



ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

**Сборник научных трудов
по материалам I Международной
научно-практической конференции**

**Социально-политические и
культурные проблемы
современности**

31 мая 2016 г.



**Нижний Новгород
www.scipro.ru**

УДК 009+304.2+323
ББК 60я43+66.01

С 69

Редакторы:
Н.А. Краснова, Т.Н. Плесканюк

Социально-политические и культурные проблемы современности: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции 31 мая 2016 г. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2016. 76 с.

ISBN: 978-5-00-005873-9

В сборнике научных трудов рассматриваются проблемные вопросы по таким направлениям гуманитарных наук, как социология, культурология, политология, история научных сотрудников России и зарубежных стран по материалам научно-практической конференции «Социально-политические и культурные проблемы современности» (31 мая 2016 г.)

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все статьи, включенные в сборник, прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору № 2819-10/2015К от 14.10.2015 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте <http://www.scipro.ru>.

УДК 009+304.2+323
ББК 60я43+66.01

ISBN: 978-5-00-005873-9

Редакторы Н.А. Краснова,
Т.Н. Плесканюк, 2016

Коллектив авторов, 2016

Индивидуальный предприниматель
Краснова Н.А., 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ.....	4
Нестеров А.И. Причины повышения пенсионного возраста в России и их решения	4
Чубун А.В. Качество жизни населения, как основа социальной стабильности общества.....	8
СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ.....	13
Бичарова М.М., Гайнутдинова Е.В. «Свобода от детей» и подражание элите: мотивационные особенности в условиях модернизации.....	13
Макарова И.А. Население и национальный состав Забайкальского края: проблемы и тенденции развития.....	22
Радинская А.Д. Моногамия выбора в женских модных журналах	27
Савицкая В.Ю. Влияние рекламы на современное российское общество.....	30
СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ, ДУХОВНОЙ ЖИЗНИ.....	35
Баранцова А.Н. Рекламные технологии и каналы распространения, как средство продвижения Модных домов.....	35
Фролова Ю.С., Лебедева И.В. Проблема этнической идентификации в социокультурной системе современной России.....	39
ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ, ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ.....	45
Ночвина Б.А. Феномен политического мифа в идеологии национал-социализма.....	45
Полякова В.В. «Мягкая сила» в практике мировых держав.....	50
ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ЭТНОПОЛИТИЧЕСКАЯ КОНФЛИКТОЛОГИЯ, НАЦИОНАЛЬНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ	55
Нурканов А.А. Гражданское единство как основа межэтнических отношений республики Казахстан	55
ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ КУЛЬТУРЫ, МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИЕ И МЕНТАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ КУЛЬТУРЫ.....	59
Топчий И.В. Мифологизация исторического сознания и её отражение в русской культуре XIX века.....	59
МОРФОЛОГИЯ И ТИПОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ, ЕЕ ФУНКЦИИ	66
Сметанина О. М. Структура языковой образовательной культуры.....	66
КУЛЬТУРА И ОБЩЕСТВО.....	73
Се Илинъ, Коврижных О.А. Об опытах патриотического воспитания студентов в Китае .	73

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

УДК 331.556:316(571.6)1

**Нестеров А.И. Причины повышения пенсионного возраста в
России и их решения**

The reasons for raising the retirement age in Russia and their solutions

Нестеров Андрей Иванович

Национальный государственный Университет физической культуры,
спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург
nesterovu@ya.ru

Nesterov Andrey Ivanovich

**National state University of physical culture, sport and health
named after P. F. Lesgaft, St. Petersburg**

Аннотация. В статье раскрываются причины возникновения ухудшения демографической ситуации в России 90-х годов, приведшей к современной проблеме повышения пенсионного возраста. При этом показано, как экономические социальные, политические культурологические методы воздействия на граждан России могут решить эту проблему. Автор предлагает решить демографическую проблему России путём возобновления введения налога за бездетность. Такая мера воздействия должна помочь решить не только демографическую проблему России, но и привести в должное соответствие её пенсионную систему.

Ключевые слова: пенсионеры, демография, проституция, бюджет, налог, бездетность.

Abstract. In the article the causes of deterioration of the demographic situation in Russia 90-ies that led to the present problem of raising the retirement age. It is shown how economic, social, political, cultural methods of influence on Russian citizens can solve this problem. The author proposes to solve the demographic problem of Russia by resuming the introduction of the tax for childlessness. This measure should help not only to solve the demographic problem in Russia, but also to lead in due compliance of its pension system.

Keywords: seniors, demography, prostitution, budget, tax, childlessness.

Известно, что пенсионный возраст — одна из важнейших характеристик социально-политической и культурной системы, показывающая, когда гражданин-пенсионер может уйти на заслуженный обеспеченный отдых. Сегодня в России данный показатель установлен на уровне 55 лет для женщин и 60 лет для мужчин. Жители северных регионов, а также сотрудники вредных

и опасных профессий выходят на пенсию значительно раньше. Дебаты про повышение пенсионного возраста начались после кризиса 2008–2009 годов. В 2010 году дефицит Пенсионного фонда России (ПФР) впервые превысил 1 трлн. рублей и составил 4,1% ВВП. [1] За последние пять лет сбалансировать пенсионную систему так и не удалось. Собираемые страховые взносы не покрывают объём выплачиваемых пенсий. И решать вопрос приходится за счёт бюджета. Как отмечает председатель совета директоров Европейского Пенсионного фонда Евгений Якушев, в 2015 году дефицит пенсионного бюджета составил 623 млрд. рублей. За последние шесть лет доля трансферта федерального бюджета в бюджете ПФР занимала от 62% в 2010 году и до 36% в 2015 году. [2] Примерно четверть расходов бюджета – это вынужденный трансферт в ПФР. В результате за повышение пенсионного возраста сегодня выступают в основном финансисты и экономисты – это Министерство финансов, первый вице-премьер И. Шувалов, глава РСПП А. Шохин, бывший экс-министр А. Кудрин, руководитель экономической экспертной группы Е. Гурвич. В группу же противников такого решения входят в основном политики из КПРФ и социального блока правительства. Таким образом, проблема повышения пенсионного возраста актуально дискуссионная. Дискуссия о повышении пенсионного возраста возникает из-за требований экономистов привести в равновесие разбалансированную пенсионную систему, когда ПФР начинает испытывать дефицит средств, и необходимы рычаги, с помощью которых можно, его пополнить.

По мнению экспертов в области экономической социологии, причинами разбалансировки пенсионной системы послужили принятые в 90-е годы решения о валоризации пенсий (переоценка стажа, полученного в СССР), ускоренная индексация размеров пенсий, введение льготных тарифов страховых взносов для ряда отраслей, снижение ставок страховых взносов с 26 до 22%. Из гаранта стабильности и сбалансированности пенсионной системы в СССР наше государство, на сегодняшний момент, превратилось в донора ПФР. С целью решения этой проблемы финансово-экономический сектор в Правительстве совместно с Министерством труда и экспертным сообществом прорабатывают различные варианты выхода из создавшейся ситуации. От предложений уравнивания пенсионного возраста для женщин и мужчин на уровне 60 лет, и его повышение до 60 и 65 соответственно. Одним из основных аргументов сторонники данного предложения приводят тот, что население России стареет: в 1939 и 1959 годах доля лиц 60 лет и старше составляла соответственно 6,7% и 9,0%, а в 2015 году — уже более 20%. [3]. Согласно официальной версии, озвучиваемой не первый год, соотношение работающих россиян к количеству получающих пенсию планомерно приближается и должно сравняться к 2025-2030 годам. Однако они замалчивают тот факт, что причина старения нации связана с резким ухудшением демографической ситуации в стране за 90-е годы. В этот период образовался так называемый феномен «русский крест» (см. рисунок 1), когда в России смертность превысила рождаемость в 2-2.5 раза.

Почему в 90-е гг. произошёл такой демографический спад?! Прежде

всего, он связан с отменой, так называемого налога за бездетность и соответственной материальной компенсации родителям за этот счёт. Детские товары стали стоить дороже, чем взрослые. Государство перестало давать бесплатные 3-х комнатные квартиры, за рождение 3 ребёнка и т.д. и т.п.. При этом приоритет гуманных ценностей коммунизма проамериканские политики, считающие себя «либеральными демократами», подменяют на материальные, которые культивируют в средствах массовой информации. На смену героям труда, показанным в фильме «Москва слезам не верит», приходят героини-проститутки из фильмов «Интердевочка» и «Красотка». Проституция в современной культуре делается нормой, а с ней в сознании молодёжи возникает подмена ценностей, когда деньги становятся важнее детей. Ряд «либеральных» экономистов и социологов предлагает сегодня легализовать проституцию, как это сделано в Голландии и Германии. Но тогда, демографическая ситуация в России, ещё более ухудшится, а не улучшится. Стало быть, такое пополнение бюджета не совсем правильное, гораздо более эффективным способом пополнение бюджета можно считать возвращение налога за бездетность. Этот налог поможет не только пополнить бюджет страны, но и повысить в ней рождаемость.

Повышение пенсионного возраста в России — не единственный способ сбалансировать бюджет. При этом он и не самый лучший, так как традиционно решение проблем подобным образом вызовет справедливое социальное возмущение пожилых граждан. В действительности увеличить поступления в бюджет можно разными путями, например, путём увеличения государственного долга. На сегодняшний день основной объём внешних заимствований приходится на крупнейшие корпорации. При этом долг государства остаётся на достаточно низком уровне. На международных рынках он составляет, по сведениям Министерства финансов, 54 млрд. долларов США. Ещё на 5,37 трлн. рублей выпущено долговых обязательств внутри страны.[4] В целом необходимые 3 трлн. рублей на ближайшие три года можно собрать именно этим путём. Целый ряд экспертов склонны считать, что такой подход решил бы одновременно две задачи: и финансирование бюджета, и стерилизацию денежной массы. Сегодня «либеральные» экономисты хотят сократить расходы бюджета за счёт отмены «материнского капитала». Но во многом благодаря введению такого экономического стимулирования рождаемости в современной России снижена разница показателей роста смертности над рождаемостью, которую практически удалось привести к 0. При отмене «материнского капитала» может вновь возникнуть спад рождаемости. Соответственно такое материальное стимулирование рождаемости прекращать нельзя, а компенсировать затраты бюджета на него можно и нужно за счёт введения налога за бездетность. Таким образом, проблема финансирования пенсионеров за счёт роста бюджетного дефицита сегодня по-прежнему остаётся наиболее актуальной. При этом особенности демографической ситуации сложившейся в России таковы, что она не может быть решена только радикальным повышением пенсионного возраста мужчин и женщин. Необходимо возвращение введения и налога за бездетность.

