма проявления обострившихся субъект-субъектных противоречий, возникающих в результате профессионального и межличностного взаимодействия участников образовательных отношений, создающего негативный психологический и эмоциональный фон общения, предполагающий столкновение

конфликтующих сторон, заинтересованных в ликвидации его причин [1, с. 62].

Таким образом, под «конфликтом» следует понимать столкновение разнонаправленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов субъектов взаимодействия, фиксируемых ими в жесткой форме.

Проанализировав основные подходы к концепции определения понятий, мы можем определить основные свойства конфликта: наличие противоречий, различия между интересами, ценностями, целями, мотивациями, ролями субъектов; оппозиция, конфронтация субъектов конфликта, желание навредить противнику; негативные эмоции и чувства друг к другу в качестве фоновых характеристик конфликтного взаимодействия. Важно отметить, что конфликт как явление возникает там, где присутствуют два и более субъекта взаимодействия.

Взаимодействие индивидов и групп, несоответствие взглядов, точек зрения на проблему, разнообразные методы ее решения достаточно часто приводят к различному восприятию личностями одних и тех же событий и неадекватной реакции на эти события, что может явиться причиной возникновения спорной (проблемной) ситуации. Если в дополнение к этому созданная ситуация представляется одному из участников взаимодействия как препятствие для достижения его целей, возникает конфликтная ситуация.

Конфликтная ситуация, по мнению А. Я. Анцупова, – открытое или скрытое противоборство двух или нескольких сторон, каждая из которых имеет свои цели, мотивы, средства или способы разрешения проблемы, имеющей личную значимость для нее.

Конфликты возникают в процессе взаимодействия и общения индивидов между собой, поэтому конфликты и противостояния существуют столько, сколько существует человек в обществе [1, с. 52].

Определив основные понятия конфликта, рассмотрим возможные риски возникновения конфликтов в педагогической среде. В психологии риск понимается как действие, направленное на достижение определенной цели, достижение которой связано с опасностью, угрозой поражения, неудачей [13, с. 27].

Из всего многообразия подходов к изучению понятия «риск» следует выделить два наиболее актуальных – социально-психологический и педагогический:

- социально-психологический подход (П. К. Анохин, Н. А. Бердяев, Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн, Д. Н. Узнадзе, Д. Б. Эльконин) раскрывает соотношение

оценок риска с ценностями и нормами общества, группы, личности;

- педагогический подход (И. Г. Абрамова, А. Г. Тагарникова, И. Д. Чечель и др.) связан с тем, что педагогический риск представляет специфическую форму профессиональной деятельности и отношения педагога к действительности [2, с. 11].

С точки зрения данных подходов рассмотрим основные аспекты рисков кадровой политики образовательной системы:

- социально-педагогический аспект риска определяется тенденциями развития современной образовательной системы, изменениями в характере педагогической деятельности педагога и отношениями между участниками образовательных отношений;

- социально-психологический аспект риска – это вероятность возникновения неблагоприятных обстоятельств при формировании межличностных коммуникаций на уровне личности или социальной группы [2, с. 22].

Остановимся более подробно на рассмотрении социально-психологического аспекта риска в вопросе возникновения конфликтных ситуаций в дошкольной образовательной организации между педагогическими работниками, а также педагогами и администрацией дошкольной образовательной организации (ДОО). Применительно к ДОО педагогическими работниками являются: воспитатель, педагог-психолог, музыкальный руководитель, инструктор по физической культуре [9, с. 18].

Г. В. Безюлева выделяет следующие группы социально-психологических рисков возникновения конфликтных ситуаций в педагогической среде:

1. Первая группа рисков связана с профессиональными особенностями педагога. Педагогическую деятельность следует классифицировать как стрессовую, потому что часто возникают напряженные ситуации, связанные с повышенной эмоциональной реакцией. Такая напряженность обусловлена объективными и субъективными факторами.

К объективным факторам относятся: загруженность рабочего дня, характер решаемых задач, интеллектуальные и эмоциональные нагрузки, ответственность за исполняемые функции, трудный контингент, неблагоприятная психологическая обстановка в образовательном учреждении, социальные условия.

К субъективным факторам следует отнести: индивидуальные свойства нервной системы конфликтующих оппонентов, уровень их мотивации к педагогической деятельности и поведению, чувствительности к профессиональным трудностям, опыт, знания, навыки [14, с. 126].

Среди разновидностей профессионально-психологических рисков следует выделить особую группу-риск профессионального выгорания. Педагог, в большей степени, чаще, чем другие, подвержен риску профессионального выгорания, поскольку используют в работе с людьми ресурсы своей психики. Работа педагога сопряжена с огромной физической и эмоциональной нагрузкой, с противоречивыми мыслями и чувствами, что приводит к истощению эмоциональных ресурсов и как следствие возникновение стрессовых конфликтных состояний.

2. Вторая группа – индивидуально-психологические риски связаны с индивидуально-психологическими особенностями педагогов, среди которых следует выделить несколько групп. Стоит отметить, во-первых, особенности и различия ценностных ориентаций педагога, включая: различия мотивов, желаний, потребностей, целей; этнические различия; этические различия. Во-вторых, различия познавательной сферы: различия в уровнях интеллектуального развития; в особенностях процессов памяти, восприятия, мышления, внимания и т. д. В-третьих, различия индивидуально-типологических характеристик, проявляющиеся в особенностях темперамента, характера, способностях [12, с. 126].

Рассмотрим примеры конфликтных ситуаций, возникающих в коллективе детского сада:

- конфликт между педагогами. Как правило, основу конфликтов в ДОО между педагогами составляют: профессиональные разногласия, личная неприязнь, конкуренция между членами коллектива, низкий уровень культуры поведения и коммуникации;

- конфликт между старшим воспитателем и воспитателем. Причинами конфликта между старшим воспитателем и воспитателем могут стать отсутствие у педагога интереса к своей работе, несоблюдение им образовательных программ, нежелание прислушиваться к рекомендациям старшего воспитателя;

- конфликтные ситуации между администрацией ДОО и подчиненными могут возникнуть в случае, если педагогические работники не оправдывают ожиданий руководства. Подчиненных, в свою очередь, может не устраивать стиль управления коллективом, завышенные требования со стороны начальства и неадекватная оценка их труда.

Как и у любого социального явления у конфликтов наблюдаются как положительные, так и негативные последствия для дошкольной образовательной организации в целом и отдельно для педагогического работника организации. Рассмотрим подробнее данный феномен.

В научной литературе сложились два направления в оценке последствий конфликтов:

1. Интеграционное. Американский ученый-экспериментатор Э. Мейо рассматривает конфликт как дисфункциональное явление (функционалистское), которое нарушает стабильность существования организации, снижает стратегическую эффективность ее деятельности. Функционалистское направление заостряет внимание на негативных, разрушительных последствиях конфликта.

Обобщая работы различных представителей данного направления, можно выделить будущие негативные последствия конфликтов:

- дестабилизация организации, порождение хаотических и анархических процессов в коллективе, снижение качества управляемости процессов функционирующих в организации;
- отвлечение педагогических работников от реальных проблем и целей организации, смещение этих целей в сторону групповых эгоистических интересов, потребностей, мотивов и обеспечения победы над противником;
- неудовлетворенность участников конфликта пребыванием в организации, эмоциональное выгорание, рост фрустраций, депрессий, стрессов и т. п. и, как следствие, снижение производительности труда, увеличение текучести кадров;
- нарастание эмоциональности и иррациональности, враждебности и агрессивности поведения, недоверия к администрации и коллегам;
- отвлечение участников конфликта от решения задач образовательной организации и нерациональная растрата профессиональных, ресурсов и времени на борьбу друг с другом, что впоследствии ведет к снижению уровня образования [7, с. 89].

2. Диалектическое. Р. Дарендорф в оценке последствий конфликтов признает конструктивное, полезное содержание любого конфликта, так как в результате его появляются новые качественные изменения, как в самой организации, так и для коллектива в целом.

Выделяют следующие позитивные последствия конфликта в педагогической среде:

- инициирование изменений, обновления, прогресса. Новое всегда есть отрицание старого, а поскольку как за новыми, так и за старыми идеями и формами организации всегда стоят определенные люди, постольку любое обновление невозможно без конфликтов;
- мобилизация внимания, интереса и ресурсов для решения проблем и, как следствие, экономия рабочего времени и средств организации;
- формирование у участников конфликта чувства сопричастности к принятому в его ре-

зультате решению, что облегчает его реализацию;

- побуждение участников к взаимодействию и выработке новых, более результативных решений, устраняющих саму проблему или ее значимость;
- развитие у участников конфликта способности к сотрудничеству в будущем, когда конфликт будет урегулирован в результате взаимодействия обеих сторон. Приводящее к согласию честное соперничество повышает взаимное уважение и доверие, необходимые для дальнейшего сотрудничества;
- разрядка психологической напряженности в отношениях между работниками, более четкое выяснение их интересов и профессиональной позиции;
- преодоление традиций группового мышления, конформизма, «синдрома покорности» и развитие свободомыслия, индивидуальности работника. В результате возрастает способность работников разрабатывать оригинальные идеи, инновационные подходы, находить рациональные способы решения проблем организации;
- вовлечение пассивной части сотрудников в решение организационных, педагогических проблем. Это способствует личностному развитию сотрудников и служит решению целей дошкольной организации;
- выявление неформальных групп, их лидеров и более мелких группировок, что может быть использовано руководителем для повышения эффективности управления;
- выработка у оппонентов умений и навыков относительно безболезненного решения возникающих в будущем проблем [6, с. 144].

Конечно, как негативные, так и позитивные последствия конфликтов нельзя абсолютизировать, рассматривать радикально, вне конкретной ситуации. Реальное соотношение функциональных и дисфункциональных последствий конфликта напрямую зависит от их природы, порождающих их причин, а также от грамотного управления конфликтами медиатора [10, с. 343].

Конфликт возникает в условиях дефицита статусов и ресурсов или разнонаправленности интересов персонала и может привести, как уже говорилось, как к негативным, так и к позитивным изменениям в организации. Чтобы усилить позитивную направленность конфликтов, их нужно сопровождать [8, с. 178].

Необходимыми условиями минимизации рисков возникновения конфликтов в педагогической среде дошкольной образовательной организации, а также профилактики и конструктивного разрешения конфликтов являются:

- сотрудничество, открытость и доверие между участниками образовательных отношений, предотвращение и устранение причин возникновения конфликта;

- установление доброжелательного межличностного взаимодействия, непредвзятое обсуждение, коллективный анализ и выбор оптимальной модели разрешения проблемной ситуации;

- создание благоприятного и комфортного социально-психологического климата в педагогической среде, являющегося залогом развития у каждого педагога чувства долга, ответственности за реализацию своих должностных обязательств;

- обучение приемам и методам реагирования в педагогических конфликтах; повышение психологической грамотности, компетентности, а также педагогической культуры и этики всех субъектов образовательных отношений;

- формирование установки педагогов на развитие своих социальных, личностных и профессиональных компетенций [11, с. 98].

Таким образом, возникновение конфликта в педагогической среде дошкольной образовательной организации способствует решению проблемных вопросов организации, поскольку при бесконфликтном, «нормальном» функционировании из уважения к организационным нормам и традициям, а также из чувства вежливости руководители и сотрудники нередко обходят острые вопросы, а значит, происходит процесс стагнации развития организации в целом, и как следствие снижение качества предоставляемых образовательных

услуг данной дошкольной образовательной организации.

Грамотное и оперативное разрешение конфликтных ситуаций в ДОО будет иметь положительные тенденции в развитии как самой дошкольной образовательной организации, так и для администрации и педагогических работников.

Но, учитывая возможные негативные последствия протекания конфликтных ситуаций в ДОО – снижение рисков возникновения конфликтов в педагогической среде, разрешение конфликтов в образовательной организации осуществляется в результате систематического психолого-педагогического сопровождения. Психолого-педагогическое сопровождение в данном случае должно быть направлено на установление доброжелательного и уважительного межличностного взаимодействия; создание атмосферы сотрудничества, открытости и доверия; применение современных методов, способствующих формированию конфликтологической компетентности, коммуникативных навыков, навыков толерантного разрешения конфликтных ситуаций, снижению разрушительных эмоций, развитию навыков рефлексии субъектов образовательных отношений.

Психолого-педагогическое сопровождение протекания процессов конфликтных ситуаций в дошкольной образовательной организации должен осуществлять специалист, обладающий высокой компетентностью медиатора, который независимо от своего профессионального статуса сможет выступать посредником между субъектами образовательных отношений.

Библиографический список

1. Анцупов, А. Я. Конфликтология [Текст] : учебник / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. – М. : Юнити, 2003. – 495 с.
2. Безюлева, Г. В. Социально-психологические риски в поликультурном профессиональном образовании [Текст] / Г. В. Безюлева. – М. : НОУ ВПО МПСИ, 2008. – 192 с.
3. Генкина, Б. М. Основы управления персоналом [Текст] / Б. М. Генкина. – М. : Высшая школа, 2006. – 470 с.
4. Гришина, Н. В. Психология конфликта [Текст] / Н. В. Гришина. – СПб. : Питер, 2000. – 375 с.
5. Здравомыслов, А. Г. Социология конфликта [Текст] / А. Г. Здравомыслов. – М. : Аспект-Пресс, 1996. – 137 с.
6. Зигерт, В. Руководить без конфликтов [Текст] / В. Зигерт, Л. Ланг. – М. : Академия, 2012. – 345 с.
7. Зигерт, В. Искусство бесконфликтного руководства [Текст] / В. Зигерт. – М. : АСТ-Пресс, 2008. – 320 с.
8. Кибанов, А. Я. Организация управления персоналом на предприятии [Текст] / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров. – М. : ГАУ, 2010. – 354 с.
9. Коротун, А. В. Организация научно-методической деятельности педагогических работников дошкольного образовательного учреждения [Текст] : монография / А. В. Коротун, К. М. Шарагулова. – Екатеринбург, 2015. – 128 с.
10. Лукин, Ю. Ф. Конфликтология: управление конфликтами [Текст] / Ю. Ф. Лукин. – М. : Академический Проект, 2007. – 799 с.

11. Малиева, З. К. Роль современных образовательных технологий в решении проблемы морального отчуждения личности [Текст] / З. К. Малиева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – С. 98-104.
12. Петровская, Л. А. О понятийной схеме социально-психологического анализа конфликта [Текст] / Л. А. Петровская // Теоретические и методологические проблемы социальной психологии. – 1977. – № 2. – С. 126-143.
13. Рыхтикова, Н. А. Анализ и управление рисками организации [Текст] / Н. А. Рыхтикова. – М. : Форум, 2012. – 240 с.
14. Синягина, Н. Ю. Поликультурное образование и его педагогические риски [Текст] / Н. Ю. Синягина // Педагогическая диагностика. – 2013. – № 1. – С. 17-28.
15. Уткин, Э. А. Конфликтология. Теория и практика [Текст] / Э. А. Уткин. – М. : Экмос, 2015. – 515 с.
16. Филин, С. А. Риск как элемент стратегического управления в инновационной сфере [Текст] / С. А. Филин // Управление риском. – 2012. – № 3. – С. 38-51.