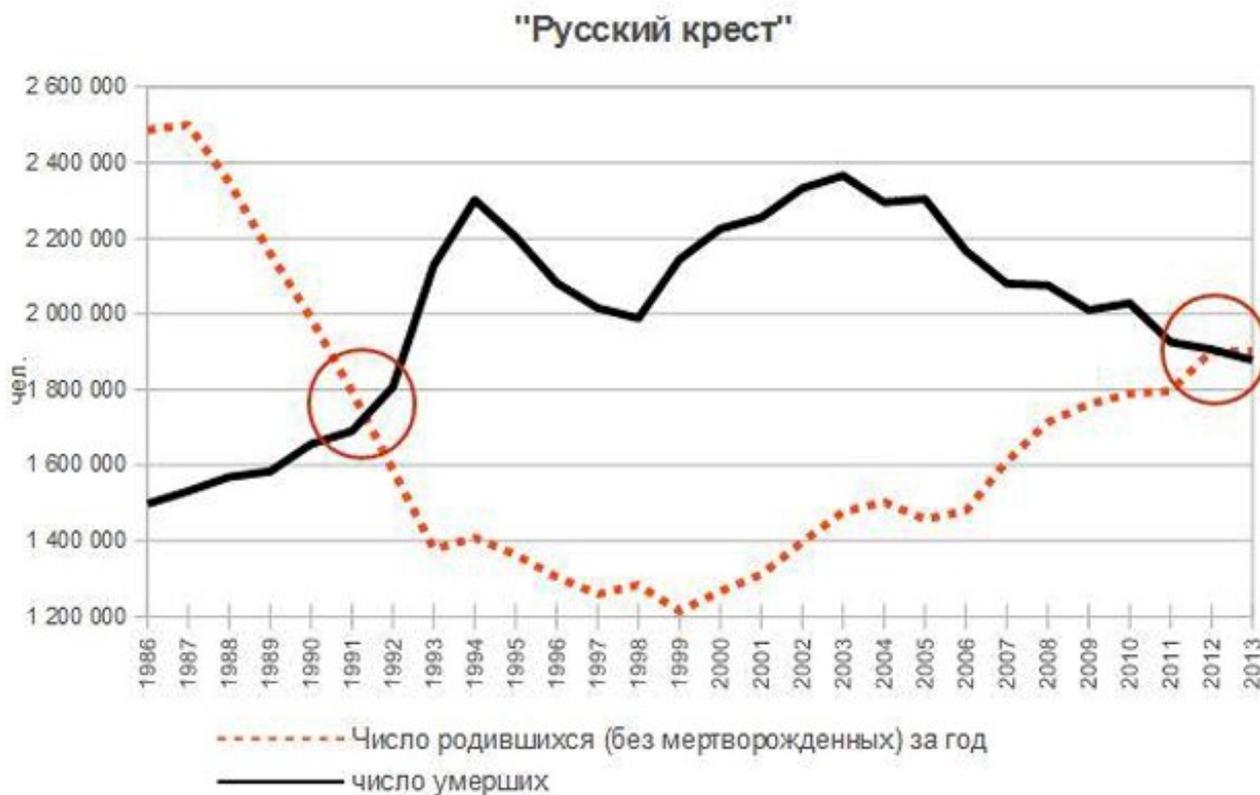


Рисунок 1. «Русский крест»

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ
2. Стратегия развития пенсионной системы РФ до 2030 г. // Режим доступа // <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/>
3. Колтюбенко Д.И. Из пенсии слова не выкинешь. В правительстве вновь обсуждают повышение пенсионного возраста с 2018 года [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://npf.investfunds.ru/news/47545> [1]
4. Самофалова О.Ю. Повышение пенсионного возраста – вопрос решенный [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://vz.ru/economy/2015/4/17/739983.html> [2]
5. Суховерхов А.А. Повышение пенсионного возраста в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://allinvestments.ru/povyshenie-pensionnogo-vozrasta-v-rossii/> [4]
6. Официальный сайт Пенсионного фонда России: раздел «Пресс-центр». – Режим доступа: http://www.pfrf.ru/index.php?chapter_id=3299&data_id=22688&do=view_single
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/ [3]

Чубун А.В. Качество жизни населения, как основа социальной стабильности общества

The quality of life of the population, as the basis of social stability

Чубун Артём Викторович

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

artemblack568@gmail.com

Chubun Artem Viktorovich

Far Eastern Federal University, Vladivostok

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые особенности понятий уровня и качества жизни населения, социальной стабильности и выявлена ключевая взаимосвязь данных понятий. Для достижения поставленной цели были использованы традиционные научные методы: логический, сравнительный и статистический анализ, анализ литературы, синтез, абстрагирование, систематизирование.

Ключевые слова: качество жизни, уровень жизни, социальная стабильность

Abstract. The article examines the key features of the concepts of level and quality of life of the population, social stability and revealed the relationship of these key concepts. To achieve this goal have been used traditional research methods: logical, comparative and statistical analysis, literature analysis, synthesis, abstraction, and systematization.

Keywords: quality of life, level of life, social stability

В современной экономике высокое качество жизни, обеспечение которого является важной функцией государства, служит не только условием реализации человеческого потенциала, но и основой повышения социальной стабильности общества. Мировой экономический кризис выявил необходимость коренной модернизации социальной сферы с ее ориентацией на более полное удовлетворение потребностей населения в качественных социальных услугах. В связи с чем, возникает настоятельная необходимость усиления государственного воздействия на социальные и экономические процессы с целью формирования новой системы общества как основы обеспечения социальной стабильности и повышения качества жизни населения.

Становление и развитие рыночных отношений, новые социально-экономические условия жизнедеятельности, появление возможностей осмысления необходимых жизненных стандартов, достигнутых в странах с развитой рыночной экономикой, а также практические нужды, связанные с необходимостью проведения количественных измерений и оценок качества

жизни, поиска новых механизмов повышения благосостояния общества, подталкивают ученых к комплексному и детальному изучению проблем качества жизни. Необходимость комплексного решения проблем повышения качества жизни и обеспечения социальной стабильности связана также с прямой и обратной зависимостью этих процессов: с одной стороны, повышение качества жизни населения служит основой обеспечения социальной стабильности, а с другой - социальная стабильность способствует росту качества жизни.

Информационно-эмпирическая база исследования комплексна и содержит данные разных уровней обобщения. Это федеральные законодательные акты, Постановления Правительства РФ, официальные данные Росстата, материалы аналитических докладов и научных конференций, материалы периодической печати и Интернет-источников.

Центральное место в модели устойчивого социально-экономического развития занимает человек как личность, как потребитель и производитель благ и услуг, генератор новых идей и главный субъект их реализации.

Важнейшим условием развития человеческого потенциала являются стабильность общества, эффективная социальная политика государства, призванная создать необходимые условия, обеспечивающие достойную жизнь и свободное развитие человека. Социальная стабильность развития общества будет обеспечиваться проведением эффективной социальной политики государства.

Говоря о качестве жизни и уровне жизни населения, следует разделять данные понятия. В соответствии со ст. 25 Всеобщей декларации прав человека (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10 декабря 1948 г.) каждый человек имеет право на такой жизненный уровень, включая пищу, одежду, жилище, медицинский уход и необходимое социальное обслуживание, который необходим для поддержания здоровья и благосостояния его самого и его семьи, и право на обеспечение на случай безработицы, болезни, инвалидности, вдовства, наступления старости или иного случая утраты средств к существованию по не зависящим от него обстоятельствам.

В рамках такой трактовки, получившей в литературе название "узкая", уровень жизни определяется как уровень и степень удовлетворения потребностей населения в социальных благах и услугах. И наоборот - уровень удовлетворения человеческих потребностей определяется уровнем жизни населения.

Если говорить о широкой трактовке, то уровень жизни включает в себя весь комплекс социально-экономических условий жизни людей. На наш взгляд, наиболее полным определением понятия «уровня жизни» является такое определение. **Уровень жизни** - это комплексная социально-экономическая категория, которая отражает уровень развития физических, духовных и социальных потребностей, степень их удовлетворения и условия в обществе для развития и удовлетворения этих потребностей [2, с. 256].

Однако полная картина уровня жизни населения не может быть представлена только на основании обобщенных и усредненных величин,

рассчитанных для всего населения государства в целом. Необходимо знать объемы и структуру потребления, доходов и расходов по различным социальным, профессиональным и демографическим слоям населения.

Конкретно речь идет обо всей совокупности условий не только жизни, но и труда человека, т. е. всех условий жизнедеятельности людей. В таком контексте "уровень жизни" приближается к понятию "**качество жизни**".

Понятие уровня жизни неразделимо связано с понятием качества жизни. Наиболее полным, по нашему мнению, определением качества жизни населения является определение данное директором Государственного учреждения «Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики» (ВНИИТЭ) Министерства образования и науки Российской Федерации Владимиром Кулайкиным: «Качество жизни населения определяется жизненным потенциалом общества, входящих в него социальных групп, отдельных граждан и соответствием характеристик процессов, средств, условий и результатов их жизнедеятельности социально позитивным потребностям, ценностям и целям. Проявляется качество жизни в субъективной удовлетворенности людей самими собой и своей жизнью, а также в объективных характеристиках, свойственных человеческой жизни как биологическому, психическому (духовному) и социальному явлению» [6, с. 189].

Качество жизни - это сложная система взаимодействия внешних по отношению к человеку условий жизни и субъективных факторов, характеризующих человека и выражающихся в его экономическом, социальном и демографическом поведении.

Таким образом, в широком понимании качество жизни - это совокупность объективных и субъективных условий и факторов, влияющих на человеческую деятельность в процессе функционирования определенных социально-экономических отношений. Эти отношения изменяются и развиваются в ходе совершенствования материального производства, преобразования социальной среды.

Проблема социальной стабильности имеет не только научное, но и актуальное практическое значение, поскольку в условиях социальных изменений возникают глобальные представления о том, что стабильность общества, уверенность людей в своем будущем говорят о неизменности социальных систем и структур. Но социальная стабильность это не неизменность и неподвижность социальных систем и отношений. В обществе такая неподвижность часто является признаком не стабильности, а застоя, что рано или поздно ведет к неустойчивости, социальной напряженности, в итоге - к нестабильности.

Социальная стабильность - это воспроизводство социальных структур, процессов и отношений в рамках определенной целостности самого общества. Причем это воспроизводство не есть простое повторение предыдущих ступеней, а с необходимостью включает в себя и элементы изменчивости [3, с.115]. Стабильное общество - это общество, развивающееся, но удерживающее свою устойчивость, общество с отлаженными процессом и механизмом

социальных изменений, не нарушающими его стабильность и исключаящими такую социальную и политическую борьбу, которая ведет к расшатыванию устоев.