Статью рекомендует А. В. Анисимова, кандидат педагогических наук, доцент

Коновалова О. А.
Екатеринбург

РОЛЬ СЕМЬИ В ФОРМИРОВАНИИ НАВЫКОВ БЕЗОПАСНОГО ПОВЕДЕНИЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ НА ДОРОГЕ

Аннотация. В статье рассмотрено влияние такого социального института как семья на процесс формирования навыков безопасного поведения у детей на дороге. По результатам исследования причин, условий и обстоятельств дорожно-транспортных происшествий с участием несовершеннолетних на территории Свердловской области за 2017 год отмечен низкий уровень этого влияния в современном обществе.

Ключевые слова: неблагополучные семьи; формирование навыков; безопасное поведение; правила дорожного движения; безопасность на дороге; дорожно-транспортные происшествия.

Konvalova O. A.
Ekaterinburg

THE ROLE OF FAMILY IN DEVELOPMENT OF SKILLS OF SAFE BEHAVIOR OF THE UNDERAGE ON THE ROAD

Abstract. The article considers the influence of such social institute as a family in the process of formation of skills of safe behavior of children on the road. According to the study of the causes, conditions and circumstances of road accidents with minors on the territory of Sverdlovsk region in 2017, it was proved that the role of family is very low in modern society.

Keywords: broken home; skills development; safe behavior; traffic law; road safety; road accident.

На сегодняшний день по данным Росстата первое место смертности и травмирования от внешних причин несовершеннолетних занимают дорожно-транспортные происшествия [6]. Сфера нашего научного интереса – влияние семьи на поведение детей на дороге – особенности воспитания и обучения детей безопасному участию в транспортной среде.

В отечественной и зарубежной научной литературе поведение в транспортной среде является предметом междисциплинарных исследований (психолого-педагогических, социологических, демографических и т. д.), но взаимосвязь между семьей и опасным поведением несовершеннолетних на дороге должным образом не изучена. Большой энциклопедический словарь дает следующее определение семьи: «основанная на браке или кровном родстве малая группа, члены которой связаны общностью быта, взаимной помощью, моральной и правовой ответственностью» [2]. Таким образом, чле-

нами семьи являются дети, их родители, пра-родители. Первое окружение ребенка – семья. Роль семьи в воспитании детей, в обеспечении социокультурной преемственности поколений является вечно актуальной темой социогуманитарных исследований. Начиная с классиков отечественной педагогики (П. Ф. Каптеров, П. Ф. Лесгафт, К. Д. Ушинский) и заканчивая многочисленными трудами современных ученых (И. А. Ахьямова, В. В. Байлук, О. С. Тоистева и др.), семья рассматривается как главнейший фактор нравственного развития молодежи. Именно семья закладывает основу воспитания, мировоззрения, характера и правил поведения в течение всей жизни. Поэтому роль семьи в формировании безопасного поведения – решающая.

Семья есть «непреднамеренный воспитатель» (К. Д. Ушинский), оказывающий педагогическое воздействие не уроками, а той психологической атмосферой, которой ребенок дышит, впитывает в себя взгляды, чувства, при-

вычки. При этом семья выступает в качестве живого примера, наглядного образца. Успех семейного воспитания зависит от качества детско-родительских отношений, в зависимости от которого ребенок впоследствии действует по родительскому сценарию или вопреки ему [1]. Однако, воспитание детей – не только личное дело родителей, в нем заинтересованно все общество. Заказ государства на воспитание законопослушных граждан страны оформлен в разнообразных законодательных актах различного уровня, в том числе Указом Президента Российской Федерации от 29 мая 2017 г. № 240 с 2017 по 2027 гг. объявлены Десятилетием детства, Постановлением Правительства РФ от 03.10.2013 № 864 «О федеральной целевой программе «Повышение безопасности дорожного движения в 2013–2020 годах», где основная цель – это сокращение смертности и травматизма на дорогах страны. Основными задачами Программы являются: создание системы пропаганды с целью формирования негативного отношения к правонарушениям в сфере дорожного движения и формирование у детей навыков безопасного поведения на дорогах.

Словарь по педагогической психологии дает нам следующую трактовку дефиниции «формирование» – это целенаправленное воздействие на ребенка с целью создания условий для возникновения у него новых психологических образований, качеств [7]. Нередко понятия «формирование» и «воспитание» употребляются как идентичные. Человек рождается без знаний и умений, но через воспитание и обучение он все это получает в соответствии с возрастом. На каждом возрастном этапе развитие достигает свой уровень сформированности, не исчерпывая себя. Так поэтапно формируются знания, навыки и умения, мышление, память, мировоззрение и многое другое. Э. Бёрн считает, что то, чему учится ребенок от 2 до 5 лет, в преобладающей степени определяет, как он будет в течение всей своей жизни обращаться с людьми [9], в том числе и как участник дорожного движения. Родители ребенка – его ближайшие учителя. И это именно те люди, обращение с которыми для него важнее всего, поэтому он учится главным образом у них. На этом этапе родители являются примером для подражания. Ребенок внимательно следит за их поведением. Например: если мама перебегает дорогу в неполюженном месте или переходит на запрещающий сигнал светофора, то ребенок сделает так же.

Дальше развитие ребенка идет таким образом, что его поведение переходит в привычное, в определенный навык. Привычка – это модель поведения, которая регулярно повторяется.

Причем действия будут совершаться, не задумываясь, поэтому важно, заложить в ребенка правильную безопасную модель поведения.

Безопасность – отсутствие недопустимого риска, связанного с возможностью причинения вреда и (или) нанесения ущерба. При этом под риском в техническом регулировании понимается сочетание вероятности причинения вреда и последствий этого вреда для жизни или здоровья человека, имущества, окружающей среды, жизни или здоровья животных и растений [4]. «Безопасный тип личности», или «личность безопасного типа» – это понятие, которое относительно недавно вошло в обиход современной науки. Одним из первых на него обратил внимание Л. И. Шершнёв. По его определению, «личность безопасного типа – это личность, способная анализировать риски, предвидеть опасности и угрозы, зависящие и независящие от его деятельности, избегать опасности и опасные ситуации и, в случае необходимости, действовать. Действовать рационально и со всей ответственностью и пониманием происходящего». Противоположное этому – личность агрессивного типа (социально-опасный тип личности) можно охарактеризовать как личность, деятельность которой отчасти является причиной опасной ситуации и носит социально опасный характер, воздействие направлено на других членов социума [8].

Психологическая готовность личности безопасного типа объясняется: предвидением опасностей; осознанием возможностей уклониться от опасностей; наличием навыка преодоления опасности. Формирование данных навыков позволит ребенку на протяжении всей жизни участвовать в дорожном движении безопасно как для себя, так и для окружающих [5]. Вместе с тем, состояние современного общества таково, что семья на сегодняшний день не может в полной мере выполнять данную функцию. Наши исследования причин условий, обстоятельств дорожно-транспортных происшествий с участием несовершеннолетних на территории Свердловской области за 2017 год и статистические данные Госавтоинспекции региона свидетельствуют о верности этого тезиса.

В ходе исследования было изучено 165 заключений проверок по фактам тех дорожных происшествий, где дети до 18 лет участвовали в дорожном движении как пешеходы, велосипедисты и водители механических транспортных средств. Исследовать причины гибели и травмирования детей – пассажиров автомобилей не входило в нашу задачу, в связи с тем, что пассажир – это пассивный участник дорожного движения и его поведение на дороге никак не влияет на безопасность дорожного

движения. Всестороннему анализу подвергались такие показатели как: вид ДТП, причина аварии, действия ребенка в момент ДТП, наличие взрослых сопровождающих, социальная характеристика и структура семьи, в которой воспитывается ребенок, ставший участником ДТП, его возраст.

Результаты проведенного анализа показали, что 5 из 8 погибших в ДТП детей воспитывались в социально неблагополучных семьях, состояли на персонифицированном учете в ПДН и территориальных комиссиях по делам несовершеннолетних и защиты их прав. Одна треть детей, получивших травмы различной степени тяжести, также находятся в социально сложном положении (57 из 165 травмированных несовершеннолетних). Одна из причин подобного положения – это плохие или неудовлетворительные социально-экономические условия (отсутствие работы отмечают в 36 семьях; в 112 семьях – профессиональная деятельность родителей низкооплачиваемая, материальная ограниченность не позволяет удовлетворять насущные потребности, отрицательно сказывается на физическом и психическом здоровье взрослых и детей).

У понятия «неблагополучная семья» нет четкого определения в научной литературе. Употребляются синонимы данного понятия: деструктивная семья, дисфункциональная семья, семьи группы риска, негармоничная семья. В процессе изучения вопроса мы пришли к тому что, неблагополучные семьи – это семьи с низким социальным статусом, в какой-либо из сфер жизнедеятельности или нескольких одновременно, не справляющиеся с возложенными на них функциями, их адаптивные способности существенно снижены, процесс семейного воспитания ребенка протекает с большим трудностями, медленно, малорезультативно.

Рассматривая структуру семей, мы видим, что свыше половины из них представляют проблемные семьи: в 56 случаях ДТП дети воспитывались в неполных семьях, при этом 67 % (38 ДТП) составляют происшествия, которые зарегистрированы по причине нарушения Правил дорожного движения самими детьми; 20 детей пострадали в ДТП из неполных и одновременно неблагополучных семей, в 10-и из которых воспитываются 3 и более детей; в полной, но социально опасной семье находились 11 детей, из которых 9 стали виновниками аварий с их участием; несовершеннолетние, находящиеся под опекой в 5-и случаях из 6-и стали виновниками ДТП. Анализируя распределение пострадавших детей по возрасту, мы увидели, что в дошкольном возрасте до 7 лет на ав-

тодорогах области травмы получили 25 детей, из которых 17 находились в сопровождении взрослых родственников и в 11 случаях именно взрослые, совершая правонарушение в области дорожного движения, стали виновниками получения травм детьми.

С 7 до 10 лет включительно травмы различной степени тяжести получили 55 детей и 1 ребенок погиб, в более чем в половине случаях (36) дети своими действиями спровоцировали аварии. С ростом автомобилизации дети дошкольного возраста все реже получают навыки, необходимые им для движения по дорогам и улицам в качестве пешеходов, поступая в школу, они, по мнению родителей, уже могут самостоятельно в этом качестве участвовать в дорожном движении, и, если в первый класс еще сопровождают ребенка в школу и обратно, то, начиная с 8-летнего возраста мы наблюдаем всплеск дорожных аварий с их участием. Но, даже сопровождая детей в школу, родители сами допускают правонарушения и подвергают опасности жизнь и здоровье детей. Так, в 5-и из 10-и случаев сопровождения детей этого возраста родители путем активного вовлечения несовершеннолетних в совершение нарушения ПДД РФ создали опасную ситуацию, в которой дети получили травмы.

Подростковый возраст с 11 до 15 лет – это становление самосознания, расширения круга общения и основной особенностью этого возраста является пренебрежение опасностью. Подросток уверен, что с ним не произойдет то, что случается с другими, поэтому демонстрирует рискованное «бесстрашное» поведение, соответственно дети данной возрастной категории становятся участниками ДТП чаще, чем все остальные [3]. За 2017 год 6 детей погибли (все по своей вине) и 61 получил травмы, в 38 случаях дети нарушили Правила дорожного движения. Именно в этом возрасте мальчики, имеющие какие-то первоначальные навыки управления транспортными средствами, садятся за руль мотоциклов и автомобилей, погибая и причиняя травмы окружающим.

Несовершеннолетние возрастной категории с 16 до 18 лет – это самая малочисленная категория пострадавших в ДТП. Так, с их участием зарегистрировано 20 ДТП, в которых 1 ребенок погиб и 23 пострадали. По причине нарушения ими правил один погиб и 14 травмированы. Неадаптированность к новым социально-экономическим условиям значительной части взрослого населения, безработица или чрезвычайная перегруженность трудовыми функциями, психическая напряженность старших членов семьи приводят к сужению эмоционального контакта между родителями и деть-

ми, сокращению объема совместной досуговой деятельности семьи, ослаблению семейного контроля за поведением детей и подростков, падению родительского авторитета, эмоциональному отдалению членов семьи.

Таким образом, роль семьи в формировании навыков безопасного поведения детей

на дороге на сегодняшний день находится на крайне низком уровне. Об этом говорят неутешительные цифры статистики: из 165 ДТП с участием несовершеннолетних на территории Свердловской области 107 произошли по причине неосторожного и опасного поведения детей.

Библиографический список

1. Беляева, М. А. Роль семьи и церкви в формировании репродуктивной культуры [Текст] / М. А. Беляева // Мир науки. – 2015. – № 1.
2. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/268354>.
3. Основы деятельности по формированию культуры безопасного поведения на дороге [Текст] : практическое пособие / сост. Н. М. Кузнецова, Л. В. Шманева. – М. : ФКУ НИЦ БДД МВД России, 2014. – 74 с.
4. Официальный сайт Госавтоинспекции Свердловской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://_Ф_ДД.рф/r/66 (дата обращения 27.01.2018).
5. Постановление Правительства РФ от 03.10.2013 № 864 «О федеральной целевой программе «Повышение безопасности дорожного движения в 2013–2020 годах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/41d494b8c5e15981c833.pdf> (дата обращения: 20.01.2018).
6. Постановление Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090 (ред. от 13.02.2018) «О Правилах дорожного движения» (вместе с «Основными положениями по допуску транспортных средств к эксплуатации и обязанности должностных лиц по обеспечению безопасности дорожного движения») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2709/ (дата обращения: 24.01.2018).
7. Российская энциклопедия по охране труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://determiner.ru/termin/bezopasnost.html> (дата обращения: 27.01.2018).
8. Рулев, М. А. Воспитание личности безопасного типа. Семинар учителей ОБЖ в МАОУ СОШ 167 [Электронный ресурс] : презентация / М. А. Рулев. – Режим доступа: <http://www.myshared.ru/slide/1000759/> (дата обращения: 25.01.2018).
9. Сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cbsd.gks.ru/#> (дата обращения: 20.01.2018).
10. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 N 223-ФЗ (ред. от 29.12.2017) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8982/ (дата обращения: 24.01.2018).
11. Словарь по педагогической психологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.вокабула.рф/словари/словарь-по-педагогической-психологии/>.
12. Указ Президента Российской Федерации от 29 мая 2017 года № 240 Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия детства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41954> (дата обращения: 28.01.2018).
13. Федеральный закон «О безопасности дорожного движения» от 10.12.1995 № 196-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8585/ (дата обращения: 25.01.2018).
14. Шершнев, Л. И. «Курс ОБЖ в концепции национальной безопасности России» [Электронный ресурс] / Л. И. Шершнев. – Режим доступа: http://bank.orenipk.ru/Text/t42_179.htm (дата обращения: 20.01.2018).
15. Эрик Берн: Когда ребенку исполняется 6 лет, его жизненный план уже готов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://econet.ru/articles/175945-erik-bern-kogda-rebenku-ispolnyaetsya-6-let-ego-zhiznennyu-plan-uzhe-gotov> (дата обращения: 20.01.2018).

Статью рекомендует Н. В. Шрамко, кандидат педагогических наук, доцент

Авдюкова А. Е., Коротун А. В.
Екатеринбург

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В ПОВЫШЕНИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Аннотация. Авторы сделали попытку обобщить вклад социального маркетинга в развитие и повышение корпоративной социальной ответственности коммерческих организаций – бизнеса. В статье описана сущность социального маркетинга как актуальной технологии современного зарубежного и российского бизнеса; раскрыты компоненты и ключевые признаки социального маркетинга.

Ключевые слова: социальный маркетинг; корпоративная социальная ответственность, бизнес.

Avdyukova A. E., Korotun A. V.
Ekaterinburg

SOCIAL MARKETING AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS ENCOURAGEMENT

Abstract. The article summarizes the contribution of social marketing to the development and encouragement of corporate social responsibility of business entities. The article studies social marketing, a technology frequently used in Russian and foreign business; it describes the components and key features of social marketing.

Keywords: social marketing; corporate social responsibility; business.

Постоянная конкуренция вынуждает компании развивать не только рыночные инструменты, но и заниматься преобразованием среды функционирования. Это и вызывает интерес к концепции социально-ответственного маркетинга, которая позволяет коммерческим структурам акцентировать внимание на социальных ценностях и на решении социальных проблем при решении задач бизнеса. Как ранее нами выделялось «...каким бы ни был бизнес – крупным, средним или малым, он не может работать исключительно ради финансовой выгоды, игнорируя интересы общества» [5, с. 19].

Основные практики социальной ответственности компаний выражаются в занятии благотворительностью и социальным инвестированием, участии в спонсировании победителей конкурсов и ярмарок социально значимых проектов, строительстве детских и спортивных площадок и т. д. В целом, в течение последних десятилетий российским

бизнесом проделан огромный путь по осознанию своей ответственности за сохранение окружающей среды, решение социально-экономических проблем, повышение качества жизни местных сообществ, соблюдение прав человека, противодействие коррупции и за ряд других вопросов, важность которых признается обществом. Можно сказать, что корпоративная социальная ответственность (КСО) постепенно становится новой философией российского бизнеса, в соответствии с которой компании ориентируются в своей деятельности не только на получение прибыли, но также на достижение общественного блага.

В разные годы предлагалось много определений социальной ответственности. Однако после выхода в 2010 г. Международного стандарта ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» большинство экспертов сошлось во мнении, что определение, которое дает именно этот стандарт, является сегодня

наиболее точным и полным. «Социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через этическое и прозрачное поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации» [10].

Не противоречит данное определение и традиционному пониманию российской общественной термином «социальная ответственность». Это добровольный вклад компании в экономическую, экологическую и социальную деятельность, обеспечивающий и поддерживающий устойчивое развитие как самой компании, так и регионов ее присутствия и общества в целом. Ассоциация российских менеджеров понимает под КСО добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законодательного минимума [9].

Среди многочисленных технологий КСО (благотворительность, спонсорство, социально значимые акции и т. п.) выделяют социальный маркетинг – маркетинг, ориентированный на развитие социального предпринимательства – бизнеса для социальных проблем из сферы здравоохранения, экологии, культуры, спорта, образования, инфраструктуры и т. п., «бизнеса как явления в контексте развития общества, необходимого как самим бизнесменам, стремящимся удовлетворить свои материальные интересы, так и другим членам общества, которые благодаря бизнесу получают возможность удовлетворять свои потребности в услугах, которые позволяют реализовать свои желания и потенциал» [2].

Возникновение социального маркетинга напрямую связано с появлением новой концепции маркетинга. Переходя от одной парадигмы к другой, в настоящее время маркетинг, по мнению Ф. Котлера, перешел в стадию социально-этичного маркетинга:

- концепция совершенствования производства;
- концепция совершенствования товара;
- концепция интенсификации коммерческих усилий;
- концепция маркетинга;
- концепция социально-этичного маркетинга.

Д. Куртц также делает акцент на том, что для социального маркетинга наступило благоприятное время:

- Эра производства – хороший продукт сам себя сможет продать (до 1925 г.).
- Эра продаж – убедить клиента, что ему нужен этот товар (с 1920-х до 1950-х гг.).
- Эра маркетинга – интеграция маркетинга с каждой фазой бизнеса (с 1952 г. до 1990-х гг.).
- Эра взаимоотношений – сотрудничество и партнёрство между всеми заинтересованными субъектами [3].

Анализ научной литературы показал, что ученые сходятся в едином мнении относительно актуальности появления социального маркетинга.

Основные концепции как этапы развития маркетинга:

- Концепция совершенствования производства.
- Концепция совершенствования товара.
- Концепция интенсификации коммерческих услуг.
- Концепция маркетинга (4P).
- Концепция социально-этичного маркетинга.
- Маркетинг взаимодействия или взаимоотношений [4].

Классически возникновение концепции социального маркетинга связано с ухудшением окружающей среды, нехваткой природных ресурсов, стремительным приростом населения, всемирной инфляцией, запущенным состоянием сферы социальных услуг. Концепция социального маркетинга способствует повышению корпоративной социальной ответственности путем формирования этических стандартов в деятельности компании, реализации потребностей и интересов целевых рынков, потребителей, других заинтересованных сторон, общества в целом.

Концепция социального маркетинга занимает сегодня важные позиции в контексте развития теории и практики маркетинга. Анализ публикаций по этому вопросу показывает, что истоки данной концепции относятся к 50-м гг. XX в., ко времени возникновения оригинальных концепций маркетинга, окрашенных ориентацией на потребителя, которые с годами вышли за пределы рыночных отношений. Чтобы выглядеть в глазах потребителей наилучшим образом, укрепить свою деловую репутацию, современным корпорациям просто необходимо решать проблемы общества, используя для этого, в числе прочего, и инструментарий социального маркетинга.

Существует множество противоречивых мнений по поводу того, что же считать соци-

альным маркетингом. В словаре по экономике и финансам социальный маркетинг определяется как «маркетинг, заключающийся в разработке, реализации и контроле социальных программ, направленных на повышение уровня восприятия определенных слоев общественности неких социальных идей, движений или практических действий» [11]. Один из основоположников социального маркетинга Ф. Котлер называет данное явление маркетингом для некоммерческих организаций [8].

Поскольку социальный маркетинг является одним из видов классического маркетинга при разработке стратегии развития социального бизнеса, специалисты и предприниматели опираются на категории, средства и инструменты маркетинга.

В настоящее время маркетинг определяется как человеческая деятельность, направленная на удовлетворение нужд и потребностей конкретного человека. Ученые дают различные определения маркетинга:

- Маркетинг как философия бизнеса.
- Маркетинг как функция управления бизнесом.
- Маркетинг – флагман производства.
- Маркетинг – это человеческая деятельность, так или иначе имеющая отношение к рынку.
- Маркетинг – это работа с рынком ради осуществления обменов, цель которых – удовлетворение человеческих нужд и потребностей.

В этой связи можно констатировать тот факт, что социальный маркетинг направлен на привлечение внимания к социально значимым проблемам и потребностям, целью которого является увеличение числа потребителей через придание продукту новых конкурентных социально значимых преимуществ.

К основным категориям маркетинга относятся: нужды, потребности, запросы, товар, обмен, сделка, рынок. Определение стратегии социального маркетинга в каждом конкретном случае актуализирует нужду как ключевую идею. Нужда социально значимого характера, чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо в данном случае может выражаться в нехватке пищи, одежды, тепла и безопасности, духовной близости, привязанности, знаниях и самовыражении. По мнению Ф. Котлера, если нужда не удовлетворена, человек чувствует себя обездоленным и несчастным. И чем больше значит для него та или иная нужда, тем глубже он переживает. Неудовлетворенный человек сделает одно из двух: либо займется поисками объекта, способного удовлетворить нужду, либо попытается заглушить ее.

Формой выражения нужды является потребность, которая представляется человеку или ему предлагается специфическая форма устранения нужды в соответствии с его материальным и культурным уровнем. Потребности выражаются в объектах, способных удовлетворить нужду тем способом, который присущ культурному укладу данного общества.

Основой планирования и разработки стратегии продвижения товаров и услуг социально значимого бизнеса является запрос, который подкреплен покупательной способностью. Во все времена решение проблем социально значимого характера оставалось трудно разрешимой задачей, и запрос в контексте социального маркетинга остается и по сей день показателем весьма условным, требующим кропотливой работы по выявлению степени его выраженности. Людей перестают удовлетворять товары и услуги не только потому, что они начинают надоедать, но потому что они не отвечают требованиям современного человека. Человек выбирает товар, совокупность свойств которого обеспечивает ему наибольшее удовлетворение за данную цену, с учетом своих специфических потребностей и ресурсов.

Товар социального маркетинга имеет свою специфику, поскольку к своему функциональному предназначению он постепенно наращивает преимущества социальной значимости. Товар – все, что может удовлетворить потребность, связанную со сферой здравоохранения, экологии, культуры, спорта, образования, инфраструктуры и т. д. Товаром можно назвать все, что способно оказать услугу, т. е. удовлетворить нужду: личности (персоны), места, организации, виды деятельности, идеи, передачи, отдых... Термин «товар» (Ф. Котлер) предлагает заменить другими – «удовлетворитель потребности», «средство возмещения» или «предложение».

Механизмом удовлетворения является акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен. Из существующих способов получения социально значимого товара наиболее интересными в рамках социального маркетинга являются: самообеспечение, социальное обеспечение и обмен. В результате обмена все его участники получают выгоду.

Еще один неотъемлемый компонент социального маркетинга – сделка как коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами, в форме денежной сделки или бартерной. К формам сделки также относятся: передача подарков, субсидий, благотворительных акций и т. д. Предприниматель, который передает подарок, рассчитывает на ту или иную выгоду,

такую, как доброжелательное расположение к себе, формирование положительного мнения о себе, избавление от негативных чувств и ощущений и т. д.

В современные маркетинговые исследования включают не только исследование поведения в ходе сделок, но и изучение поведения в процессе передач. Социальный маркетинг, в данном контексте, добивается необходимой ответной реакции целевой аудитории в отношении какого-либо объекта, услуги или идеи.

Ключевыми признаками социального маркетинга являются:

- ориентация на незащищенные слои населения;
- пропаганда социальных проблем, повышенное внимание к той или иной социальной проблеме;
- привлечение денежных средств на решение этой проблемы.

Можно сказать, что с точки зрения компании социальный маркетинг – это технология воздействия на целевую аудиторию для добровольного принятия (выбора) ею некоммерческого продукта.

Социальный маркетинг отличается от коммерческого, главным образом, своими целями. Если цель коммерческой организации – получение прибыли, и эту цель помогает достичь маркетинговая стратегия, то социальный маркетинг – это новая концепция социальной ответственности всех членов общества. Социальный маркетинг ставит своей целью изменение поведения больших групп людей для достижения социальной гармонии в обществе. Он позволяет показать привлекательность своих предложений на рынке и «продать» товар, даже если это абстрактная идея, модель поведения или партия. Однако, если организация или фирма сосредоточена только на получении прибыли, могут возникнуть и отрицательные для общества последствия. Поэтому менеджеры по маркетингу должны заботиться о социальной ответственности, т. е. об обязанности организации усиливать положительные для общества результаты ее деятельности и ослаблять отрицательные.

Основное применение социального маркетинга в последние годы приходится на четыре сферы: охрана здоровья, профилактика травматизма, защита окружающей среды и общественная мобилизация или вовлечение граждан в решение социальных проблем.

Успешно разработанная маркетинговая стратегия дает компании возможность исполнять миссию, достигать целей программы, поддерживать стабильное финансовое положение,

выявляя потребности клиентов и своевременно их удовлетворяя.

Социальный маркетинг может проводиться кем угодно: отдельными людьми, неформальными группами или официальными организациями. Он может выполняться как коммерческими, так и некоммерческими организациями. Его цель заключается не в производстве товаров и услуг как таковых, а в оказании влияния на общественное поведение.

Когда проекты социального маркетинга реализуют коммерческие организации, то в этом случае социальный маркетинг, как правило, выступает компонентом их PR-стратегии, направленной на установление долгосрочных доброжелательных отношений со своей целевой аудиторией. В России это явление получило название «социально ответственного бизнеса».

Обеспечение достойных социально-экономических условий для жизни общества, в котором осуществляет свою деятельность бизнес, – залог успеха предприятия, его выживания и конкурентоспособности. Инвестируя в социальную сферу, компания продолжает свою основную деятельность, ведущую к коммерческому успеху. А стремительное развитие частного сектора, существенное повышение благосостояния управленческой элиты, потеря монополии государства на решение социальных проблем (после распада СССР) также способствуют тому, что бизнес становится одним из ведущих инвесторов социально значимых кампаний. В ходе организации и проведения подобных мероприятий коммерческие структуры получают возможность наладить тесные контакты как с государственными учреждениями, так и с представителями НКО, а социальная сфера, таким образом, может быть хорошей площадкой для взаимодействия трех ветвей общества: государственных организаций, общественных организаций и бизнеса. Все это позволяет рассматривать коммерческие структуры как перспективных и серьезных игроков на рынке социального маркетинга.

Самый яркий пример социального маркетинга – сбор средств на реконструкцию главного национального символа Америки – статуи Свободы совместно с компанией Visa American Express. С каждой произведенной операции по карточке Visa American Express снималось 10 %, которые шли на реставрацию статуи Свободы. За три месяца проведения акции удалось собрать 1,7 млн долларов. Согласно исследованиям маркетингового агентства «Минтел Маркетинг Интеллидженс» (Intel Marketing Intelligence), в феврале 1998 г. число операций по карте увеличилось на 27 %, и на 10 % увеличился приток новых клиентов. Помимо это-

го, компания добилась большей сплоченности коллектива.

Аналогичный проект сейчас реализовывался в России: Сбербанк России перечислял в фонд помощи детям с онкогематологическими заболеваниями «Подари жизнь» пожертвование за счет своих доходов в размере 50 % платы за первый год обслуживания карты, 0,3 % от сумм покупок держателей карт.

Например, сегодня «Макдональдс» принимает активное участие в кампании по вторичной переработке: упаковка из искусственных материалов была заменена в этих целях картоном; на переработку идет ресторанное меню и использованное при готовке масло; посетителям разрешается вернуть игрушки из серии «Хэппи Мил», в которых уже не работают батарейки.