Таким образом, стабильность в обществе достигается не за счет неизменности, неподвижности, а за счет умелой реализации назревших социальных изменений в нужный момент и в нужном месте.

Социальная стабильность обусловлена наличием механизмов социального контроля, т. е. совокупности методов, посредством которых общество стремится повлиять на поведение людей с целью поддержания необходимого порядка. Среди условий социальной стабильности выделяются факторы, относящиеся к социально-классовой структуре общества, его стратификации. Среди них - наличие в обществе достаточно обширного, так называемого, «среднего класса», обладающего средними для данного общества доходами. Наличие такого класса обуславливает существование и укрепление центристских политических сил, способных привлечь на свою сторону наиболее активные слои населения.

Социальная стабильность в значительной степени зависит и от устойчивости политической системы общества, прежде всего государства, грамотного взаимодействия исполнительной, законодательной и судебной власти. В укреплении политической стабильности важная роль принадлежит такому фактору общественной жизни, как справедливое соглашение относительно основополагающих ценностей между основными политическими партиями, общественными движениями, представителями ветвей власти. Потребность в таком соглашении наиболее отчетливо выявляется в переходные периоды, когда общественное принятие может сыграть и играет решающую роль.

Как указано выше, главной целью социальной и экономической политики государства в долгосрочной перспективе является обеспечение устойчивого роста уровня и качества жизни населения и повышение социальной стабильности. Для этой цели основными направлениями социальной и экономической политики должны стать:

- создание условий и возможностей всем экономически-активным гражданам зарабатывать деньги для удовлетворения своих потребностей;
- обеспечение адекватной занятости населения на основе сохранения рабочих мест на жизненно важных и перспективных предприятиях, создания новых рабочих мест, в том числе в частном секторе экономики;
- создание гибкой системы подготовки и переподготовки кадров;
- обеспечение роста денежных доходов населения;
- последовательное повышение уровня заработной платы как основного источника денежных доходов населения и важнейшего стимула трудовой активности работников наемного труда;
- поддержка среднего класса, как фактора стабилизации общества на основе значительного роста денежных доходов населения и снижения уровня малообеспеченности;

- повышение уровня пенсионного обеспечения;
- снижение уровня бедности населения;
- повышение социальной защиты нуждающихся на основе усиления адресности оказания помощи, рационализации системы льгот улучшения социального обслуживания и др.

В ближайший период в Российской Федерации предусматривается завершить реформирование системы социальной защиты граждан, направленной на реализацию принципа адресности, обеспечить доведение государственных минимальных социальных гарантий до уровня нормативов стоимости жизни, продолжить совершенствование системы социальных пособий и выплат, механизмов защиты доходов населения от инфляции.

В прогнозируемом периоде в России дальнейшее развитие получит социальное обслуживание как вид адресной помощи и неотъемлемая часть государственной системы социальной защиты. Предусматривается преимущественное развитие сети нестационарных учреждений как наиболее экономичных и приближенных к реальным нуждам населения и расширение практики предоставления социальных услуг на дому.

Таким образом, можно сказать, что основным фактором обеспечения социальной стабильности является поддержание и развитие качества жизни людей. Общесоциологический подход просматривается в определении качества жизни социологами советского времени. Под качеством жизни ими понималось ощущение благосостояния личностью, ее довольство или недовольство жизнью, или ее счастье или несчастьем. Однако в этом определении отсутствует материальный компонент качества жизни. Но при этом, определяя качество жизни, следует учитывать не только ее материальные стороны, но и политические, духовные, этно-национальные, религиозные, семейные, связанные с «удовлетворенностью» человека социальной средой.

Таким образом, качество жизни может быть представлено как категория, в которой учитываются условия жизни человека в производственной, бытовой и общественно-политической сферах и степень удовлетворенности человека этими условиями. В ней отражаются три неразрывных стороны человеческой деятельности: преобразование, потребление и общение.

Из всего вышесказанного, мы можем сделать вывод, что качество жизни населения и социальная стабильность являются такими сферами национально-государственной безопасности, в которых самочувствие общества и права граждан играют решающую роль.

Библиографический список

1. Социальное положение и уровень жизни населения в России: Статистический сборник./ Госкомстат России. - М., 2011.
2. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Государственные и муниципальные финансы: Учебник для вузов.-М.: Финансы ЮНИТИ, 2002.-687 с.
3. Методическое пособие / Акимова И.А., Багдасарьян Н.Г., Гаврилина Е.А., Горохов В.Г. и др. М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2009
4. Андреева О.Н. Способы оценки уровня и качества жизни населения //

Регионоведческие исследования. 2013. № 2. С. 112–120.

5. Байгереев М. Анализ российской бедности: причины, особенности и методика счета.// Человек и труд. - М., 2009, №8, стр 55.

6. Бобков В., Мстиславский П. Качество жизни: сущность и показатели// Человек и труд. 2005, №6.- С. 76-79

7. Колесникова О., Околелых И. Качество занятости может стать реальным ограничителем экономического роста // Человек и труд. - 2009. -№ 9. С. 31-34.

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

УДК 316.3

**Бичарова М.М., Гайнутдинова Е.В. «Свобода от детей» и
подражание элите: мотивационные особенности в условиях
модернизации¹**

**“Freedom from Children” and Elite Imitation:
Motivation Features in Modernization Conditions**

Бичарова Мария Михайловна

Каспийский институт морского и речного транспорта, Астрахань
valkirija@inbox.ru

Гайнутдинова Екатерина Валерьевна

Астраханский государственный технический университет, Астрахань
gainutdinova.ekaterina@mail.ru

Bicharova Mariya Michailovna

Caspian Institute of Sea & River Transport, Astrakhan

Gainutdinova Ekaterina Valerievna

Astrakhan State Technical University, Astrakhan

Аннотация. По мере развития постиндустриальных тенденций происходит постепенная смена не только аксиологических норм, но и самих мотивов поведения членов современного общества. Достоинство или недостатки личности сегодня измеряются тем, насколько свободна она в выборе условий качества своей жизни и какую меру ответственности она за

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ (грант № 15-33-01319 «Семья и социальные паразиты»)

этот выбор несет. На этом фоне часто происходит подмена устоявшихся человеческих ценностей новыми псевдоценностными ориентирами, провоцирующими появление приверженцев нетрадиционных идеологий и социальных движений, в частности сообщества так называемых не-родителей, добровольно отказавшихся от деторождения и называющих себя «свободными от детей» и считающих себя элитой. В этой связи становится актуальным сопоставление мотивационных критериев элиты, а также установление параллелей с мотивационными установками приверженцев идеи добровольной бездетности.

Ключевые слова: ценности, норма, семья, традиция, добровольная бездетность, чайлдфри, мотивация, модернизация.

Abstract. With development of postindustrial tendencies step-by-step change of not only axiological norms but also motivations of society members takes place. Merits and demerits of personality are measured today by freedom in choice of life conditions and the level of responsibility for this choice. Against this substitution of long-standing human values for new pseudo value orientations happens, which provokes appearance of followers non-traditional ideologies and social movements. We can speak particularly about the network of so-called non-parents who voluntarily refused from childbearing and called themselves “free from children” or “childfree” and consider themselves to be elite. To that end it’s actual to associate motivational criteria of elite with motivational orientations of childfree.

Key words: values, norm, family, tradition, voluntary childlessness, childfree, motivation, modernisation.

С развитием общества потребления человек постепенно утрачивает свою самостоятельность в выборе условий жизни и становится одним из многих потребителей бесконечных благ, навязываемых индустрией услуг. [Baudrillard J., 1998] В таких условиях на фоне активизации политических, научных, культурных и религиозных элит гражданского общества, роль которых в развитии социокультурного стержня социума многократно возросла в последние десятилетия, появляются сначала в виде модных трендов, а затем в форме целых сообществ, такие явления, которые в корни переворачивают традиционную систему ценностей. В настоящей работе речь пойдет о так называемых «чайлдфри», приверженцах идеологии добровольной бездетности, сознательно отказавшихся от роли родителей и зачастую позиционирующих себя в связи с этим как элита современного общества, имеющая больше возможностей в профессиональной, бытовой, общественной и иных сферах деятельности, благодаря отсутствию «обузы» в виде детей.

Основная задача настоящей работы выявить особенности мотиваций приверженцев идеологии отказа от деторождения с точки зрения их позиционирования как элиты, являющейся участником модернизационного процесса. Постепенная трансформация позднего индустриализма в ранний постиндустриализм, можно рассматривать как модернизационные изменения, коррекцию традиционного инновационным. И в первую очередь эти изменения касаются тех элит, которые являются проводником новых ценностей, а также

тех, кто, подражая истинной элите, несут в общество псевдоценности.

В настоящей работе анализ феномена «чайлдфри» как псевдоэлиты осуществляется через выявление мотивационных критериев поведения истинной элиты. Мы предпринимаем попытку сопоставить побудительно-идеальные факторы человеческой деятельности с мотивационными установками приверженцев идеологии «чайлдфри», которые ссылаясь на действительно важные аспекты человеческой деятельности, говорят о невозможности их полноценной реализации при наличии детей. Действительно, часто эти критерии и требования распространяются на субъекты, которые не относятся к элите, но активно ей подражают, имитируя ее поведение и стиль жизни. Так например, если человек не обладает властью как таковой, то он хотя бы пытается себе создать иллюзию этой власти посредством атрибутов потребления «элиты», поскольку подобные стремления ассоциированы, в первую очередь, с успехом, что в настоящее время в качестве общей установки достаточно популярно. Кроме того, процесс глобализации, о котором так много говорят и полагают его как верный принцип организации жизнедеятельности людей, на самом деле, является, по сути, иллюзией и тем примером, когда человек желаемое выдает за действительное. Из-за этого в процессе интеграции мы теряем человека как индивидуальность и в условиях конформизма подавляем личностную составляющую субъекта, что также отражается на ином, иллюзорном, понимании элиты, как тех, кто, обладая атрибутами власти и материального достатка, стремятся таким образом быть отличными от «толпы». Именно это происходит с теми субъектами, которые позиционируют себя как приверженцы «чайлдфри» и объясняют это разными, казалось бы, объективными причинами, перечисляя множество благ, которыми они как «элита» могут пользоваться в отличие от тех, кто таковой не является, то есть обычных «детных» людей: это возможность свободно путешествовать, получать образование, строить карьеру, заниматься саморазвитием, полностью отдаваться любимому делу и пр.