В итоге получается, что социальный маркетинг – это один из способов компании продемонстрировать свои ценности, сделать их более очевидными. Это основанная на общих интересах коммерческая деятельность, при помощи которой бизнес и благотворительные организации формируют партнерства для продвижения продукта или услуги. Кроме того, это дополнительный инструмент в борьбе с социальными проблемами, отвечающий в то же время маркетинговым потребностям компании.

Современное корпоративное развитие, основанное на концепции социального маркетинга должно предполагать:

- социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями своей продукции и услуг;
- реализацию экологической политики;
- управление развитием персонала;
- заботу о здоровье персонала и безопасность на рабочем месте;
- взаимодействие с местными органами власти, государственными и общественными организациями для решения общих социальных проблем и др.

Таким образом, классическое возникновение концепции социального маркетинга и актуализация его в развитии КСО связано с ухудшением окружающей среды, приростом населения, всемирной инфляцией, запущенным состоянием сферы социальных услуг. Постепенно российские компании осознают стратегическую значимость не только удовлетворения покупательских потребностей, но и интересов общества, благодаря чему добиваются значительного роста продаж и доходов. Концепция социального маркетинга способствует повышению КСО путем формирования социальных и этических стандартов в деятельности компании, реализации потребностей и интересов целевых рынков, потребителей, других заинтересованных сторон, общества в целом.

Библиографический список

1. Авдюкова, А. Е. Психологические аспекты корпоративной социальной ответственности вуза [Текст] / А. Е. Авдюкова // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2015. – № 1. – С. 4–9.
2. Авдюкова, А. Е. Возможности модельного агентства как субъекта бизнеса и образования в процессе удовлетворения потребностей населения [Текст] / А. Е. Авдюкова, А. А. Авдюкова // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2015. – № 2. – С. 4–9.
3. Бун, Л. Современный маркетинг [Текст] : учебник / Л. Бун, Д. Куртц. – 11-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 1040 с.
4. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга [Текст] : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 164 с.
5. Коротун, А. В. Государственное регулирование корпоративной социальной ответственности: история, тенденции развития [Текст] / А. В. Коротун // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2015. – № 1. – С. 19–23.
6. Корпоративная социальная ответственность [Текст] : учебник для бакалавров / Э. М. Коротков, О. Н. Александрова, С. А. Антонова и др. ; под ред. Э. М. Короткова. – М. : Юрайт, 2012. – С. 30.
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга Краткий курс [Текст] : пер с англ. / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2007. – 656 с.
8. Котлер, Ф. Стратегический маркетинг некоммерческих организаций [Текст] / Ф. Котлер, А. Андреасен. – Ростов н/Д : Феникс, 2007.
9. Литовченко, С. Е. Управление социальными программами компании [Текст] / С. Е. Литовченко, М. И. Корсаков. – М. : Ассоциация менеджеров, 2009. – 152 с.
10. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» [Текст].
11. Словарь по экономике и финансам [Электронный ресурс] // Глоссарий (электронная версия). – Режим доступа: slovari.yandex.ru/dict/glossary.

Статью рекомендует Ю. Р. Тагильцева, кандидат философских наук, доцент

Николаева М. А., Сохранова А. А.
Екатеринбург

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ ПРАЗДНИЧНОГО АГЕНТСТВА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация. Авторы особое внимание уделяют изучению возможностей интернет-рекламы для продвижения услуг праздничного агентства. В статье подробно описаны этапы организации рекламной кампании в сети интернет. В качестве примера авторы приводят фрагмент планирования рекламной кампании по продвижению услуг праздничного агентства «Оранжевое настроение» г. Екатеринбург, дают подробную характеристику целевых аудиторий. В представленной рекламной кампании сделан акцент на создание посадочной страницы Landing Page, контекстную рекламу, рекламу в социальных сетях, регистрацию в тематических каталогах, работу с отзывами на специализированных сайтах, e-mail-рассылку. Также в статье представлены ключевые показатели эффективности интернет-рекламы (CTR, ROI).

Ключевые слова: рекламные кампании; реклама; рекламная деятельность; рекламные технологии; интернет-сайты; Интернет; продвижение услуг; праздничные агентства; интернет-реклама.

Nikolaeva M.A., Sokhranova A.A.
Ekaterinburg

ADVERTISING CAMPAIGN FOR ENTERTAINMENT AGENCY PROMOTION IN THE INTERNET

Abstract. The article studies the opportunities of the Internet advertising to promote an entertainment agency. It provides a detailed description of the stages of the advertising campaign to promote the entertainment agency "Orange Mood" in Ekaterinburg and describes the target audience. This advertising campaign is based on the Landing Page, contextual advertising, advertising in social networks, registration in subject directories, processing of user feedbacks on specialized web sites and e-mailing. The article provides the key criteria for advertising effectiveness assessment (CTR, ROI).

Keywords: advertising campaign; advertising; advertising technologies; web sites; Internet; promotion of services; entertainment agency; Internet advertisement.

Организация мероприятий и праздников в России становится перспективным инструментом продвижения ценностей бренда на рынке. Многие эксперты в этой области отмечают, что праздничные агентства сегодня – это и программы лояльности, мотивации персонала, и презентации продукта, и массовые мероприятия, и фестивали, и даже туризм и гео-брендинг. Прогрессивные праздничные агентства предлагают новые форматы, отвечающие интересам и потребностям клиента, помогающие более эффективно и менее затратно решать насущные потребности бизнеса. Индустрия существует, развивается и чувствует себя уверенно.

На Урале спрос на организацию мероприятий и праздников появился примерно с 2000 г.,

увеличилось и количество организаций, предпочитающих отдать проведение таких мероприятий на аутсорсинг. В связи с этим постепенно начинают возрастать требования к качеству праздничных услуг. По данным справочной службы Дубль Гис в настоящее время количество агентств по организации праздников составляет 375 организаций и ещё примерно 50 фирм-однодневок. Для повышения конкурентоспособности праздничного агентства появляется не только необходимость в разработке индивидуальных и при этом уникальных предложений для клиентов, но и в поиске способов и средств эффективного рекламирования, позиционирования, а также в комплексной разработке дающих быстрые и качественные результаты рекламных кампаний.

А. В. Шумович определяет праздничное агентство как «специализированную компанию, которая организует мероприятия по заказу своих клиентов». Мероприятия праздничных агентств имеют небольшую продолжительность, проходят в течение 1–4 дней для ограниченного круга людей, известных заказчику и имеют фиксированный бюджет, финансируются заказчиком / клиентом [15, с. 20].

Услуги по организации праздников обычно включают в себя:

- разработку креативной концепции мероприятия;
- подбор и бронирование площадки;
- приглашение гостей мероприятия;
- организационную логистику – обеспечение транспорта, доставки всех материалов и персонала на площадку мероприятия;
- организацию питания (заказ кейтеринга);
- подбор артистов и развлекательных номеров;
- декорирование помещений мероприятия;
- техническое обеспечение мероприятия – свет, звук;
- производство брендированной продукции;
- подбор и тренинг промо-персонала для мероприятия;
- администрирование и проведение мероприятий;
- подготовка фото и видео-отчетов [15, с. 34].

Еще в начале 2000-х Е. В. Песоцкая отмечала, что «конкуренция в сфере услуг направлена на повышение имиджа предприятия услуг с целью завоевания потребительского спроса» [10, с. 43]. Однако на сегодняшний день *качество услуг* находится на первом месте, а уже потом ассортимент и цена.

В сфере услуг, учитывая их специфику и социальную направленность, исследователи выделяют два аспекта коммуникативной деятельности: социально-психологические особенности коммуникаций и социальные процессы на рынке услуг. Именно рекламная информация оказывает на потребителя большое влияние через телевидение и радио, печатные и электронные СМИ. С уверенностью можно сказать, что реклама является эффективным способом коммуникативного воздействия, однако при продаже услуг нужно уделять большое внимание персональному взаимодействию продавца и покупателя. Личные продажи набирают сегодня обороты и являются одной из основных форм продвижения услуг праздничного агентства.

Услуги праздничного агентства имеют свою специфику:

- 1) неосязаемость;
- 2) невозможность перемещения;
- 3) реализация только после продажи (заказа или оплаты);
- 4) социальная направленность.

Все выше перечисленное определяет основную направленность продвижения праздничных услуг, основанную на непосредственном общении с потребителями услуг, так как это предоставляет широкие возможности для установления устойчивых коммуникаций с целевыми группами.

Важным условием является правильный выбор носителей и средств рекламы. С одной стороны, носители рекламы должны быть пригодны для размещения рекламной информации об услуге, а с другой стороны, должен быть установлен контакт с потребителями, который представлял бы интерес для них. Повторные контакты увеличивают известность услуги и улучшают ее восприятие. Оценку выбранного показателя носителя рекламы следует соотносить с затратами на использование того или иного носителя. После выбора носителей и средств рекламы следует разработать рекламное обращение, которое должно соответствовать целям фирмы и маркетинга, аргументировать полезность услуги, раскрыть основные черты рекламируемой услуги.

Таким образом, эффективная рекламная кампания по продвижению услуг включает в себя:

1. Оценку конкурентной позиции предприятия (матрица М. Портера [12]).
2. Сегментирование целевой аудитории.
3. Установление эффективной коммуникации с целевыми группами.
4. Конвертацию продвигаемой неосязаемой услуги в осязаемую с помощью хорошо поданной информации на сайте (фото, видео и т. п.), качественно подготовленных и отпечатанных рекламных материалов с соблюдением фирменного стиля и его идентичности, разного рода сертификатов, дисконтных карт и прочего.
5. Разработку рекламных сообщений для каждого сегмента целевой аудитории.
6. Установление эффективной коммуникации с целевыми группами.
7. Использование «сарафанного радио» (живого свидетельства и субъективного опыта) в качестве отзывов о продвигаемой услуге.

Масштабное развитие всемирной паутины приходится на последнее десятилетие прошлого века, когда одна за одной начали появляться интернет-страницы. Однако реклама на этих площадках долгое время была в зачаточном состоянии. И лишь в течение последних десяти-пятнадцати лет использование Интернета

для продвижения каких-либо товаров и услуг приобрело глобальные масштабы. Все больше и больше людей используют всемирную паутину в своей повседневной жизни, поэтому Интернет можно рассматривать как огромную рекламную площадку для продвижения товаров и услуг.

Можно выделить целый ряд преимуществ размещения рекламы в Интернете – это доступность, интерактивность, высокий охват, рост целевой аудитории и таргетинг, оперативность, возможность проводить рекламные кампании в тестовом режиме и т. п. «Преимущество классической оффлайн рекламной кампании состоит в ее статичности, что позволяет более детально спрогнозировать затраты на ее реализацию, сроки и ход кампании. Рекламные кампании в сети Интернет менее предсказуемы в данном аспекте, так как многие сервисы автономно распоряжаются рекламным бюджетом» [9, с. 36]. Учитывая тенденции в интернет-маркетинге [13], нельзя не отметить и отрицательные стороны сети интернет как рекламоносителя – это возможность блокировки рекламных сообщений (Adblock), платность доступа, негативное отношение пользователя к рекламе и т. п.

По мнению целого ряда исследователей О. Кожушко, И. Чуркина, А. Агеева [3], М. В. Комлева [4], А. Костюка [6], А. Н. Назайкина [8] специфика проведения рекламной кампании в сети интернет определяется относительной дешевизной, то есть возможностью оплачивать только результативные рекламные действия (например, переходы по ссылкам), точностью настройки рекламы (географический, временной, поведенческий таргетинг), наличием широкой базы аналитических инструментов, которые позволяют получать маркетинговые измерения, возможностью в любой момент оперативно поменять рекламную стратегию с минимальными затратами (тестирование рекламы А-В). В статье И. И. Корсун и М. А. Николаевой сравнивается планирование рекламных кампаний он-лайн и оффлайн по следующим параметрам: наличие данных при планировании рекламной кампании, точность определения аудитории, ретаргетинг, метод оплаты, статичность расходов, контроль, стоимость изготовления рекламного сообщения, возможность коррекции рекламного сообщения и оценка эффективности [5, с. 16-17]. Исследователи считают, что при планировании рекламных кампаний в сети следует уделять большое внимание именно целям. Так как от поставленных целей зависят способы оценивания эффективности рекламы.

Итак, при оценке эффективности интернет-рекламы, в первую очередь, необходимо сопоставить цели и задачи, которые стояли перед ней, с достигнутыми результатами, то есть определить коммуникативную и экономическую эффективность. Коммуникативная эффективность определяет коммуникативное воздействие рекламного сообщения на целевую аудиторию: какой сформировался образ товара или фирмы, запоминаемость и узнаваемость рекламы, насколько точно передано рекламное сообщение и т. п. Экономический эффект подразумевает оценку экономической целесообразности произведенных вложений.

KPI – (от англ. Key Performance Indicators) показатели деятельности предприятия, подразделения, продукта, помогающие оценить и управлять процессом достижения стратегических и операционных целей бизнеса. KPI в интернет-маркетинге выбираются исходя из задач компании и её бизнес-модели. К числу наиболее популярных вариантов выбора KPI относятся [4]:

- стоимость привлечения клиента из разных каналов (SEO, контекстная реклама и др.);
- количество заявок, звонков с сайта;
- конверсия посетителей в покупки;
- ROI разных каналов интернет-рекламы;
- показатель лояльности клиентов NPS.

Главным показателем того, насколько эффективно действует тот или способ рекламы в Интернете, является коэффициент CTR.

$$CTR = (\text{кол-во кликов} / \text{кол-во показов}) \times 100$$

Он определяется соотношением показов объявления к числу активных действий, совершенных пользователем. Как правило, такими действиями считается клик по рекламному объявлению с последующим переходом на сайт рекламодателя. Этот коэффициент показывает, какое количество пользователей, которым была показана реклама, заинтересовались объявлением и перешли по ссылке, чтобы узнать подробности. Величина эта существенно отличается в зависимости от типов рекламы, что связано в первую очередь с различными возможностями таргетирования пользователей.

Ежедневный мониторинг показателей KPI очень важен при проведении рекламной кампании в сети Интернет, так как позволяет эффективно влиять на её ход. При правильно поставленных целях, грамотно заполненному брифу, верном выборе онлайн площадок и подготовленным таргетированным рекламным сообщениям, показатели эффективности будут достаточно высокими. Их достаточно просто отслеживать в системах Yandex.ru и Google.com. Кроме того, в сети Интернет представляется возможным оперативно отслеживать ком-

муникативную эффективность (особенно в социальных сетях).

Агентство по организации праздников ООО «Оранжевое Настроение» (Екатеринбург) было основано в 2010 г. и предлагает организацию дня рождения или юбилея, свадьбы, корпоративного мероприятия, тренингов и семинаров. Описание основных сегментов представлено в табл. 1.

Приоритетным направлением развития в 2017 году агентство определило для себя организацию свадебных мероприятий. Характеристика целевых групп этого направления представлена в табл. 2.

Согласно данной характеристике целевых групп агентство «Оранжевое Настроение» формирует пакеты с уникальным торговым предложением, предлагая разрешение трудностей и формируя уникальное рекламное сообщение для каждой из целевых групп.