Рассуждая о мотивации как регулятивном механизме человеческого поведения, мы обращаемся к психологии, которая определяет в качестве основных таких побудительно-идеальные факторы человеческой деятельности когнитивные (познавательные), ценностные, проектные и реактивные факторы. Ориентируясь на представления психологии о побудительно-идеальных факторах и обращаясь к субстанционально-деятельностной теории в социальной философии можно предположить, что представители «чайлдфри», говоря о своей элитарности, сознательно или подсознательно опираются на соответствующие этой схеме критерии.

Когнитивные факторы. Один из самых важных побудительно-регулятивных факторов, «первый критерий» элиты – познавательный компонент, т.е. представители элиты должны обладать интеллектуальным потенциалом и кругозором.

Ценностное предпочтение связано с формированием мотива в человеческой деятельности. *Мотив* – это предпочтение чего-то чему-то (ценностное предпочтение). Именно здесь находятся истоки свободы воли.

Однако ценностная характеристика мотива не всегда учитывается в психологии: в основном мотив рассматривается как (от лат. *movere* — приводить в движение, толкать) предмет, который выступает в качестве средства удовлетворения потребности (А.Н. Леонтьев); «мотив – как побуждение – источник действия, его порождающий; но чтобы стать таковым, он должен сформироваться» [*Рубинштейн С.Л., 1989 : 42*]. Если рассматривать мотив с этой точки зрения, то он должен определяться как объективное свойство субъекта, но мотив – это идеально-регулятивный механизм деятельности и является порождением сознания, соответственно напрямую зависит от него. В связи с этим роль мотива в деятельности определяется варьированием выбранных средств с учетом целепостановки. При этом воля рассматривается как способность, производную от сознания, будь то сознательная регуляция субъектом своей деятельности. Волевое побуждение к действию исторически возникло в процессе труда, где создание орудий не приводит к непосредственному удовлетворению актуально переживаемой субъектом потребности. На стадии мотивации, где осуществляется процесс осознания потребности, воля выступает мощным регулятором деятельности индивида, поскольку осознание потребности и поиск средств к их удовлетворению не становится фактом сиюминутного состояния насыщения. Сознание способно вырабатывать имманентные ему импульсы поведения (свобода воли), что в результате дает возможность любую потребность временно не делать импульсом поведения, то есть ранжировать поведение (например, аскетический образ жизни монаха в отличие от комфортного существования «светского льва»). Но все эти вариации не выходят за пределы необходимости удовлетворения потребностей, поскольку таковое является непременным условием поддержания жизни человека. Существуют определенные действия, производимые субъектом автоматически, то есть это те действия, которые, проходят через мотивационную сферу, включая участие воли. В этой связи воля и соответственно умение управлять своим поведением является важнейшим критерием элиты, когда общественные интересы становятся гораздо важнее личных. Кроме того, воля как проявление сознания субъекта в процессе реализации деятельности необходима еще и тогда, когда элита стремится не руководствоваться в своих действиях биологически заданными потребностями и идти на поводу своих бесконечных желаний, а пытается нести ответственность за свои поступки и направлять других, что напрямую согласуется с миссией элиты, полагая ее смысл в том, чтобы заниматься наиболее благородными формами человеческой деятельности, служить охраняющим фактором культуры и цивилизации.

Ценностные компоненты ориентируют на следование объективным этическим нормам. На ценностном уровне получает качественную наполненность актуализированные потребности, что становится определяющим для вектора того или иного действия и влияет на характер постановки целей и способов их достижения. В этой связи речь заходит о соответствии потребностей и условий для их реализации. Особенно это является принципиальным в стремлении найти точки пересечения биологических

концепций, которые либо стараются свести количество потребностей к минимуму (например, психофизиологи И. Ренчлер, Б. Херцбергер и Д. Эпстайн выделяют такие типы потребностей: познания, экономии сил и вооруженности теми знаниями, навыками и умениями, которые наиболее коротким и верным путем ведут к достижению цели [*Красота и мозг*, 1995 : 8-10]), либо потребностями называют любые проявления человеческой активности (С. Мюррей, У. Мак-Дугалл).

Соотношение потребностей и понятия элита должны быть актуализированы и реализованы в процессе развития таких потребностей, как бытийные и личные (названия данных типов потребностей аналогичны тем, которые указаны в классификациях А. Маслоу), [Маслоу А., 2008] направленные на внутреннее и социальное развитие субъекта. А именно: бытийные потребности - потребность в общении; потребность в самоутверждении; личные потребности - потребность в свободе; потребность в любви; потребность в творчестве; эстетическая потребность. Независимо от того, каким образом происходит разделение потребностей на бытийные или витальные, предпосылки и суть носят врожденный характер. Другое дело, когда мы в социальные или личностные потребности вкладываем особый смысл и процесс обнаружения и формы ощущения этих потребностей у нас особенные, поскольку отношение к этим потребностям особенное.

Если мы обращаемся к *бытийным потребностям*, то их соотношение с определением критериев элиты должно выглядеть таким образом: (а) потребность в общении, (б) в самоутверждении и (в) в творчестве.

(а) *Потребность в общении* как потребность, которая обуславливает стремление человека к общественным отношениям, формирующим адекватное восприятие как действительности, так и себя самого. По сути, потребность в общении отображает свойство коллективной сущности субъекта и дает основу для стремлений человека общаться с себе подобными. Тесно связана с потребностями в общении и в познании *потребность в информации*, поскольку также определяет возможность человека к социальной адаптации в силу того, что ему необходимо знать, какие события происходят не только с окружающими его людьми, но и за пределами его визуального восприятия, чтобы ощутить себя частью общей системы взаимоотношений на уровне не только своей востребованности, но и на уровне своей осведомленности. Указанная потребность претендует на принадлежность к базовым, поскольку ее наличие обусловлено природной сущностью человека.

(б) *Потребность в самоутверждении*, как та, которая реализуется в условиях коммуникации индивидов и определяет необходимость развития интеллектуальных способностей, также соотносится с понятием «элита». Каждому человеку свойственна саморазвитие либо посредством работы, либо посредством взаимоотношений между людьми. Исследованием данной потребности занимались и продолжают заниматься многие ученые (К.Г. Юнг, А. Адлер, К. Роджерс, А. Маслоу, Г. Олпорт, Д. Макклелланд и др.), поскольку всегда были актуальными возможности и пути самоопределения субъекта, а также поиск основ позитивного восприятия действительности. Потребность в

саморазвитии и потребность в самоутверждении очень близки по значению, но отличны по содержанию в плане детерминации: если первая потребность детерминирует личное развитие субъекта и связано непосредственно с собственной оценкой индивидом своих возможностей; то вторая потребность детерминирует социальную востребованность субъекта, т.е. способность не просто к социальной адаптации, а возможность быть замеченным и реализованным в процессе общения на уровне актуализации данной потребности. Почти каждое коммуникативное действие сопровождается желанием, то более, то менее осозанным, показать «значимым другим» оригинальность, своеобразие и непохожесть собственной личности. Особенно выделяют потребность в самоактуализации (наиболее сильно развитой у субъектов элиты власти). Высшей мерой самоактуализации является реализация способностей, талантов, а подчас и гениальности человека.

Одним из типов личных потребностей является *потребность в свободе*, детерминирующая возможность выбора, а также возможность проявления собственной природы человека. Несмотря на то, что в рамках научных исследований различных дисциплин понимание свободы не ограничивается каким-то одним исходным определением, с позиции анализа потребностей, наиболее приемлемым в общем контексте исследования является либеральная позиция, которая рассматривает в качестве свободы возможность субъекта выбирать и беспрепятственно реализовывать жизненно важные цели и ценности. Человек всегда стремится к тому, чтобы его действия, убеждения по мере возможности ничто и никто не ограничивали. Проблема актуализации данной потребности связана с внешними условиями существования человека, под воздействием которых свобода индивида определенным образом подавляется. Потребность в свободе актуализируется в момент осознания субъектом ее отсутствия или недостаточности, что наиболее пагубно воздействует особенно на тех, кто отбывал срок в местах лишения свободы. В общественном мнении существует традиция связывающая «свободу» со «вседозволенностью». В этой связи этическую потребность рассматривают как противоположность потребности в свободе, поскольку она заключается в целесообразном управлении свободной самодеятельностью индивида в интересах социума, а значит, и в его собственных интересах. Этическая потребность связана с биогенной потребностью в свободе, являясь ее социальным противовесом. Однако этическая потребность не является детерминантом деятельности, поскольку представляет собой форму выражения волевого посыла, т.е. человек сознательно координирует посредством этических норм свое поведение. Возникновение воли связывается со становлением индивида как самоопределяющегося субъекта, который сам свободно (произвольно) определяет свое поведение и отвечает за него.

Необходимо также выделять ещё и *эстетическую потребность*, которая характеризует собой свойство человека определять критерии прекрасного как умения разграничивать эту категорию с ней противоположных, что отлично от качественной характеристики, которое дает сознание. Эстетическая потребность заключается в том, чтобы упорядочить, ритмизировать,

гармонизировать все без исключения виды деятельности человека. Указанная потребность определяется не тем, какие качественные условия жизни окружают субъекта, а тем, как сама потребность определяет необходимость развития средств для ее удовлетворения. В данном контексте в отношении к элите формируется такой критерий, как эстетическая потребность, но связанная, по сути, в своей реализации не с внешней составляющей представителей элит, а с преобразовательными их функциями, направленными на гармонизацию отношений в обществе.

(в) *Потребность в творчестве* соотносится с личным, и социальным потенциалом субъекта, направляя внутренние силы организма на нестандартное решение проблем. Данная потребность также считается базовой в силу того, что определяет стремление человека к развитию внутренних возможностей. Благодаря наличию данной потребности субъект оказывается способным к развитию научного мышления, а также воображению в различных областях деятельности. Еще Э. Мунье отмечал, что по сравнению с потребительскими нуждами потребности творчества являются собственно личностными, поэтому они не должны знать никаких других ограничений, кроме индивидуальных способностей и возможностей [Мунье Э., 1999 : 402] Однако специфика данной потребности заключается в том, что ее осознание осуществляется людьми, достигшими личностного и социального развития; в иных случаях потребность в творчестве не обретает чувственного отображения. Все указанные характеристики также соответствуют качественной сути элиты, которая должна стремиться к индивидуальным и нестандартным путям решения существующих в обществе проблем, активизируя, в первую очередь, свой духовный и интеллектуальный потенциал, а также креативность.

Наибольшую сложность в плане анализа представляют потребность в саморазвитии, потребность в самоутверждении, эстетическая потребность, потребность в творчестве, поскольку нет общепринятых подходов относительно механизма их формирования, не смотря на то, что данные типы широко представлены в литературе. С одной стороны, нельзя говорить о потребности, если она не принадлежит каждому представителю человеческого рода; с другой стороны, недостаточно конкретного материала для доказательства обратного. В связи с этим вопрос остается открытым и требует дальнейшего исследования. Поскольку данная позиция не отображает отрицание указанных типов потребностей, но при этом однозначно не утверждает их в качестве детерминантов деятельности, постольку механизм соотношения данных потребностей с понятием «элита» сложно представить абсолютно верным. Тем не менее, очевидность присутствия такого рода детерминант в деятельности элиты отрицать нецелесообразно.

Следующим побудительно-идеальным фактором человеческой деятельности являются *проектные формы сознания*, что связано с целеполаганием и разработкой плана действий. На данном уровне развития деятельности целеполагание рассматривается как основополагающий принцип построения действия, когда которое является отражением желаний и стремлений субъекта. Цели придают направленный характер человеческому

поведению и ориентируют мысли и действия человека на достижение определенного результата. Элитная личность это как раз та самая личность, которая эти цели и определяет не только для себя, но и для других. В дальнейшем индивидуум реагирует и действует в соответствии с этими намерениями или целями, даже если они не достигаются. Результатом реакций являются последствия, обратная связь или подкрепление. Целеполагание дает возможность субъекту спрогнозировать заранее желаемый результат согласно специфике реальных взаимосвязей человека с окружающей действительностью. Целеполагание есть выход за пределы ограничения, определяемые естественной необходимостью, равно как и преодоление ограниченности уже известных, выявленных и в этом смысле устойчивых связей объекта. Указанные факты представляют возможным выступать человеку как системообразующим элементом «исторической природы», полагая самого себя, свое развитие в качестве опосредующего звена, связывающего природные объекты, человек выступает, поскольку благодаря сознанию человек способен создавать собственную реальность, давать многогранную оценку происходящим событиям. Особое значение в определении качества деятельности играет постановка целей, являющихся отражением желаний и стремлений субъекта. При этом следует обратить внимание на тот факт, что целевая и волевая стадии развития деятельности напрямую зависят от уровня духовного развития личности. В этой связи для прогнозирования и последовательности действий элитам также необходимо целеполагание, поскольку *целеустремленность является важнейшим условием формирования лидерских качеств*, а элита в этом плане должна быть примером сильной личности, которая знает, что хочет добиться от жизни.

Реактивные формы сознания - это те импульсы, которые неотделимы от факта деятельности (волевой посыл или эмоции). Эмоции являются формой обнаружения потребности: момент осознания потребности проходит под воздействием эмоционального состояния субъекта. Другими словами, посредством различных эмоций мы выражаем свое удовлетворенное, либо неудовлетворенное состояние. Ряд исследователей, отождествляющих потребность и нужду, тем самым связывают потребность с состоянием, поэтому следствием этого становится представление о тесной связи самой потребности и эмоций, что становится причиной отождествления потребности и чувства: «С одной стороны, удовлетворение или неудовлетворение потребности, которая сама не проявилась в форме чувства, а испытывается, например, в элементарной форме органических ощущений, может породить эмоциональное состояние удовольствия – неудовольствия, радости – печали т.п.; с другой стороны – сама потребность как активная тенденция может испытываться как чувство, так что и чувство выступает в качестве проявления потребности» [Рубинштейн С.Л., 1989 : 141].

Очевидно, что представление мотивационных критериев элиты как в своем количестве, так и в своем качественном наполнении направлено, в первую очередь, на корректное понимание элиты, а также на понимание сложности и многогранности данного феномена. Сторонники же добровольной

бездетности склонны апеллировать к этим критериям как способу оправдания своего нетрадиционного выбора, говоря о том, что это естественные детерминанты, обусловленные природной сущностью человека, которые определяют их поведение, независимо от того, что оно противоречит традиционным нормам поведения человека.

По утверждению Р. Дарендорфа, «конфликты современного общества связаны именно с жизненными шансами людей. Большое количество жизненных шансов – большему числу людей – вот цель политики свободы». [Dahrendorf R., 1965] Социальные границы условны, а потому должны быть преодолимы. В 2003 г. Р. Дарендорф опубликовал автобиографию «Через границы», в которой признавался, что его собственная идентичность основана на потребности в «пересечении границ». [Dahrendorf R., 2003] Пересечение границ в настоящее время выражается не только в феномене «чайлдфри», но также в таких явлениях последнего времени как миграция, академическая мобильность, как пересмотр других этических и политических норм и ценностей. А поскольку все эти процессы в первую очередь затрагивают именно элиту с ее интересами, мотивами и ценностями, они становятся мощным инструментом приверженцев добровольной бездетности для логично выстроенной на первый взгляд аргументации, мотивации и распространения псевдоценностей.

Библиографический список

1. Красота и мозг. Биологические аспекты эстетики: Пер. с англ. / Под ред. И. Ренчлера, Б. Херцбергер, Д. Эпстайна. – М.: Мир, 1995. – 335 с.
2. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии: в 2 т. Т. 2. – М.: Педагогика, 1989. – 328 с.
3. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб.: Питер, 2008. – 352 с.
4. Мунье Э. Манифест персонализма. / Пер. с франц. – М.: Республика, 1999. – 559 с.
5. Baudrillard J. The Consumer Society. Myths & Structures. – L., Thousand Oaks, N.Y., Delhi: SAGE Publications, 1998.
6. Bell D. The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting. 2nd ed. N.-Y.: Basic Books, 1976. – 507 p.
7. Dahrendorf R. Elemente einer Theorie des sozialen Konflikts // Dahrendorf R. Gesellschaft und Freiheit München, 1965
8. Dahrendorf R. Über Grenzen: Lebenserinnerungen (4. Aufl. ed.). München: Beck, 2003.
9. La, Rochefoucauld. Reflexions ou Sentences et Maximes morales. P.: Garnier Freres, 1961. – 218 p.
10. Lasch. Ch. The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy. /W. W. Norton & Company. New York – London. 1995. – 276 p.
11. Toffler A. Future shock. N.-Y.: Random House, Curtis Brown, Ltd. 1970. - 558p.
12. Young M. The Rise of the Meritocracy: 1870 – 2033: An Essay on Education and Equality. London, Thames and Hudson. 1958. – 382 p.

**Макарова И.А. Население и национальный состав
Забайкальского края: проблемы и тенденции развития**

**Population and national composition of the Trans-Baikal Territory:
problems and trends**

Макарова Ирина Александровна
Забайкальский государственный университет, г. Чита
m5115397@yandex.ru

Makarova Irina
Transbaikal State University, Chita

Аннотация. Рассмотрен национальный состав приграничного региона – Забайкальского края. Представлены основные показатели изменения численности населения, выявлены особенности. Проанализированы процессы депопуляции населения.

Ключевые слова. Население, национальный состав, депопуляция, численность.

Abstract. Considered the national composition of the border region - the Trans-Baikal Territory. The basic indicators of population change, peculiarities. The processes of depopulation.

Keywords. Population, ethnic composition, depopulation, the number-of.

Забайкальский край занимает особое геополитическое положение. Он значительно удален от основных жизненных центров западной части страны, близко расположен к Дальнему Востоку и занимает ключевое положение на пути к Тихому океану и странам Юго-Восточной Азии.

Это стратегически важный для России регион, богатый природными ресурсами, со слабо заселенной территорией, граничащей с двумя азиатскими государствами – Монголией и Китаем [4, стр. 81].

По данным переписи населения 2010 г., в крае проживает более 120 национальностей. Наибольшую численность населения составляют русские – 88,3 %, затем буряты – 6,6 %, украинцы – 0,6 %, татары – 0,5 %, армяне – 0,3 %, азербайджанцы – 0,2 % и др.

Анализ демографических данных показал следующие результаты: численность населения края в 2015 г. составила 1087,5 тыс. человек. В период с 2010 по 2015 гг. население сократилось на 21, 7 тыс. человек по причине крайне высокой смертности и непрекращающегося оттока местного населения в районы с более благоприятной социально-экономической ситуацией [5, стр. 86].

По инерционному варианту прогноза Забайкалкрайстата,

предположительная численность населения края к началу 2026 г. составит – 983,9 тыс. человек, т.е. депопуляция составит – примерно 103,6 тыс. человек (табл. 1).

Таблица 1

*Национальный состав Забайкальского края
(до 1 марта 2008 г. Читинская область), тыс. чел.*

Годы	1970	В % к обще му числ у	1979	В % к обще му числ у	1989	В % к обще му числ у	2002	В % к обще му числ у	2010	В % к обще му числ у
Все население, человек	1144918		1232006		1375340		1155346		1107107	
русские	1026149	89,6	1103576	89,5	1216325	88,4	1037502	89,8	977400	88,3
буряты	51629	4,5	56503	4,5	66625	4,8	70457	6,0	73941	6,6
украинцы	24782	2,1	27297	2,2	38208	2,7	11843	1,0	6743	0,6
татары	14283	1,2	13369	1,1	12335	0,9	8159	0,7	5857	0,5
белорусы	5971	0,5	7454	0,6	9203	0,6	2973	0,2	1544	0,13
азербайджанцы	341	0,03	829	0,06	1964	0,14	2129	0,2	2045	0,2
чувашаи	2304	0,2	2317	0,2	2306	0,16	1271	0,1	792	0,07
эвенки	1445	0,1	1341	0,1	1271	0,09	1492	0,1	1387	0,12
армяне	576	0,05	975	0,08	1860	0,13	3594	0,3	3943	0,3

Группировка данных по национальному составу населения позволила выявить следующие результаты: за 40 лет, с 1970 по 2014 гг., в Забайкальском крае [2, стр. 11]

снизилась численность, %:

- украинского населения – на 2;
- русского населения – на 1,4;
- чувашей – на 1;
- белорусов – на 1;
- татар – на 1;
- эвенков – на 1.

увеличилась численность, %:

- бурят – на 2,1;
- армян – на 0,25;
- таджиков – на 0,5;
- азербайджанцев – на 0,17;

Таким образом, не смотря на депопуляцию, русское население составляет большинство – более 80 % населения Забайкальского края.

Численность населения административного центра г. Чита составляет 324942 человек, распределение национального состава выглядит следующим образом: 295550 – русские (91 %), буряты – 7370 человек (2,3 %); украинцы – 2960 человек (0,9 %); татары – 1727 человек (0,5 %) и др. [2, стр. 18]

Для сравнения, население муниципального района «Хилокский» составляет 31760 человек, из них русских 29311 человек (92,3 %); буряты – 1336 человек (4,2 %); украинцы – 136 человек (0,4 %), китайцев – 98 человек (0,3 %). Отмечено преобладание китайцев в Хилокском районе, которое связано с лесоперерабатывающей промышленностью. Подобная ситуация в Карымском, Красночикийском, Шилкинском, Могойтуйском и других районах края (рис. 1).