Исходя из общей стратегии агентства «Оранжевое Настроение» по продвижению направления «организация свадебных мероприятий», были определены следующие цели рекламной кампании в сети Интернет:

- сформировать потребительский спрос на услугу по организации свадебного мероприятия в праздничном агентстве «Оранжевое Настроение»;
- увеличить количество заявок на проведение свадебных мероприятий на 10% по отношению к прошлому году за тот же период.

При помощи профессионального приложения ретаргетинга Cerebro было определено среднеактивное ядро целевой аудитории в группе Вконтакте, то есть тех 10–15 % пользователей от общего количества подписчиков, которые регулярно проводят пользовательскую активность: «лайкают» посты, оставляют комментарии, делают репосты на свои страницы или активно ведут обсуждения. Это женщины 24–30 лет, планирующие свадебное торжество для себя или своих близких, со средним или выше среднего уровнем дохода, активной жизненной позицией, несущие в себе семейные ценности, а также желающие произвести впечатление на окружающих, поэтому выбирают всегда самое лучшее.

Учитывая тот факт, что в основном свадебные мероприятия проводятся летом, был определен сезонный график рекламной кампании: с 1 марта 2017 года по 31 мая 2017 года.

Наиболее оптимальными вариантами рекламы были определены следующие:

- создание посадочной страницы Landing Page [2];
- контекстная реклама;
- реклама в социальных сетях;
- регистрация в тематических каталогах;
- работа с отзывами на специализированных сайтах;
- e-mail-рассылка.

Основным направлением для продвижения является услуга свадебного регистратора, но

Таблица 1
Сегментация целевой аудитории праздничного агентства «Оранжевое Настроение»

Направление	Краткое описание сегмента
1. Организация дня рождения или юбилея	Мужчины и женщины 25–60 лет. Уровень дохода средний, выше среднего. Высшее или средне-специальное образование. Семейные. Любящие производить впечатление. С высокой покупательской способностью
2. Организация свадьбы	Мужчины и женщины 18–50 лет. Уровень дохода средний, выше среднего. Высшее или средне-специальное образование. Готовые к изменению семейного положения. Несущие базовые семейные ценности. Имеющие постоянный стабильный доход
3. Организация корпоративного мероприятия	Малый и средний бизнес в г. Екатеринбурге. Организационная форма: ИП, ООО. С высокой корпоративной культурой. Заботящиеся о своих сотрудниках. Выделяющие от 50 до 350 тыс. на проведение мероприятий
4. Организация тренингов и семинаров	Мужчины и женщины 18–50 лет. Уровень дохода средний, выше среднего. Высшее или средне-специальное образование. Имеющие постоянный стабильный доход. Имеют неудовлетворенности разных формаций. Стремятся к развитию себя. Имеющие опыт семейной жизни или отношений

также были выделены дополняющие направления: «организация свадьбы», «оформление свадьбы». Таким образом, основная идея выразилась в том, чтобы вдохновить девушек и молодых людей, решивших узаконить отношения на организацию выездной регистрации, а также сыграть тематическую свадьбу, с оригинальным сценарием и необычными декорациями.

Подбор площадки для размещения и наиболее подходящих средств онлайн-рекламы (табл. 3).

Формирование бюджета рекламной кампании. Смета рекламной кампании по продвижению направления «организация свадьбы» представлена в табл. 4.

Рекламная кампания окупится за 7-10 проведенных мероприятий в течение летнего периода июнь-август (на основе опыта работы агентства прошлых лет).

Разработан дизайн макета Landing Page. Главное целевое действие определено как – заполнение формы обратной связи в обмен на скидку 7 %. Праздничному агентству «Оранжевое Настроение» было предложено создать тест-группу для определения наиболее подходящего варианта Landing Page.

План продвижения посадочной страницы Landing page для «Оранжевое Настроение» на три месяца

1-й месяц продвижения

- Собираются все необходимые данные для работы. Это обычно: доступы к FTP сайта, его базе данных, желательно доступ к админке хостинга, к административному интерфейсу landing page, доступ к Яндекс.Метрике, Яндекс.Вебмастеру, Google Analytics, Google Webmaster Tools.

- Составление семантического ядра (СЯ) – список всевозможных запросов, по которым потенциальные клиенты могут искать landing page, а текст landing page оптимизируется под СЯ.

- Анализ конкурентов в ТОП-10 (выявление метрик, которые, возможно, влияют на нахождение в ТОП-10). Анализируется плотность ключевых слов, длина текста, размер страниц и еще много мелких параметров.

- Выбор контрольной группы запросов для отслеживания позиций landing page в результатах поиска.

- Подробный технический аудит landing page и техническое задание на оптимизацию всего сайта.

- Внутренняя перелинковка для основных запросов.

Таблица 2

Характеристика целевой аудитории: направление «организация свадьбы»

Сегмент	Направление «организация свадьбы»	
Группа	«Молодожены»	«Родители брачующихся»
Социально-демографический портрет	Мужчины и женщины 18–30 лет Высшее или средне-специальное образование Средний уровень дохода Отсутствует собственное жилье Не состоят в браке	Мужчины и женщины 40–60 лет Высшее или средне-специальное образование Стабильный уровень дохода средний и выше среднего Состоят в браке Имеют детей
Психологические особенности	Новаторы Ощущение себя лидером Желание самовыражения Активная, положительная жизненная позиция Ценности: самореализация, материальное благополучие, удовольствия, семья, дети	Консерваторы Ощущение себя как «я как все» Желание признания Спокойная, утвердительная жизненная позиция Ценности: здоровье, семья и дети, дом и уют, близкие, положение в обществе.
Ключевые потребности, которые стремятся решить (цели)	Планируют организовать весёлую концептуальную свадьбу с выездной регистрацией. Они уже примерно определились со стилем торжества и хотят уложиться в бюджет. Для них важно оформление и фотозона. Предполагаемый бюджет без банкета – 50 тыс.	Сыграть идеальную свадьбу для любимого ребёнка. Бюджет 350 тыс. Не знают, что хотят, но понимают, что это событие должно стать главным событием в их жизни, а также хотят произвести впечатление на близких и друзей.
Трудности	Хотят работать с серьёзной стабильной компанией, которая предложит комплексный подход, но боятся не уложиться в заявленную сумму. Также есть опасения по качеству предоставляемых услуг. Больше доверяют «сарафанному радио»	Хотят всего и много. Боятся перестараться и испортить торжество. Не знают рынка, боятся мошенников.

Таблица 3
Описание средств рекламы
праздничного агентства «Оранжевое Настроение» в сети Интернет

Тип онлайн-рекламы	Площадка размещения	Средства онлайн-рекламы
Целевая посадочная страница	Wix.com (международная облачная платформа для создания и развития интернет-проектов, которая позволяет строить сайты и их мобильные версии на HTML5 с помощью инструментов drag-and-drop)	Стимуляция целевого действия: оформление заявки на услуги; заказать обратный звонок; подписаться на рассылку взамен на скидку
Контекстная реклама	Яндекс Директ (самый большой охват интернет-аудитории в России, более 1 млн. человек)	Объявления будут показаны: на страницах результатов поиска Яндекса по выбранному запросу; на страницах сайтов-участников Рекламной сети Яндекса (это система размещения контекстной (поисковой и тематической) рекламы, а также рекламы, учитывающей интересы пользователей), на страницах сайтов-участников сети; на страницах Каталога Яндекса; на страницах результатов поиска по Справочнику организаций
	Google AdWords (сервис контекстной рекламы, предлагающий «продвинутый» интерфейс и множество инструментов оценки эффективности рекламы, а также возможность продвигать сайт как среди русскоязычной, так и среди англоязычной (мультинациональной) аудитории контекстной рекламы Google)	Доступны следующие варианты показа рекламы: в поиске Google и на других поисковых сайтах; в контекстно-медийной сети Google; выбранной целевой аудитории
Реклама в социальных сетях	Вконтакте (Vk.ru)	Наполнение вовлекающим и интересным контентом официального сообщества vk.com/orange_family; таргетированная реклама; размещение рекламных постов в тематических сообществах;
	Instagram.com	наполнение вовлекающим и интересным контентом аккаунта instagram.com/orange_centre/ «парсинг» подписчиков
Регистрация в тематических каталогах	eburg.gorko.ru, nevesta.info, artist.ru (тематические порталы по предоставлению информации об услугах праздничных агентств в г. Екатеринбург и Свердловской области)	карточка агентства по свадебной тематике; обратная связь через комментарии
Партизанский маркетинг	E1.ru (городской портал, основан в 1996 году, объединяет множество различных популярных сервисов – Новости, Недвижимость, Работа, Авто, Форумы, Объявления, Погода, Почта, Знакомства, Количество уникальных посетителей E1.RU: 10 904 868) Количество просмотров страниц в месяц: 187 543 976 (данные на 1.03.2017)	Активное общение на свадебном форуме http://www.e1.ru/talk/forum/list.php?f=163
Работа с отзывами на специализированных сайтах	ekaterinburg.flamp.ru (это сайт, где люди пишут отзывы о заведениях города и ставят им оценки от 1 (плохо) до 5 (отлично). Из этих оценок складывается рейтинг компаний)	регистрация компании; настройка бесплатного объявления по свадебной тематике; наполнение отзывами; офлайн стимуляция клиентов оставить отзыв
Е-mail-рассылка	sendpulse.com (сервис рассылки маркетинговых рассылок и транзакционных сообщений)	написание «нативной» статьи на тему 10 советов по выбору свадебного регистратора с ссылками внутри текста на посадочную страницу; рассылка по существующей клиентской базе агентства

- Закупка первых вечных ссылок.

2-й месяц продвижения

- Комплексная оптимизация всего landing page по техническому заданию (формирование метатегов, техническая и SEO оптимизация страниц на основе семантического ядра).
- Нарращивание ссылочной массы (регистрация в тематических каталогах, вечные ссылки).
- Работа с социальными сетями (упоминания сайта в соц. сетях, «лайки», «поделиться» и т. п.).
- Настройка веб-аналитики (настройка целей и т. п.) для контроля продвижения.

3-й месяц продвижения

- Корректировка внутренней оптимизации согласно целям и достигнутым результатам.
- Оценка количественных и качественных показателей внешних ссылок, корректировка.
- Анализ конкурентов на факторы, влияющие на успех продвижения, доработка landing page.
- Расширение семантического ядра (список запросов, по которым могут находить сайт).

Промежуточный анализ эффективности всех инструментов рекламной кампании позволяет оперативно реагировать на её ход и вносить своевременные изменения.

После измерения всех KPI можно подсчитать самый важный параметр любой рекламной кампании – ROI (return on investment – возврат инвестиций). Для расчета ROI используются следующие данные: себестоимость услуги; доход – прибыль с продажи услуги; сумма инвестиций – суммарное количество вложений в Интернет-рекламу. Эффективность рекламной кампании будет показывать положительный показатель ROI, стремящийся к 100%.

После запуска рекламной кампании количество обращений в агентство по заявке «организация свадьбы» увеличилось на 13% по отношению к прошлому году. Это на 3% превышает показатель, заявленный в целях нашей кампании.

Таблица 4
Смета рекламной кампании

Статья расходов	Бюджет
Дизайн-макет Landing Page	~ 1500 руб.
Верстка и запуск целевой страницы	~ 7000 руб.
Мероприятия по размещению контекстной рекламы	~ 15000 руб.
Составление контент-плана для сообщества Вконтакте	~ 1000 руб.
Составление контент-плана для аккаунта в Instagram	~ 1000 руб.
Настройка таргетированной рекламы во Вконтакте	~ 1000 руб.
Размещение рекламных постов в тематических сообществах	~ 4500 руб.
Регистрация в тематических каталогах	0 руб.
Активное присутствие на форуме E1.ru	0 руб.
Работа с Flamp.ru	~ 500 руб.
E-mail-рассылка	~ 3000 руб.
ИТОГО	~ 45 000 руб.

В дальнейшем в процессе продвижения праздничного агентства возможно использовать технологии вирусного маркетинга для того, чтобы поддерживать эффект рекламной кампании. Например, по мнению А. В. Крупской и А. Е. Авдюковой вирусный продукт воспринимается как развлечение или досуг при наличии необходимых фиксаторов внимания [7]. В нашем случае вирусная реклама позволит на новом качественном уровне организовать работу в социальных сетях.

Таким образом, использование сети Интернет как основной площадки для проведения рекламной кампании представляет возможным праздничным агентствам визуализировать с помощью медийных инструментов все качества предоставляемых услуг, таргетировано донести их до целевых сегментов, выстроить эффективную коммуникацию с целевыми группами и получить положительный коэффициент CTR, конверсии и ROI.

Библиографический список

1. Инстаграмма.рф. Пособие по социальной сети от производителей. [Электронный ресурс] // Сайт «Инстаграмма»: www.инстаграмма.рф. – Режим доступа: <http://xn--80aaakx1ad0agk.xn--p1ai/> (дата обращения: 16.04.2017).
2. Киндзябулатов, Р. Что такое лендинг [Электронный ресурс] / Р. Киндзябулатов // Хабрахабр. – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/company/trinion/blog/273917/> (дата обращения: 21.04.2016).
3. Кожушко, О. Интернет маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования [Текст] : учеб. пособие / О. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев ; Новосиб. гос. ун-т ; компания «Интелсиб». – Новосибирск : РИЦ НГУ, 2015 – 327 с.

4. Комлев, М. В. Словарь интернет-маркетинга Web2win [Электронный ресурс] / М. В. Комлев. – Режим доступа: <http://www.web2win.ru/slovar/kr1> (дата обращения: 12.03.2017).
5. Корсун, И. И. Рекламная кампания по продвижению интернет-магазина: практический аспект [Текст] / И. И. Корсун, М. А. Николаева // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2017. – № 1. – С. 14–25.
6. Костюк, А. Реклама в интернете – как добиться максимальной отдачи [Электронный ресурс] / А. Костюк // Сайт компании «Seotm». – Режим доступа: https://www.seotm.com/blog/Reklama_v_internete_-_kak_dobitsya_maksimalnoy_otdachi.html (дата обращения: 01.05.2017).
7. Крупская, А. В. Разработка вирусного продукта для привлечения внимания к услугам магазина детских товаров [Текст] / А. В. Крупская, А. Е. Авдюкова // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2017. – № 2. – С. 24–28.
8. Назайкин, А. Н. Как оценить эффективность рекламы [Текст] : практ. пособ. / А. Н. Назайкин. – М. : Солон-Пресс, 2014. – 303 с.
9. Николаева, М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг [Текст] : учебное пособие / М. А. Николаева. – Екатеринбург, 2017. – 166 с.
10. Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг [Текст] / Е. В. Песоцкая. – СПб. : Питер, 2000. – 160 с.
11. Подсокорский, Н. А. 20 советов для успешного развития сообщества в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] / Н. А. Подсокорский // Сайт компании «Greensmm». – Режим доступа: <http://blog.greensmm.ru/?p=588> (дата обращения: 17.04.2017).
12. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов [Текст] / М. Портер. – М. : Альпина Паблишер, 2011. – 484 с.
13. Радченкова, Н. Тенденции 2017 года в интернет-маркетинге [Электронный ресурс] / Н. Радченкова // Сайт Alfa-content. – Режим доступа: <http://alfa-content.ru/blog/tendencii-2017-goda-v-kontent-marketinge/> (дата обращения: 22.03.2017).
14. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/4f41fe599ce341751e4e34dc50a4b676674c1416 (дата обращения: 15.11.2018).
15. Шумович, А. В. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий [Текст] / А. В. Шумович, А. Берлов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 320 с.