Весьма острой проблемой в нашем крае является эмиграции местного населения – отток трудоспособных и экономически активных людей. Эмиграция связана с качеством жизни в регионе.

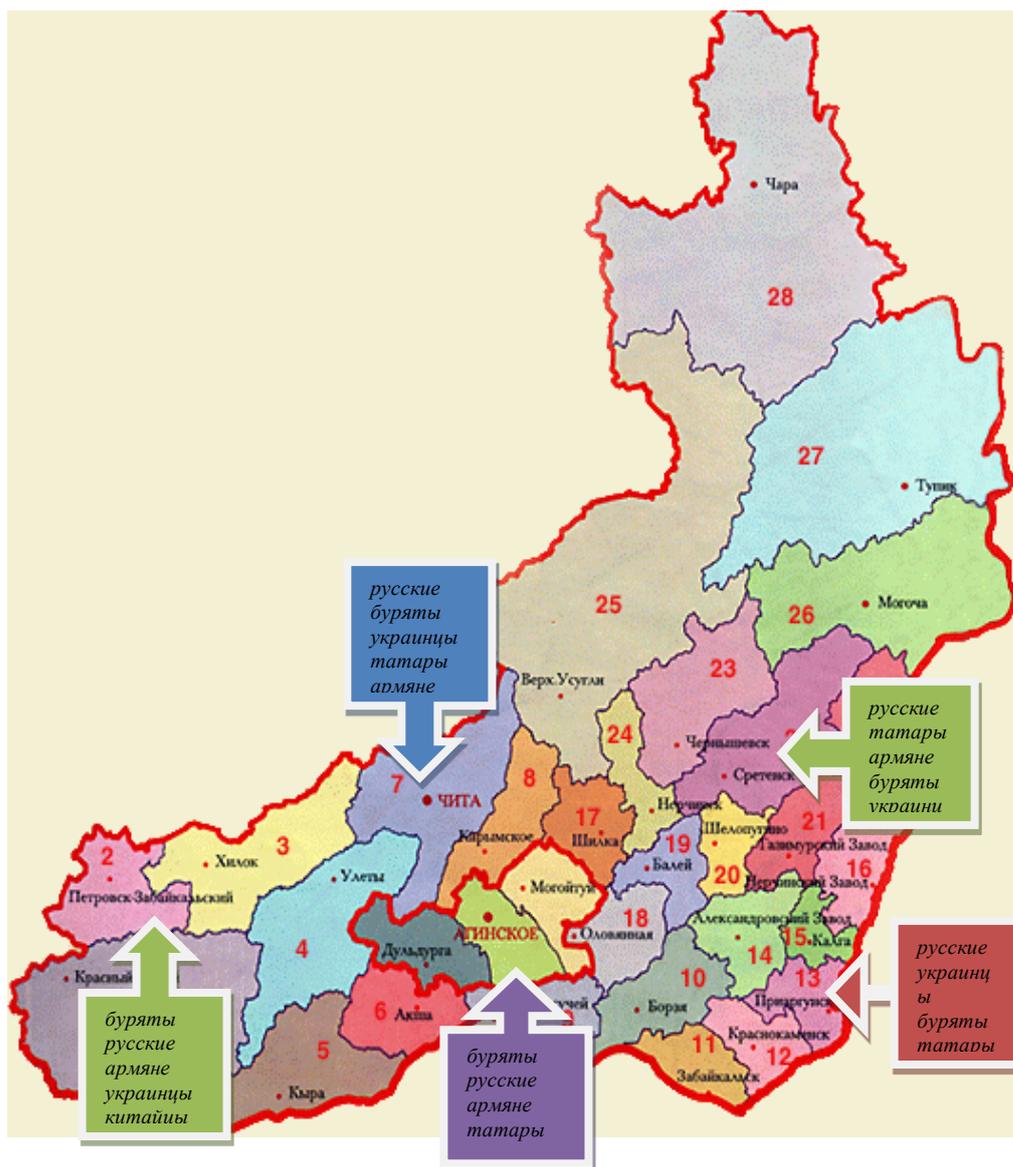


Рис. 1. Распределение национального состава населения Забайкальского края по итогам переписи населения за 2010 г.
(на вставках национальности показаны в порядке убывания)

Забайкальский край вошел в число регионов, которые пока не имеют

устоявшихся экономических основ для успешного развития. Наблюдается острая депопуляция населения, низкий уровень жизни и как следствие отток трудоспособного молодого населения. Однако оно в силу своего геополитического положения Забайкальский край выступает активным участником миграционных процессов, являясь одновременно и принимающим центром, и регионом транзита мигрантов.

Миграция выступает значительным источником пополнения населения. На территорию нашего края увеличивается поток граждан из стран бывших союзных республик, в первую очередь, из Узбекистана, Таджикистана, Киргизии, а также Китая. Это связано, в первую очередь, с изменением порядка осуществления иностранными гражданами трудовой деятельности на территории Российской Федерации (табл. 2).

Таблица 2

*Численность миграционного населения Забайкальского края
за 2010 – 2014 гг.*

Год	2010	2011	2012	2013	2014
Число прибывших	19298	25451	27770	27069	29336
Число выбывших	24180	34731	35376	35623	36078
Миграционный прирост, убыль (-)	-4882	-9280	-7606	-8554	-6742

Трудовая миграция в Забайкальском крае – самый динамичный миграционный поток. По данным Управления ФМС России по Забайкальскому краю, по целям временные мигранты распределяются следующим образом: 54 % – работа, 20,5 % – решение частных вопросов, включая получение образования, 7,2 % – туризм, 17,3 % – коммерческая деятельность [7]. Таким образом, рынок труда в Забайкалье в большинстве случаев занят мигрантами: торговля на рынке, строительство, водители маршрутных такси и др.

С каждым годом увеличивается число китайских трудовых мигрантов. В 2008 г. этот показатель принял максимальное значение – 27 616 человек, увеличившись по сравнению с 2000 г. в 23 раза [7]. Направления преобладания китайского труда – отрасли, где основные производственные операции не поддаются механизации: лесоповал, кирпичная кладка и отделочные работы в строительстве [1, стр. 118].

Проживание на территории края китайских мигрантов связано с сугубо временным пребыванием. Однако среди них есть и граждане, решившие связать свою жизнь с Забайкальем.

Граничащие территории обладают взаимодополняемыми половыми структурами населения: в Забайкальском крае доминирует численность женщин, а например, в Хулунбуире (граничит с Забайкальем на северо-западе) – мужчин, что способствует созданию смешанных браков.

По данным переписи населения 2010 г., в России преобладание

численности женщин над численностью мужчин начинается с 30-летнего возраста [3, стр. 136]. Кроме того, Чита вошла в тройку городов России с самым большим количеством одиноких женщин. Она уступает первенство только Иваново и Ярославлю [6]. Это подтверждают статистические данные (табл. 3).

Половая структура населения Китая имеет тенденцию к увеличению мужского населения страны в связи с проведением политики плановой рождаемости. Дисбаланс в соотношении полов остается острой проблемой для Китая.

Таблица 3

Распределение населения Забайкальского края по полу, чел.

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Все население	1115,1	1111,4	1109,2	1109,0	1106,2	1099,4	1095,2	1090,3
в том числе:								
мужчины	531,9	529,8	529,0	529,4	529,1	525,8	524,0	522,0
женщины	583,2	581,6	580,2	579,6	577,1	573,6	571,2	568,3
В общей численности населения, процентов								
мужчины	47,7	47,7	47,7	47,7	47,8	47,8	47,8	47,9
женщины	52,3	52,3	52,3	52,3	52,2	52,2	52,2	52,1

Этот фактор способствует перемещению молодых китайцев в Забайкалье, в поисках невесты. Однако как показывает статистика, количество регистраций браков с гражданами Китая не велика, например, в 2011 г. в Забайкальском крае, официально зарегистрировано 8 браков с гражданами КНР, в 2012 г. зарегистрировано 3 брака.

Таким образом, разница демографического потенциала – перенаселенный северо-восточный Китай и пустеющие Сибирь и Дальний Восток, создают благоприятные условия для сотрудничества между странами. Забайкальский край выступает активным участником миграционных процессов, являясь одновременно и принимающим центром, и регионом транзита мигрантов из стран Средней Азии и Китая.

Библиографический список

1. Козыкина Н. В. Миграционные процессы в Забайкальском крае: состояние и тенденции развития : монография. Екатеринбург : Изд-во Урал, унта, 2012. 160 с.
2. Национальный состав населения забайкальского края, владение языками и гражданство по итогам всероссийской переписи населения 2010 года, Стат.сб./Забайкалкрайстат. Чита, 2013. 81 с.
3. Социально-демографический портрет России: По итогам всероссийской переписи населения 2010 года/Федер. служба гос. статистики. – М.: ИИЦ «Статистика России», 2012. С.26-28.

4. Макарова И.А. Динамика межэтнической структуры населения забайкальского края по итогам переписи населения // Аспирант: труды молодых ученых, аспирантов и студентов: приложение к журналу «Вестник Забайкальского государственного университета» №6(12). – Чита: ЗабГУ, 2013. – 107 с.

5. Макарова И.А. Формирование этнического состава населения Забайкальского края: социологический анализ // Современные концепции научных исследований: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. Москва, ЕСУ, 2015. С. 84

6. Чита вошла в тройку городов России с самым большим количеством одиноких женщин. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://zabinfo.ru/99607>

7. УФМС по Забайкальскому краю. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://ufms.chita.ru/>

УДК 659

Радинская А.Д. Моногамия выбора в женских модных журналах

Monogamy selection in women's fashion magazines

Радинская Александра Дмитриевна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
radi_alex@mail.ru

Radinskaya Alexandra Dmitievna

Saint-Petersburg state University of industrial technology and design

Аннотация. В представленной статье рассматривается использование PR-технологий в женских модных журналах. Возможности, предоставленные изданием рекламодателям для продвижения своего бренда. В статье представлены результаты анализа женского модного журнала Elle, где продемонстрировано использование возможностей PR-технологий в журнале.

Ключевые слова: Мода, модный журнал, женская пресса, PR-технологии в журнале

Abstract. In the present article discusses the use of PR-technologies in women's fashion magazines. The opportunities provided by the publication of advertisers to promote their brand. The article presents an analysis of women's fashion magazine Elle, which demonstrated utilization of PR-technologies in the journal.

Keywords: Fashion, fashion magazine, women's press, PR-technologies in the journal

Мир вокруг нас пестрит разноцветными, яркими фразами

«Уникальность», «Разнообразие», «Эксклюзивность». Современное общество находится в постоянном поиске чего-то нового и необычного. Каждый человек старается тем или иным способом выделиться из толпы, доказав, что он «не такой, как все». Это выражается во всем: в работе, автомобиле, дизайне кухни, имени домашнего животного, выборе маршрута путешествия и даже — в цвете волос.