Статью рекомендует А. Е. Авдюкова, кандидат педагогических наук, доцент

Митькина М. А.
Екатеринбург

РИСКИ АДАПТАЦИИ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматривается необходимость процесса адаптации новых сотрудников в организации. Раскрываются такие определения как «риск», «адаптация», «социально-психологическая адаптация». Выделяются основные этапы и виды адаптации, формы подготовки и проведения адаптационных процедур.

Ключевые слова: риск-фактор; адаптация персонала; социально-психологическая адаптация; этапы адаптации; виды адаптации; формы работы; адаптационные процедуры; наставничество; коучинг.

Mitkina M.A.
Ekaterinburg

RISKS OF ADAPTATION OF EMPLOYEES TO PROFESSIONAL ACTIVITY

Abstract. The article considers the necessity of adaptation of new employees in the organization. It defines such concepts as “risk”, “adaptation” and “social and psychological adaptation”. The main stages and types of adaptation, as well as forms of development and implementation of adaptation procedures are singled out.

Keywords: risk factor; personnel adaptation; social and psychological adaptation; stages of adaptation; types of adaptation; forms of work; adaptation procedures; mentoring; coaching.

В современном мире руководители и сотрудники кадровых служб многих предприятий не полностью осознают особую значимость периода адаптации к профессиональной деятельности сотрудников. Организации даже не применяют базовые адаптационные программы для сотрудников. Следовательно, проблема адаптации работников организации является актуальной, и становится целесообразно изучать такие компоненты данной проблемы, как адаптационные процессы работников, а также разрабатывать специальные программы и методические рекомендации по адаптации к профессиональной деятельности, учитывающие все современные требования и положительный опыт исследований по данному вопросу [3].

Период адаптации является важнейшим этапом в новой трудовой деятельности молодого специалиста. Каждая компания решает самостоятельно, следует ли адаптировать нового

сотрудника. Многие руководители не думают об этом периоде трудовой жизни персонала. Однако, по некоторым данным, до восьмидесяти процентов новых сотрудников, которые увольняются по собственной инициативе, принимают это решение в первый день работы, а остальные – в первую неделю. И неважно, как долго работал сотрудник после этого. Главное, что решение было принято, и работа считалась для него временной [1].

В связи с этим, сотрудник, который параллельно с работой занят поиском нового рабочего места, представляет собой значительный фактор риска: управленческий, финансовый, социальный и т. д. Адаптация персонала в организации выступает необходимой частью кадрового менеджмента. Хорошо запрограммированный, продуманный и организованный проект по адаптации персонала является гарантом получения отдачи и проявления инициативы, закрепления работника в организации [6].

Зачастую адаптацию сотрудников путают с испытательным сроком. Принципиальное отличие адаптации от испытательного срока в том, что испытательный срок направлен только на профессионализацию работника, тогда как адаптация в большей степени направлена на социализацию [4].

По мнению американских исследователей, необходимое время для полной адаптации сотрудника младшего звена составляет 8 недель, 20 недель – для работников среднего звена и более 26 недель – для руководителей [7].

Проблемами адаптации персонала в организациях занимались такие ученые, как Т. Ю. Базаров, В. Р. Веснин, В. А. Дятлов, А. Я. Кибанов, Е. В. Маслов, М. Х. Мескон, Ю. Г. Одегов, В. В. Травин, Ф. Хедоури и другие.

Риск – ситуация неопределенности, скрывающая амбивалентные сценарии, как положительные, так и отрицательные; риски мы обозначаем в будущем времени, как вероятные события. Риск – это осознание возникновения возможной проблемы, её опережающая рефлексия [2, с. 17].

Адаптация представляет собой приспособление организма, индивидуума, коллектива к изменяющимся условиям среды или к своим внутренним изменениям, что впоследствии приводит к повышению результативности их существования и функционирования [8].

Социально-психологическая адаптация – это взаимодействие личности и социальной среды, что приводит к оптимальному соотношению целей и ценностей личности и группы. Он предполагает активную позицию индивидуума, осознание его социального статуса и связанного с ним ролевого поведения как формы реализации индивидуальных возможностей человека в процессе решения общих групповых задач.

Также социально-психологическая адаптация персонала – это процесс включения специалиста в новую рабочую среду. Основные моменты здесь: приобретение и консолидация интереса к работе, накопление опыта работы, установление деловых и личных контактов с коллегами, включение в общественную деятельность, повышение интереса не только к личным достижениям, но и к достижениям организации. Новые сотрудники должны понимать свою роль в служебной иерархии, понимать ценности компании и необходимые навыки поведения [5].

Помимо социально-психологической различают следующие виды адаптации сотрудников [9]:

1. Психофизиологическая – приспособление работника к условиям и режимам труда.

2. Социально-организационная – приспособление к среде, включающее административно-правовые, социально-экономические, управленческие рекреационно-творческие аспекты.

3. Психологическая – отражение направленности личности на снятие эмоциональной напряженности, возникающей вследствие отсутствия необходимого опыта выполнения требуемых функций и задач.

Выделяют следующие виды адаптации:

- первичную – происходит при первоначальном вхождении молодого специалиста в трудовую деятельность;

- вторичную – переход специалиста на новое рабочее место (со сменой или без смены профессии), а также при существенном изменении производственной среды (технические, экономические, социальные элементы среды могут меняться).

По характеру включения сотрудника в изменившуюся рабочую среду адаптация может быть: добровольной и вынужденной (в основном по инициативе администрации) [11].

Многие руководители забывают, что адаптация – это не однодневный процесс, а длительный и многоэтапный. Давайте рассмотрим этапы процесса адаптации [10].

Этап 1. Необходимо оценить уровень готовности нового сотрудника, что поможет разработать эффективную программу адаптации. Оказавшись в новой организации, работник даже со специальным образованием и подготовкой столкнется с неизвестной инфраструктурой организации, с новыми людьми и технологиями.

Этап 2. Проведите ориентацию на месте. На этом этапе задействованы непосредственный руководитель и служба управления персоналом. Таким образом, новый сотрудник знакомится со своими обязанностями и требованиями, предъявляемыми к нему.

Этап 3. Непосредственная адаптация. Новый сотрудник уже начинает адаптироваться к своему статусу и участвует в межличностных отношениях с коллегами. Это один из самых важных этапов адаптации, от того насколько он успешно пройдет, будет зависеть останется ли сотрудник в организации. На этом этапе необходимо оказывать психологическую поддержку работнику, что выражается в регулярных беседах и оценке его работы.

Этап 4. Полное включение в работу. Этап завершает процесс адаптации, и сотрудник переходит на стабильную работу на своем рабочем месте. Если процесс адаптации в организации хорошо регулируется, то адаптации-

онный период и затраты на него существенно сокращаются и приносят значительные выгоды как организации, так и работнику.

В процессе адаптации новый сотрудник плавно внедряется в рабочую деятельность, поэтому в период адаптации необходимо исключать ситуации, которые могут неблагоприятно повлиять на вход сотрудника в коллектив, непредвиденные трудности, связанные с перегрузками, отсутствием информации и т. д. [6].

В период адаптации необходимо принимать меры, чтобы избежать ряда факторов, ведущих к психологической дезадаптации сотрудника и возникновению ситуаций риска:

- недоумение – все положительные суждения, связанные с предприятием, рушатся;
- испуг – неизвестно, что делать и как себя вести;
- обескураживание – ощущение, что нет необходимости проявлять себя;
- негодование – появляется тенденция возмущаться по пустякам;
- псевдо-ответственность – вся власть руководства утрачена;
- нарушение режима работы – предпринимается любое нарушение графика;
- пассивное принятие – подчинение любому распоряжению;
- требование – стремление присоединиться к коллективным протестам;
- лень – безразличие и апатия становятся повседневными;
- отсутствие диалога с руководителем – проблемы становятся неразрешимыми;
- отсутствие коллективной цели – в результате работник не чувствует, что его работа достаточно мотивирована;
- отсутствие доверия к себе, которое работник видит в действиях руководства;
- отсутствие участия – сотрудник всё меньше проявляет участие в жизни коллектива;
- отсутствие цели – сотрудник понимает, что предприятие не предоставляет ему никаких возможностей для развития [12].

На сегодняшний день основными формами подготовки и проведения адаптационных процедур является разработка и использование адаптационных тренингов типа «Welcome-тренинг», наставничество и коучинг [3].

Welcome-тренинг – это внутренняя процедура обучения в компании, направленная на адаптацию новых сотрудников. Приветственное обучение – это, прежде всего, семинар, главная задача которого – оперативно помочь

сотруднику адаптироваться к новой компании, познакомиться с другими новыми сотрудниками и уменьшить первоначальные опасения и напряженность сотрудников перед работой в новой компании, познакомить новичков с корпоративной культурой, правилами и ценностями компании.

36 % организаций, которые организуют мероприятия по адаптации новых сотрудников, используют наставничество. В основном процесс адаптации по схеме: наставник (самый старший или авторитетный сотрудник) натаскивает новичка способом «делай как я» [14].

Суть коучинга – профессиональная поддержка и энтузиазм, совместная работа для достижения цели. Коучинг поддерживает личный и профессиональный рост и позволяет достичь высоких результатов, связанных с успехом человека. Это индивидуальная подготовка с целью развития определенных компетенций или изменения установок.

Важность процесса адаптации в последние годы возросла из-за того, что на рынке труда наблюдается нехватка персонала, снижение лояльности сотрудников. Все это в комплексе заставляет руководителей организаций постоянно искать новые способы удержания персонала. В то же время адаптация обычно остается в тени, хотя она способна удерживать персонал. Многие организации прилагают большие усилия для поиска и отбора кандидатов, но большинство новичков проигрывают из-за отсутствия качественной адаптации, и процесс начинается снова [13].

Успешность адаптации к профессиональной деятельности у сотрудника может зависеть от некоторых факторов:

- уровня специальной подготовки к профессиональной деятельности;
- благоприятного микроклимата и взаимоотношений в коллективе;
- уважительного отношения руководства;
- интереса к выбранной профессиональной деятельности [15].

Таким образом, адаптация сотрудников на рабочем месте является необходимой частью управления персоналом и требует значительных организационных усилий, поэтому разумно создавать независимые структурные подразделения, которые ускоряют этот процесс и уменьшают негативные аспекты. Если руководство компании не в состоянии справиться с проблемой самостоятельно, лучше обратиться к профессиональным тренерам на начальном этапе.

Библиографический список

1. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом [Текст] : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Т. Ю. Базаров. – М. : Издательский центр «Академия», 2010. – 224 с.
2. Беляева, М. А. Риск как предмет научного анализа в педагогике и образовании [Текст] / М. А. Беляева // Педагогическое образование в России. – 2014. – № 11. – С. 16–22.
3. Березин, Ф. Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека [Текст] / Ф. Б. Березин. – М., 2008.
4. Бодров, В. А. Диагностика и прогнозирование профессиональной мотивации в процессе психологического отбора [Текст] / В. А. Бодров // Психологический журнал. – 2013. – № 1.
5. Веснин, В. Р. Практический менеджмент персонала [Текст] : пособие по кадровой работе / В. Р. Веснин. – М. : Юрист, 2001. – 496 с.
6. Жданов, И. А. Адаптация и прогнозирование деятельности [Текст] / И. А. Жданов. – М., 2011.
7. Казначеева, С. Н. Проблемы адаптации персонала в кадровом менеджменте [Текст] / С. Н. Казначеева, Р. В. Репина // Науковедение. – 2015. – Т. 7. – № 5. – С. 1–13.
8. Климов, Е. А. Психология профессионала [Текст] / Е. А. Климов. – М., 2016.
9. Котлова, А. С. Адаптация персонала на предприятии в современных условиях [Текст] / А. С. Котлова, О. А. Попова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2014. – № 6.
10. Матулене, Г. О социальной адаптации к деятельности [Текст] / Г. Матулене // Психологический журнал. – 2012. – № 5.
11. Ростунов, А. Т. Формирование профессиональной пригодности [Текст] / А. Т. Ростунов. – М., 2014.
12. Семенова, Ю. Г. Адаптация персонала на предприятии [Текст] / Ю. Г. Семенова // Кадры. – 2016. – № 11.
13. Тюлькина, Ю. С. Сущность и принципы адаптации персонала [Текст] / Ю. С. Тюлькина // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2008. – № 1. – С. 109–113.
14. Шадриков, В. Д. Способности и деятельность [Текст] / В. Д. Шадриков. – М., 2007.
15. Шекшня, С. В. Управление персоналом современной организации [Текст] / С. В. Шекшня. – М., 2012.

Статью рекомендует Н. В. Шрамко, кандидат педагогических наук, доцент

Грибан И. В., Чикулаева С. Е.
Екатеринбург

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НЕПРИЗНАННЫХ ГОСУДАРСТВ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Аннотация. Проблема возникновения и развития политических образований, которые формально имеют признаки государственности, но не являются признанными субъектами международных отношений, в последние десятилетия стала одной из основных для специалистов-международников. В статье рассмотрены ключевые подходы отечественных и зарубежных исследователей к определению термина «непризнанное государство», проанализированы проблемы и перспективы развития непризнанных государств в современном мире.

Ключевые слова: постбиполярная система; международные отношения; политическая конфликтология; непризнанные государства, право наций; государственное самоопределение; международные противоречия, акторы международных отношений.

Griban I.V., Chikulaeva S.E.
Ekaterinburg

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF UNRECOGNIZED STATES IN THE MODERN WORLD

Abstract. The problem of the emergence and development of political entities that have signs of statehood, but are not recognized as subjects of international relations, has become one of the main issues for international experts in recent decades. The article considers the key approaches of domestic and foreign researchers to the definition of the term «unrecognized state»; it analyzes the problems and prospects for the development of unrecognized states in the modern world.

Keywords: post-bipolar system; international relations; political conflict resolution study; unrecognized states; the right of nations; national self-determination; international contradictions; international relations actors.

Одной из основных существующих проблем современной системы международных отношений является наличие непризнанных государств. Непризнанные государства – это общее название группы территориальных образований, которые, несмотря на имеющиеся у них признаки государственности, не могут выступать в качестве субъекта международных отношений, поскольку не имеют полного международного дипломатического признания. На сегодняшний день насчитывается около 120 таких образований, не признанных мировым сообществом, на территории почти 60 стран [12]. Наличие данных территорий является дестабилизирующим фактором развития международных отношений и угрозой международной безопасности.