Массовая пресса поддерживает поиски обывателей, старательно рекламируя эксклюзивные интервью, новые марки одежды/автомобилей/еды, позиционируя себя в качестве уникальных изданий. Женские модные журналы стремятся донести до читательниц свою эксклюзивность в материалах, рекламе и даже дизайне. Однако при более близком знакомстве с подобными изданиями можно очертить определенный, достаточно ограниченный круг брендов, присутствующих на страницах практически каждого из этих журналов.

Модные глянцевого издания существуют благодаря рекламодателям. Эти журналы относятся к разряду элитарных, поскольку рассказывают об определенном стиле жизни, актуальном для аудитории с высоким материальным достатком. Именно потому здесь можно найти прежде всего материалы о так называемом светском обществе, которые наглядно демонстрируют современную «мифологему бомонда», таким образом тиражируя и продвигая традиционные, устойчивые представления об основных «параметрах» (ценностях, нормах) данного образа и стиля жизни. Именно благодаря подобной направленности этих журналов бренды модной одежды стремятся оказаться на их страницах. Самый простой способ донести информацию о бренде до аудитории – это реклама в журнале. Открывая любой модный журнал можно долго пролистывать первый рекламный блок в поисках оглавления и не рекламных материалов. Однако при более подробном анализе журнала станет понятным, что весь журнал построен вокруг рекламодателей, таким образом предоставляя им больше возможностей.

Данная ситуация объясняется тем, что модные издания имеют свою коммуникационную политику, которая обуславливается их экономическими нуждами. Журналы данного типа существуют за счет рекламы – чем её больше, тем больше возможностей для развития у журнала и тем более долгий срок его существования.

Коммуникационная политика (promotion mix) – это совокупность способов продвижения товара на рынок:

Реклама;

Паблик рилейшнз (PR) – связи с общественностью;

Стимулирование сбыта;

Специализированные выставки;

Персональные продажи.²

Модный женский журнал должен привлекать не только большую часть

2

² Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 22с.

аудитории, на которую он направлен, но и новых рекламодателей. То есть издание можно рассматривать как площадку для продвижения бренда, не только с помощью рекламы, но и PR-технологий.

Чтобы рассказать о фирме или бренде не обязательно размещать его рекламу в каждом номере, возможен и другой вариант – PR-поддержка. Эту форму продвижения можно найти в любом модном журнале, где есть фотосессии, а так как на данный момент такие рубрики представлены во всех журналах, то достаточно открыть любую страницу, чтобы узнать рекламодателя издания.

Для подтверждения данной теории, был проведен анализ журнала Elle за март, май и июнь 2016 года. Для составления круга рекламодателей было взято большее количество журналов – сентябрь 2015- июнь 2016. Такой подбор материалов объясняется тем, что PR-поддержка часто находится не в том же номере журнала, где есть реклама бренда, а также тем, что количество рекламных мест в журнале ограничено, и сезонностью марки. Так, например, бренд Charmante размещает свою рекламу весной и летом, поскольку в другие сезоны купальники менее актуальны. С другой стороны, есть бренды, которые присутствуют на страницах журналов из номера в номер – это такие известные марки как Chanel, Dior, Gucci, Louis Vuiton, Tiffany. Поэтому их поддержка осуществляется также почти в каждом номере.

В результате проведенного анализа было выявлено 139 брендов, указанных в съемках, 100 из них являются рекламодателями. Таким образом, 28% представленных марок в съемке не являются рекламодателями.

Однако данная цифра может несколько измениться с выходом следующих номеров, поскольку, как говорилось ранее, PR-поддержка марки осуществляется не только в том номере, где представлена реклама.

Таким образом, каждое модное издание имеет свою определенную базу марок и брендов, из которых и «собирается» журнал. Поскольку рекламодатели – это то, за счет чего существует журнал, база включает в себя максимальное количество марок. Так формируется некий ограниченный, хотя и достаточно широкий, круг рекламодателей, из товаров которых собираются несколько «уникальных» журналов. Наличие в коллекции дизайнеров не одной, а целого ряда моделей, помогает разным изданиям не повторяться, однако названия марок на страницах из номера в номер могут быть одни и те же.

Стоит отметить, что журналы стремятся отображать новые тенденции в мире моды, которые должны быть донесены до читателей как можно раньше. Эта ситуация, а также желание рекламодателей рассказать о новых коллекциях обуславливает известную тенденцию раннего выпуска номеров модных журналов: в начале апреля можно приобрести уже майское издание, которое представляет читателям новые тенденции, актуальные в следующем месяце или сезоне. То есть — модные женские журналы действуют на опережение – представленные коллекции появятся на прилавках магазинов спустя несколько недель, после выхода журнала.

Таким образом, уникальность современных модных изданий возможна

только в ограниченных временных рамках, а именно — пока конкурентный журнал еще не появился на прилавках магазинов.

Библиографический список

1. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 519 с.
2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. М.: Аспект-пресс, 2001. 241 с.
3. Журнал Elle, сентябрь 2016 г.
4. Журнал Elle, октябрь 2016 г.
5. Журнал Elle, ноябрь 2016 г.
6. Журнал Elle, январь 2016 г.
7. Журнал Elle, февраль 2016 г.
8. Журнал Elle, март 2016 г.
9. Журнал Elle, май 2016 г.
10. Журнал Elle, июнь 2016 г.

УДК 304.2

Савицкая В.Ю. Влияние рекламы на современное российское общество

Influence of advertizing on modern Russian society

Савицкая Вероника Юрьевна

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
г.Санкт-Петербург
pip15@yandex.ru

Savitskaya Veronika Yrievna

S.Petersburg State Univertsity of industrial technology and design,
S.Petersburg

Аннотация. В статье предпринята попытка проследить влияние рекламной коммуникации на российское общество в кризисный период.

Ключевые слова. Общество, реклама, поведение, ценности, культура.

Abstract. An attempt to trace influence of advertisement communication on Russian society in a crisis period is undertaken in the article.

Keywords. Society, advertisement, behavior, values, culture.

Современный мир и современное общество оказалось в ситуации глубочайшего кризиса, причем это не просто некий мифический кризис, а тот перелом, который застиг социум практически во всех областях его

жизнедеятельности: экономике, политике, религии, культуре. Мир и общество неотделимы, но и не совместимы одновременно. В данном времени Мир развивается – развиваются технологии, совершенствуются знания, накапливается опыт, однако общество при этом нивелирует прогресс, создавая войны (именно формируя, разрабатывая их по технологиям любой кампании), участвуя в политических конфликтах, биржевых и валютных играх и тому подобном. Общество вступило в фазу деградации, моральной и нравственной в том числе. Состояние оценивается многими исследователями как крайне тревожное, особенно негативные оценки заслужило именно российское общество. Последние статистические данные по убийствам показывают, что в 2009 году в России их было совершено 21603. По данным ФБР, в США в том же году было 13636 убийств, хотя численность населения там вдвое больше, чем в России. Более 80% таких убийств были совершены с применением оружия [2]. «В последние годы нам всё чаще рассказывают, что преступность в России снижается, в том числе уменьшается количество убийств за год. Но это не так, - считает Владимир Овчинский, генерал-майор милиции в отставке, экс-глава Российского национального бюро Интерпола. - Мы занимаем третье место по количеству убийств (за год на сто тысяч населения) в «Большой двадцатке» промышленно развитых стран. Больше, чем в России, убивают только в Южной Африке и Бразилии. И действительно, далеко не все убийства в нашей стране «зафиксированы документально» [3].

В современной России насчитывается около 40 тыс. несовершеннолетних заключённых, что примерно в 3 раза больше, чем было в СССР в начале 1930-х годов. (Анализ положения детей в РФ. М.: ЮНИСЕФ, 2007; Государственный доклад «О положении детей в Российской Федерации», М.: Министерство труда и социального развития Российской Федерации, 2006 г.) [4].

Сегодня в условиях кризиса социологи отмечают, что криминальная субкультура все больше проникает в нашу обыденную жизнь и воспринимается, особенно для молодежи и подростков, как нечто не только провокативное, но и правильное, революционное, выражающее их свободу. Не случайно современный Интернет ежедневно наполняется различного рода видео, в которых подростки сами снимают и выкладывают как они избивают своих одноклассников, учителей, пенсионеров и животных (справедливости ради стоит сказать, что такие ролики появляются во всех частях света).

Мы не ставим вопрос о правовой ответственности и наказании, однако речь идет о новых отношениях внутри общества. Появляется мода на делинквентное поведение. К числу делинквентных относятся правонарушения, выражающиеся в нарушении правил дорожного движения, мелком хулиганстве (сквернословие, нецензурная брань в общественных местах, оскорбительное приставание к гражданам и другие подобные действия, нарушающие общественный порядок и спокойствие граждан), дисциплинарные проступки, распитие спиртных напитков в общественных местах, проституция, мелкие кражи, драки, хамство, порча общественного имущества и так далее. Сегодня такое поведение самими участниками процесса считается как провокативное, «прикольное» и транслируется ими в сети Интернет, собираются «лайки» и

комментарии.

С современных СМИ все чаще мы слышим новости о курсе валют, цены на нефть, положении Сирии, Украины и других стран, санкциях и другие. Однако СМИ на сегодняшний момент не транслируют нравственных ориентиров, ценностей и образцов поведения. И современная реклама берет на себя эту идеологическую функцию. Конечно, в России, в условиях мирового кризиса разговоры о рекламе, так же как и рекламные бюджеты сильно урезались. Рекламная коммуникация является для современного индивида и средством информирования, и социализации, и идеологией, и развлечением, в общем, выступает полифункциональным явлением.

В результате рекламного прессинга современный человек перестает чувствовать «ценностную» опасность. Реклама предупреждает его об опасности заболеть СПИДОМ или о том, чтобы парламентское большинство на выборах не досталось нежеланной партии, но у него нет реального страха перед духовно-ценностной деградацией. Где мы сегодня чаще всего слышим слова «защита», «защищенность», «безопасность»? В рекламных роликах парфюмерных продуктов и предметов личной гигиены.