Пик появления современных непризнанных государств приходится на время распада СССР, который ознаменовался возникновением на рубежах бывшей сверхдержавы геополитической нестабильности и обострением старых территориальных споров и этнических противоречий. В настоящее время Российская Федерация глубоко вовлечена в конфликты, связанные с непризнанными республиками на территории бывшего СССР: Абхазия, Южная Осетия, Нагорный Карабах, Приднестровская Молдавская Республика, а также провозглашенные в 2014 г. Луганская Народная Республика и Донецкая Народная Республика [3; 9].

Место и роль непризнанных государств в современной системе международных отношений весьма противоречивы. С одной стороны, большинство из них воспринимаются как по-

пытка наций реализовать своё право на самоопределение, право «жить на своей земле» и разговаривать на родном языке. С другой – нельзя не признавать и того факта, что феномен «непризнанных государств», возникающих в результате системного кризиса, играет роль дестабилизирующего, конфликтообразующего фактора современного мирового развития [5, с. 36].

Основываясь на публикациях современных исследователей, попытаемся конкретизировать сущность политико-правового феномена «непризнанных государств». По мнению российского исследователя Г. М. Вельяминова, в самом определении «непризнанные, самопровозглашенные государства» «звучат нотки несправедливости, высокомерного презрения со стороны международных организаций либо могущественных государств к несанкционированному политическому явлению, но одновременно просматривается стремление к ясно выраженному и свободному волеизъявлению целого народа, желающего жить в собственном независимом государстве» [4]. При этом следует подчеркнуть, что относительно большинства непризнанных государственных образований, представленных в современном геополитическом пространстве, речь идет о государствах, существующих и успешно функционирующих уже на протяжении десятилетий. Тем не менее, самая главная проблема непризнанных государств связана с получением ими полного международного дипломатического признания.

Международным дипломатическим признанием государства принято называть правовое или юридическое признание данного образования мировыми державами, посредством которого «юридически признаётся возникновение нового субъекта международного права с целью установления с ним дипломатических либо иных отношений» [11, с. 205]. Необходимо отметить, что в настоящее время мировое сообщество не выработало единого и общепринятого механизма международно-правового признания. С точки зрения международного публичного права и согласно критериям, прописанным в конвенции Монтевидео о правах и обязанностях государства, подписанной в 1933 г. на VII Панамериканской конференции, для рассмотрения вопроса о признании территориального образования суверенным государством оно должно обладать четырьмя составляющими:

1. Постоянное население.
2. Определенная территория.
3. Правительство.
4. Способность к вступлению в отношения с другими государствами [15].

В практике современных международных отношений существует как полное признание государства, так и неполное (частичное), а также юридическое и фактическое признание государства. Что касается частично признанных государств, то, как отмечает российский политолог С. М. Маркедонов, это «государства, не признанные ООН, но признанные государствами-членами ООН» [10]. Тем самым их деятельность ограничена правовым полем признающих их государств. Юридическое признание, в отличие от фактического, носит необратимый характер. Признав государство суверенным, никто не вправе отменить или изменить данное решение.

Что касается фактического признания, то это форма, при которой государства признают территориальное образование в качестве субъекта международного права, однако в таком случае не могут быть установлены дипломатические отношения, хотя и возможно заключение двухсторонних договоров (торговых, образовательных, финансовых и т. д.). Поскольку признание *de facto* является временным, оно может быть взято обратно в случае, если отсутствующие условия, требуемые для признания, не будут реализованы. Взятие признания обратно имеет место при признании *de jure* правительства-соперника, которому удалось завоевать прочное положение, или при признании суверенитета государства, аннексировавшего другое государство. Так, например, Великобритания в 1938 г. взяла обратно признание Эфиопии (Абиссинии) в качестве независимого государства в связи с тем, что *de jure* признала аннексию этой страны Италией [11].

Необходимо отметить, что понятие «непризнанное государство» в современной теории международных отношений весьма условно, так как к данной категории государственных образований обычно относят и частично признанные государства. Поэтому по критерию признания суверенитета можно выделить собственно:

- непризнанные государства (например, Абхазия, Приднестровье);
- частично признанные государства (например, Тайвань) [2].

Среди современных исследователей нет единства в вопросе о классификации непризнанных государств. Они могут быть классифицированы по разным основаниям. В данной работе мы рассмотрим типологию по такому критерию, как контроль над своей территорией, который многие ученые считают основополагающим.

Согласно данному показателю, непризнанные государства можно разделить на 4 типа:

1. Непризнанные государства с полным контролем своей территории (Приднестровье, Северный Кипр).

2. Непризнанные государства, контролирующие свою территорию частично (Тамил Илам, Нагорный Карабах).

3. Образования под протекторатом международного сообщества (Косово, которое юридически является частью Сербии, но фактически управляется администрацией ООН с 1999 г. на основании резолюции 1244 Совета Безопасности ООН).

4. Квазигосударства (не получившие право на самоопределение этносы), контролируемые анклавные компактного расселения своей этнической группы (Курдистан, расположенный на территории Турции, Ирана, Ирака, Сирии) [12].

Анализ современных исследований позволяет обобщить наиболее актуальные проблемы, с которыми сталкиваются непризнанные государства в современном мире.

Первую группу составляют проблемы нормативно-правового характера. Прежде всего, необходимо отметить наличие противоречия в международном праве, которое во многом и обуславливает появление непризнанных государств, и, в то же время, создает предпосылки для разного отношения международного сообщества к судьбе тех или иных образований. Это противоречие между одним из ключевых международных принципов – правом народов на самоопределение с одной стороны, и принципом целостности государства, нерушимости его границ, – с другой.

Во-вторых, непризнанные государства могут существовать в таком статусе многие десятилетия (как, например, Приднестровская Молдавская Республика – в течение почти 28 лет). При этом они не являются полноценными субъектами международных отношений. Для обретения полной международной правосубъектности необходимо присоединение государства к Уставу ООН (вступление в ООН). Для этого новому государству необходима политическая поддержка более половины государств-членов, в том числе пяти постоянных членов Совета Безопасности ООН, обладающих правом вето (Великобритания, Китай, Россия, США и Франция), и восьми государств-членов Совета Безопасности ООН [6]. Проблема заключается в том, что поддержка тех или иных государств обусловлена национальными интересами и совершенно не регламентируется официально. Как показывает практика, если государству не выгодна самостоятельность того или иного субъекта, то до момента наступления выгодного

положения оно будет голосовать против признания.

С точки зрения геополитической состоятельности данного типа государств в полной мере зависит от государств-союзников, от тех, кто поддержал инициативу, и (или) фактически или юридически признал их полноправным субъектом международных отношений. Это обусловлено тем, что непризнанные государства – в основном небольшие образования со слабой экономикой и небольшим запасом ресурсов, что делает невозможным их долгое существование без поддержки извне. Вместе с тем, необходимо отметить, что непризнанные государства нередко выступают самостоятельными политическими игроками и оказывают влияние на процессы, происходящие в регионе. Любое непризнанное государство остается потенциальным источником межгосударственного конфликта.

Осложняют существование непризнанных государств противоречия, возникающие между самопровозглашенным образованием и страной, от которой оно отделяется. Примером может служить Грузия, которая, несмотря на фактическую самостоятельность Абхазии и Южной Осетии, продолжает считать эти территории частью своего, «независимого, единого и неделимого государства» [7].

Вторая группа проблем для непризнанных государств носит экономический характер. Зачастую непризнанные государства возникают вследствие этнополитического конфликта, и одной из первых задач такого образования становится восстановление разрушенной инфраструктуры и хозяйственных связей, и этот процесс в условиях фактической изоляции от внешнего мира продвигается очень медленно и затруднительно.

В социальном плане население непризнанных государств также сталкивается с рядом проблем – например, связанных с недействительностью и неприятием их паспортов в других государствах [14]. Как правило, отделившиеся государства – это небольшие по территории и численности населения государства, с разнообразным этническим составом, что также приводит к разногласиям и противоречиям. Так, например, А. Г. Большаков приводит следующие сведения: «Приднестровье контролирует территорию 4163 кв. км с населением 250 тыс. человек. В Нагорном Карабахе проживает около 147 тыс. человек, которым удаётся удерживать территорию 11 тыс. кв. км с учётом шести оккупированных районов Азербайджана. Южная Осетия располагает территорией в 3900 кв. км с населением 70 тыс. человек. Это наименьшее из непризнанных государств.

Абхазия занимает территорию в 8600 кв. км с населением 250 тыс. человек. При этом следует отметить, что в Абхазии из 250 тыс. населения 200 тысяч являются российскими гражданами, в Южной Осетии из 70 тыс. – 50 тыс., а в Приднестровье из 250 тыс. 100 тыс. тоже российские граждане» [2].

Таким образом, появление и существование непризнанных государств на мировой арене сопряжено с большим количеством проблем в разных сферах. Международно-правовое противоречие между правом наций на самоопределение и принципом территориальной целостности государств, которое на данный момент не разрешено, делает возможным постоянное появление все новых непризнанных образований. Если в условиях современного политического пространства невозможно определить, какой из этих принципов приоритетнее данное противоречие неизбежно, то необходимо искать пути решения данной проблемы в другом направлении. Стоит отметить, что на данный момент состояние ряда непризнанных государств не является бесперспективным: существуют государства, которые по своей организации превзошли те страны, от которых они отделились.

Исследователи выделяют несколько возможных вариантов развития непризнанных государств. Рассмотрим их подробнее.

Вариант 1. Силовое (военное) решение вопроса. Например, в 1976 г. на Шри-Ланке в северных и восточных областях острова было провозглашено государство Тамил-Илам, никем не признанное, но оказавшееся в состоянии противостоять не только ланкийской армии, но и индийскому экспедиционному корпусу. Правительству Шри-Ланки с огромным трудом удалось разгромить Тамил-Илам в 2009 г. В декабре 1991 г. была провозглашена Республика Сербская Краина (РСК), которая была разгромлена хорватской армией в 1995 г. Наиболее актуальным для России примером является Чеченская республика Ичкерия на Северном Кавказе.

Вариант 2. Частичное признание. Частично признанными государствами на сегодняшний день являются, например, такие государственные образования как Абхазия, Косово, Сахарская Арабская Демократическая Республика (САДР), Южная Осетия и др. Эти государства получили признание не со стороны ООН, а со стороны отдельных членов этой организации.

Вариант 3. Международное признание после долгого периода существования в статусе непризнанного государства.

Эритрея, Восточный Тимор и Южный Судан – все эти государства победили в длительных войнах за независимость и вынудили правительства Эфиопии, Индонезии и Судана признать свою независимость. При этом эритрейцам для достижения поставленной цели пришлось не только воевать с 1961 г., но и свергнуть в 1991 г. правящий в Эфиопии режим и привести к власти своих политических союзников. Главную роль в международном признании данных государств сыграл баланс сил противоборствующих сторон и благоприятная для бывших непризнанных государств ситуация на международной арене.

Вариант 4. Наконец, последняя группа непризнанных государств, так сказать «сто процентно непризнанных», которые не получили официального признания ни одного государства. Такие государства продолжают существовать в Азии и Африке, причем, только на территории бывшей Сомалийской Республики их теперь около десятка. Пока нет никаких признаков, что уровень развития этих государств окажет значительное влияние в плане их будущего юридического признания со стороны международного сообщества. Непризнанный Сомалиленд (когда-то бывшая колония Британское Сомали) во всех отношениях куда более успешен и состоятелен по сравнению с находящейся в состоянии распада и анархии, но упорно признаваемой мировым сообществом Республикой Сомали. С формально непризнанным Сомалилендом установили дипломатические отношения Великобритания, Бельгия, Гана, ЮАР, Швеция, Джибути, в столице Сомалиленда Харгейсе действует эфиопское посольство, через местные порты идет поток транзитных грузов из Эфиопии и обратно и т. д. [8].

Таким образом, ключевой проблемой всех непризнанных государств в современной системе международных отношений является международно-правовое противоречие между правом наций на самоопределение и принципом территориальной целостности государств. Перспектива признания или непризнания самопровозглашенных государств во многом зависит от военно-политического потенциала тех стран, которые поддерживают стороны конфликта, а также от позиции ведущих мировых держав.

Библиографический список

1. Большаков, А. Г. Непризнанные государства европейской периферии и пограничья [Текст] / А. Г. Большаков // Международные процессы. – 2007. – № 15. – С. 83–88.

2. Большаков, А. Г. Непризнанные государства постсоветского пространства [Электронный ресурс] / А. Г. Большаков // Политэкс. – Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/413> (дата обращения: 01.05.2018).
3. Большаков, А. Г. Непризнанные государственные образования постсоветского пространства: казус Нагорного Карабаха [Текст] / А. Г. Большаков // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2007. – № 149 (3). – С. 129–145.
4. Вельяминов, Г. М. Признание «непризнанных» и международное право [Электронный ресурс] / Г. М. Вельяминов // Россия в глобальной политике. – 2007. – № 1. – Режим доступа: http://www.globalaffairs.ru/number/n_8146 (дата обращения: 01.05.2018).
5. Грибан, И. В. Конфликты в международных отношениях: современные аспекты изучения [Текст] / И. В. Грибан, Н. А. Кабыхно // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2017. – № 2. – С. 34–38.
6. Гукасян, А. Непризнанные государства: международное право и статус [Электронный ресурс] / А. Гукасян. – Режим доступа: <http://theanalyticon.com/?p=1514&lang=ru> (дата обращения: 01.05.2018).
7. Конституция Республики Грузия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://legalns.com/компетентные-юристы/правовая-библиотека/> (дата обращения: 01.05.2018).
8. Крылов, А. Б. Непризнанные государства: важна «внутренняя легитимность» [Электронный ресурс] / А. Б. Крылов. – Режим доступа: <http://www.kavkazoved.info/news/2012/04/05/nepriznannye-gosudarstva-vazhna-vnutrennjaja-legitimnost.html> (дата обращения: 01.05.2018).
9. Маркедонов, С. М. Де-факто государства постсоветского пространства: выборы и демократизация [Электронный ресурс] / С. М. Маркедонов // Вестник Евразии. – 2008. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/de-fakto-gosudarstva-postsovetskogo-prostranstva-vybory-i-demokratizatsiya> (дата обращения: 01.05.2018).
10. Маркедонов, С. М. Признание – не догма. Пополнят ли ДНР и ЛНР ряды самопровозглашенных образований [Электронный ресурс] / С. М. Маркедонов // Россия в глобальной политике. – 2014. – № 5. – Режим доступа: <http://www.globalaffairs.ru/number/Priznanie--ne-dogma-17112> (дата обращения: 01.05.2018).
11. Международное публичное право [Текст] : учеб. / Л. П. Ануфриева, К. А. Бекашев, Е. Г. Моисеев, В. В. Устинов [и др.]. – М. : Проспект, 2009. – 1008 с.
12. Непризнанные государства [Электронный ресурс] // Геополитика. – Режим доступа: <http://www.geopolitics.ru/category/non-format/unrecognized-states/> (дата обращения: 01.05.2018).
13. Осипова, С. А. Непризнанные государства как политико-правовой феномен: теоретико-методологический аспект [Текст] / С. А. Осипова // Вісник СевНТУ: зб. наук. пр. Вип. 123/2011. Сер. : Політологія. – Севастополь, 2011. – С. 124–127.
14. Паспорта непризнанных. Чьи документы не страшно предъявить в России? [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. – 2017. – Режим доступа: http://www.aif.ru/politics/world/pasporta_nepriznannyh_chi_dokumenty_ne_strashno_predyavit_v_rossii (дата обращения: 01.05.2018).
15. Convention on Rights and Duties of States [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.oas.org/juridico/english/signs/a-40.html> (access date: 01.05.2018).

Статью рекомендует И. А. Попп, кандидат исторических наук, доцент

ОБЩАТЬСЯ – ЭТО ПРОСТО!

В рубрике «Проекты» продолжаем публиковать результаты проектной деятельности школьников, студентов, преподавателей. Дорогой читатель! Приглашаем и вас поделиться с широкой ответственностью своими уникальными разработками и технологиями.

А далее мы предлагаем вашему вниманию социальный проект «Общаться – это просто!», реализованный студентами очного отделения направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» Уральского государственного педагогического университета – Виталием Лубниным и Валерией Меденко. Проект был реализован в 2016 г. на базе МАОУ школы № 114, Екатеринбург.

На сегодняшний день существует проблема воспитания культуры общения в образовательных учреждениях среди учеников начальной школы. Воспитание культуры общения всегда являлась одной из важнейших задач современной школы. Особенно сейчас, когда все чаще можно встретить жестокость и насилие, когда население переживает духовный кризис.

Современный этап развития общества выдвигает новые задачи воспитания детей школьного возраста. Большое значение придается проблеме воспитания культуры общения детей, в решении которой ведущую роль играет формирование коммуникативных функций речи, как центральное звено развития ребенка.

Речь выполняет многообразные функции в жизни ребенка. Основной и первоначальной является коммуникативная функция – назначение речи быть средством общения. Целью общения может быть поддержание социальных контактов, обмен информацией. Все эти аспекты коммуникативной функции речи представлены в поведении школьника и активно им осваиваются. Именно формирование функций речи побуждает ребенка к овладению языком, его фонетикой, лексикой, грамматическим строем. Если человек в первую очередь умеет слушать своего собеседника в процессе общения, при этом грамотно излагает свои мысли на хорошем уровне языка, без сленга и просторечья, мы можем сказать про такого человека, что он в полной мере владеет культурой общения.

Так как одной из важных частей культуры общения является речь, поэтому и воспитывать культуру общения школьников необходимо именно через формирование коммуникативных функций речи. Стремление найти пути

разрешения указанного противоречия определило проблему исследования – выявление наиболее эффективных приемов воспитания культуры общения дошкольников. Актуальность и практическая значимость обусловила выбор темы: «Общаться – это просто».

Целевая группа проекта – дети начальных классов МАОУ школы № 114, Екатеринбург.

Миссия проекта – «Играем, общаясь и развиваясь!».

Цель проекта: Выявление наиболее эффективных методов воспитания культуры общения у детей начальных классов посредством проведения серии мастер-классов.

Задачи:

1. Рассмотреть понятие и специфику общения у детей младших классов.
2. Разработать перспективный план работы «Общаться – это просто».
3. Проверить эффективность использования методов воспитания культуры общения у детей посредством игровой деятельности.
4. Создание и разработка мастер-классов.
5. Проведение анкетирования среди учеников.
6. Разработка рекламных продуктов.
7. Подведение итогов проекта.

В процессе планирования мы выделили конкретные ожидаемые результаты проекта:

1. Повышение уровня культуры общения у школьников.
2. Повышение интереса к проводимым мастер-классам.
3. Заинтересованность педагога в проведении подобных мероприятий.
4. Наличие благоприятной социально-психологической атмосферы в классе.

В ходе реализации проекта была проведена серия мастер-классов, проведенных в интерактивной форме (на фото – разработчики и участники проекта), а также разработана листовка о правилах общения (см. рис.).

«При нашей встрече дети легко пошли на контакт. Сначала мы провели анкетирование, а затем пообщались лично. Было интересно послушать, что детки знают про культуру об-

щения. Мы провели с ними беседу на тему «Общаться – это просто». Все слушали нас внимательно и с большим интересом. Далее мы отправились на улицу, чтобы провести для детей мастер-класс с элементами игротехники. Целью данного мастер-класса служили взаимодействие и коммуникация между детьми, поддержка друг друга. Дети с огромным интересом принимали участие в мастер классе. Они веселились, общались, поддерживали друг друга, играли и просто отдыхали.

В конце мы угостили всех деток сладкими призами, а взамен получили счастливые улыбки. И также эти замечательные ребята подготовили нам сюрприз: они спели нам песню, которая вызвала у нас бурю положительных эмоций. Нам понравилось реализовывать данный проект. Общение с детьми доставляет нам безграничное, светлое счастье. Мы также всем подарили буклеты по нашей теме проекта и провели анкетирование. Теперь в свободное время они ждут нас к себе в гости снова».

Подводя итоги данного проекта можно прийти к выводу, что он был успешным. Результаты анкетирования (25 человек):

На вопрос «Считаете ли вы себя застенчивыми?» 6 человек ответили «Да», а 19 человек ответили «Нет».

«Тяжело ли вам знакомиться с новыми людьми?» 5 человек ответили «Да», а 20 человек ответили «Нет».

«Понравился ли вам мастер-класс (классные часы)?» 25 человек ответили «Да».

«Воспользуетесь ли вы советами, которые были рассказаны на классных часах?» 23 человек ответили «Да», а 2 человека ответили «Нет».

«Расскажете ли вы своим друзьям о прошедших мероприятиях?» 24 человек ответили «Да», а 1 человек ответил «Нет».

«Хочешь ли ты в дальнейшем развивать свою речь?» 25 человек ответили «Да».

«Считаешь ли ты, что окружающие люди должны общаться уважительно и грамотно?» Все ответили «Да».

Цель и задачи проекта достигнуты.

*Виталий Лубнин,
Валерия Меденко*



Авдюкова Алла Евгеньевна	кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 149 e-mail: avdukova@bk.ru
Байлук Владимир Васильевич	доктор философских наук, профессор Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 406а e-mail: nina5940@mail.ru
Грибан Ирина Владимировна	кандидат исторических наук, директор музея истории Уральского государственного педагогического университета, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 149 e-mail: nevolinairina@gmail.com
Дегтерев Виталий Анатольевич	доктор педагогических наук, профессор, декан факультета международных отношений и социально-гуманитарных коммуникаций Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 415 e-mail: degterev49@yandex.ru
Евдокимова Ирина Владимировна	магистрант Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 410 e-mail: lml-irina@mail.ru
Коновалова Оксана Александровна	заместитель начальника отделения пропаганды безопасности дорожного движения Управления ГИБДД ГУ МВД России по Свердловской области, магистрант Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 410 e-mail: konovalova516@mail.ru
Ларионова Ирина Анатольевна	доктор педагогических наук, профессор, директор Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 415 e-mail: larionova@uspu.me
Миткина Мария Алексеевна	заместитель менеджера отдела продаж Федеральной риэлторской компании «Этажи» магистрант Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 410 e-mail: m.a.mitkina@ekburg.etagi.com
Николаева Марина Алексеевна	кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Института социального образования Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 415 e-mail: nikolaeva250381@list.ru
Сохранова Анна Андреевна	выпускница Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 149 e-mail: annastar891@gmail.com
Чикулаева Снежана Евгеньевна	студентка факультета международных отношений и социально-гуманитарных коммуникаций Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург) адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26 e-mail: nevolinairina@gmail.com

Avdyukova Alla Evgen'evna	Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Department of Advertising and PR, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Bayluk Vladimir Vasil'evich	Doctor of Philosophy, Professor, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Griban Irina Vladimirovna	Candidate of History, Director of Museum of USPU History, Associate Professor, Department of Advertising and PR, (Ekaterinburg)
Degterev Vitaliy Anatol'evich	Doctor of Pedagogy, Professor, Dean of the Faculty of International Relations and Social and Humanities Communication, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Evdokimova Irina Vladimirovna	Master's Degree Student, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Konovalova Oksana Aleksandrovna	Deputy Head of Department of Propaganda of Road Safety, State traffic Safety Inspectorate of the Ministry of Internal Affairs of Russia; Master's Degree Student, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Larionova Irina Anatol'evna	Doctor of Pedagogy, Professor, Director, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Mitkina Mariya Alekseevna	Assistant Manager of Sales Department of the Federal Real Estate Company "Etazhi", Master's Degree Student, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Nikolaeva Marina Alekseevna	Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Department of Advertising and PR, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Sokhranova Anna Andreevna	Graduate from Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)
Chikulaeva Snezhana Evgen'evna	Student, Faculty of International Relations and Social and Humanities Communication, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg)

Содержание журнала «Вестник социально-гуманитарного образования и науки» представлено следующими тематическими направлениями:

- 07.00.00 – исторические науки и археология;
- 08.00.00 – экономические науки;
- 13.00.00 – педагогические науки.

Журнал выходит с периодичностью 4 номера в год. В нем публикуются статьи, обзоры и другие авторские материалы, представляющие научный и практический интерес по проблематике журнала. На основании рецензирования публикуются только те статьи, которые отвечают критериям актуальности, новизны, практической значимости и соответствуют проблематике разделов журнала.

РУБРИКИ ЖУРНАЛА

(формируются, исходя из представленных материалов)

- «Образование: сегодня, завтра»;
- «Профессиональное образование»;
- «Олимпиадное молодежное движение»;
- «Безопасное детство»;
- «Патриотическое воспитание»;
- «Помощь классным руководителям»;
- «Работа с молодежью»;
- «Подготовка вожатых»;
- «Деструктивное поведение»;
- «Отечественная история»;
- «История международных отношений»;
- «Экономика и управление народным хозяйством»;
- «Управление качеством»;
- «Маркетинг»;
- «Менеджмент»;
- «Рекреация и туризм» и др.

Редколлегия приглашает к размещению публикаций в журнале представителей различных научных школ и направлений, учреждений образования, культуры, социальных учреждений, общественных организаций.

Статьи аспирантов публикуются бесплатно.

Все статьи рецензируются независимыми экспертами. Окончательное решение о публикации принимает редколлегия журнала.

Редколлегия журнала оставляет за собой право отклонять представленные материалы, если они не соответствуют установленным требованиям.

После выхода журнала автору отправляется то количество печатных экземпляров, которое указано в заявке.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

- Рекомендуемый объем статьи – 8–12 страниц (примерно 20 000 знаков с пробелами).
- Статья должна обязательно иметь УДК, рубрику ГСНТИ и код ВАК.
- На русском языке оформляются ФИО автора (авторов), город, название статьи прописными буквами, аннотация (до 300 знаков), список ключевых слов, текст статьи, библиографический список.
- На английском языке: ФИО автора (авторов), сведения об авторе, город, название статьи прописными буквами, аннотация (до 300 знаков), список ключевых слов.
- Рукопись представляется в электронном виде в формате MSO Word (любой версии) или совместимого редактора.
- Текст должен быть набран шрифтом Times New Roman, кеглем (высота букв) 14pt, междустрочный интервал «полуторный»; начертание обычное; формат – А4; все поля – 2 см; абзацный отступ – 1,0.
- Обозначения единиц измерения различных величин, сокращениям типа «г.» (год) должен предшествовать знак неразрывного пробела (см. «Вставка» – «Символы»), отмечающий наложение запрета на отрыв их при верстке от определяемого ими числа или слова, то же самое относится к набору инициалов и фамилий.
- При использовании в тексте кавычек применяются так называемые типографские кавычки («»).
- Тире обозначается символом « - » (короткое тире с пробелами); дефис «-» (без пробелов).
- Все сокращения при первом употреблении должны быть полностью расшифрованы, за исключением общепринятых сокращений.

- Информация о грантах и благодарностях приводится в виде сноски в конце первой страницы статьи.
- Картинки располагаются в тексте в необходимом месте, а также присылаются отдельными файлами в формате jpg.
- Не менее 15 источников. Все ссылки на источники даются в тексте статьи в квадратных скобках через запятую (указываются номер источника, номер страницы), например: [1, с. 98]. Ссылки на литературу приводятся в конце статьи под названием «Библиографический список» в алфавитном порядке. Оформление списка литературы производится в соответствии с ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая запись».

МАТЕРИАЛЫ ПРИСЫЛАЮТСЯ
НА ЭЛЕКТРОННЫЙ АДРЕС РЕДАКЦИИ ЖУРНАЛА

s-h_vestnik@rambler.ru в файле расширения doc, docx, rtf.

ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ СТАТЬИ НЕОБХОДИМО ПРЕДСТАВИТЬ В РЕДАКЦИЮ:

- Текст статьи в печатном и электронном варианте с приложением сведений об авторе.
- Заявку (на русском и английском языках), заполненную в соответствии с формой, предложенной ниже.
- Отзыв-рекомендацию научного руководителя, заверенный печатью – для магистрантов, аспирантов, докторантов и соискателей.
- Публикация статьи платная. Договор, счет, акт выполненных работ высылается автору редакцией после принятия материалов к публикации.

ЗАЯВКА

Ф.И.О. полностью	
Название статьи	
Учёная степень, учёное звание	
Место работы, должность	
Почтовый адрес, контактный телефон, e-mail	
Предполагаемая рубрика	
Классификационный код тематической рубрики: ГСНТИ и код ВАК	код ГСНТИ вы можете посмотреть на сайте grnti.ru; код ВАК в разделе «Номенклатура специальностей научных работников» на сайте vak.ed.gov.ru

КОНТАКТЫ

Ларионова Ирина Анатольевна	доктор педагогических наук, профессор, главный редактор E-mail: isobr@uspu.ru
Коротун Анна Валериановна	кандидат педагогических наук, доцент, ответственный редактор E-mail: korotun83@bk.ru
Редакция	620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26 УрГПУ, Институт социального образования, к. 149 Тел.: 8 (343) 235-76-81, факс 8 (343) 336-13-50

БУДЕМ РАДЫ СОТРУДНИЧЕСТВУ С ВАМИ!

Научное издание

ВЕСТНИК
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

2018. № 1

Компьютерная вёрстка А. Ю. Тюменцевой

Подписано в печать 15.03.2017. Формат 60x84/8.
Бумага для множит. ап. Гарнитура Book Antiqua. Печать на ризографе.
Усл. печ. л. 6,97. Уч.-изд. л. 5,61. Тираж 500 экз. Заказ №

Тираж отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета
620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26.
Тел. +7 (343) 235-76-30