Анализ рекламы в современном российском обществе [1] позволяет заметить, что она в большей степени ориентирована на формирование потребительского общества, а гедонистически ориентированные потребители не хотят рисковать благополучием во имя каких-то ценностей, пусть даже духовных. Подобный редукционизм нельзя считать логически неизбежным, но он наблюдается все чаще и чаще. Для России безусловным фактором, сдерживающим «марш» потребительства, является экономическая составляющая, низкий жизненный уровень основной части населения, большой экономический разрыв между основными социальными слоями. Для такого общества характерна мозаичность культурных стилей и мировоззренческих позиций, что требует установления некоего интегрирующего, универсального, адаптогенного звена, коим на данный момент, взамен утерянной государственной идеологии, выступает реклама с ее функциональными особенностями. Но, кроме того, что мы оказываемся в новом типе общества, мы сталкиваемся с тем, что консюмеризм накладывается на пресловутую «российскую специфику», свой, особенный набор культурных символов, ценностей, кодов. Российское потребительство специфично, его особенность во многом отражена в художественной литературе (описанная страсть Ильфом и Петровым у Эллочки-людоедки ко всему заграничному), анекдоты про «новых русских» и т.д. Активное потребление было спровоцировано еще в СССР, во времена всеобщего дефицита, когда покупатель «гонялся» за «импортом», сейчас одними из критериев выступают мода, престиж марки и обусловленная ей стоимость, несмотря на введенные санкции и некий подъем престижа отечественных товаров. Но, несмотря на большой технический прорыв, который наша страна обеспечила со времен Советского Союза, потребители до сих пор не выбирают среди марок наши отечественные компьютеры, телефоны, бытовую технику, а про российские автомобили постоянно складывают шутки и анекдоты.

Как известно, PR и рекламная коммуникации способствуют не только

продвижению коммерческих товаров и услуг, а могут и должны стоять на страже интересов государства и его территорий. PR-поддержкой государственные институты пользуются уже давно, однако не все эти коммуникации видны и прозрачны для рядовых граждан. В период обострившегося кризиса PR-коммуникация может помочь эффективно доносить до граждан необходимую информацию от лица государства, продвигать и разъяснять нужные идеи, формировать «правильное» мнение. Прежде всего, оказались востребованными технологии снижения уровня социального напряжения. Одним из эффективных каналов воздействия власти являются СМИ. Уже на следующий день, после обращения В.В.Путина с экранов телевизоров, радио, газет «полилась» информация об успехах нашей страны в сельском, рыбном и мясном хозяйствах. Силами различных коммуникаций до населения доносилась идея о «богатстве и передовых технологиях нашей Родины». Почти каждый новостной репортаж был с полей: или боевых (на Украине или Сирии) или сельскохозяйственных (России). Наконец, наши граждане узнали, что российская рыба лучше норвежской семги, что в Бразилии (оказывается!) закупать мясо можно дешевле и лучшего качества, чем из США и Канады, а наши овощи и фрукты полезнее и румянее польских и греческих. На перебой дикторы, корреспонденты, журналисты спешили сообщить о новых технологиях и предприятиях, о российских фермерах, заботливо и бережно выращивающих для своих граждан вкусную экологически чистую продукцию. И конечно, каждый репортаж был снабжен огромным количеством компетентных, экспертных мнений: политологов, социологов, агрономов, экономистов, историков, директоров и владельцев больших и малых предприятий. Главный вывод, который должны были сделать граждане: «У нас все хорошо и без Запада! Вот им без нас будет плохо!».

Перемены, произошедшие за последние двадцать пять лет в сфере государственного устройства и политической организации российского общества, можно назвать грандиозными. Трансформация, происходящая в России, проявляется и в изменении в мировоззрении населения. Можно утверждать, что институциональные преобразования во всех других сферах необратимы только тогда, когда они восприняты обществом и закреплены в новой системе ценностей, на которые это общество ориентируется. Изменения в мировоззрении населения могут служить одним из важнейших индикаторов реальности и эффективности общественной трансформации в целом.

В России, в результате изменения общественного устройства произошла стремительная дезинтеграция общественных групп и институтов, утрата личной идентификации с прежними социальными структурами. Рыночная экономика повлияла на сознание людей, изменила их поведение и мировоззрение и вместе с тем трансформировала ценностные установки россиян.

Так, ценностный аналог фактора «стремление к богатству» у россиян свидетельствует о большем стремлении к накоплению материальных благ, чем у жителей европейских стран-лидеров. Это стремление в условиях ухудшения материального положения значительного числа россиян и усиления нестабильности их жизни в постсоветский период может быть связано с

желанием обеспечить собственную безопасность. Тем самым подтверждается мнение А. Аузана, который считает, что в результате последнего кризиса ценности россиян сместились от ценностей самореализации в сторону выживания [5].

Именно к основным ценностям (таким как семья, здоровье, патриотизм и другие), выполняющих интегрирующую функцию, апеллирует реклама, стремясь (и как видно не безуспешно) закрепить установки, характеризующихся сдвигом к материальному в сознание россиян.

В последние годы во главе угла у россиян ценности, связанные с собственным ресурсом. Опираясь на витальные ценности, реклама трансформирует, выделяет и пропагандирует свой образец, эталон и иерархию ценностей. Ценности, рекламируемые с экранов телевизоров, с уличных стендов и т.п., могут заблокировать коммуникации личности с «ценностями жизни и культуры», превращая ее в личность-функцию. Рекламируемые вещи как бы выходят из границ пространственных форм, созданных людьми, и становятся неподконтрольными, уходя в человеческое бессознательное. Поэтому-то и возникают вариации в системе ценностных ориентаций, ведущие к вариациям в поведении. Например, как бы вы ни относились к ритуалам, праздникам данного общества, вытекающим из политической или религиозной идеологии, вы вынуждены в какой-то мере праздновать их, если это делает большинство: покупать подарки к Рождеству, будучи атеистом, сидеть за пасхальным столом, никогда при этом не соблюдая пост.

Как показано выше, ценности, представленные в рекламе, – это семья, любовь, дети, дружеские отношения, карьера, радость материнства, ухоженный быт, здоровье, веселое и приятное время проведение, материальное благополучие. Это то, что наиболее близко каждому человеку. Соответственно, чем больше ценности рекламируемого товара или услуги смыкаются с ценностями различных групп населения, чем более важны, престижны, весомы они для этих групп, тем вероятнее отдача рекламы. Значит, рекламе выгодно отражать те ценности общества, в которых она ретранслируется, и, утверждая их, реклама тем самым может способствовать обеспечению социальной стабильности. Подобный механизм обеспечения стабильности основан на включенности рекламируемых ценностей в повседневность, откуда затем и «прорастают» основные ценностные ориентации отдельных индивидов и социальных общностей. Это тот фундамент общественного благополучия, который может быть поколеблен только в случае социального надлома. Другими словами, реклама не является единственным источником, формирующим ценностные ориентации людей. В этом процессе, как показано, участвуют и другие социальные институты. В то же время реклама формирует ценностные ориентации, способствующие трансформации общества. Это свидетельствует об известной диалектичности рекламы: с одной стороны, она способствует гомогенизации (установлению однообразия) потребностей, моделей поведения, а с другой – изменяет их, направляя в нужном ей (т.е. рекламодателю) направлении.

Реклама неизбежно оказывает влияние на наши взгляды, наше отношение

к себе и к окружающему миру. Она показывает готовые формы поведения в той или иной ситуации. Определяет, что хорошо и что плохо. По сути дела реклама это культура в ее новом измерении.

Реклама в России должна выступать как инструмент "создания общества с определенными характеристиками", причем к ним относятся ценности мировой цивилизации: частная собственность, богатство, индивидуализм, предпринимательство, так и ценности истинно российские: гостеприимность, взаимопомощь, сострадание, духовность, милосердие. В условиях динамично развивающегося общества возникает необходимость сохранения традиционных культурных ценностей, культурного наследия, как носителей ценностных ориентации. Рекламная коммуникация может и должна выступать инструментом сохранения и передачи культурных символов, систем ценностей. Только в условиях преемственности и сохранения культуры возможно дальнейшее развитие общественного прогресса.

Библиографический список

1. Савицкая В.Ю. Реклама как фактор социокультурной динамики. Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук. –СПб.: 2005.- 135 с.
2. <http://inosmi.ru/world/20130923/213217571.html>
3. <http://www.aif.ru/society/safety/1062383>
4. http://www.psychologos.ru/articles/view/nravstvennoe_sostoyanie_sovremennogo_rossiyskogo_obschestva
5. http://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2013/118/2013_118_12_MAS_TIKOVA.pdf

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ, ДУХОВНОЙ ЖИЗНИ

УДК 659

Баранцова А.Н. Рекламные технологии и каналы распространения, как средство продвижения Модных домов

Advertising technologies and distribution channels as a means of promoting fashion houses

Баранцова Александра Николаевна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
aleksandra_barantsova@mail.ru

Barantsova Alexandra Nikolaevna

Saint-Petersburg state University of industrial technology and design

Аннотация. Цель данной статьи рассмотреть основные рекламные технологии применяемые в индустрии моды для продвижения Модных домов. Для достижения поставленной цели был проведен анализ рекламных технологий применяемой в данной индустрии. По результатам анализа был сделан вывод: при разработке собственной рекламной политики, Модные дома имеют хорошую возможность выбрать для своей компании то, в чем она нуждается, отвечая её потребностям и рекламному бюджету.

Ключевые слова: реклама, рекламные технологии, мода

Abstract. The purpose of this article to consider the basic advertising techniques used by the fashion industry to promote fashion houses. To achieve this goal was the analysis of advertising technologies used in the industry. According to the analysis, it was concluded: the development of self-advertising policy, Fashion houses have a good option to choose for your company what it needs, responding to her needs and advertising budget.

Keywords: advertising, advertising technology, fashion

Значимость рекламы в современном обществе неоспорима: она информирует нас о новых товарах или их модернизации, знакомит нас с новинками и учит ими пользоваться. Реклама дает возможность сравнивать разные виды товаров, их характеристики, информирует об инновациях, которые произойдут в ближайшее время. Реклама отображает в себе все тенденции в мире моды и дизайна и благодаря этому вносит свой вклад в формирование эстетических представлений, помогает нам создавать собственный имидж, проецируя рекламируемый товар на потребителя.

Индустрия моды – это образ и воображение, которое лишь создает для окружающих видимость. И, если маркетинг дает понять, что тот или иной товар лучше остальных сможет удовлетворить ту или иную потребность, то в индустрии моды все гораздо сложнее. Это мир своеобразных грез и желаний, связанный с киноиндустрией и музыкальным шоу-бизнесом.

Мода доходит до потребителя с помощью следующих каналов СМИ, телевизионная реклама, выставки, показы и интернет.

Реклама в журналах считается самой тиражированной, так как существует ряд специализированной периодики, которые включают в себя объявления определенной тематики. Наиболее известными журналами индустрии моды являются: Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Glamour, Tatler.

Основным своим направлением такие журналы выделяют освещение модных тенденций, что привлекает модные дома как рекламодателей. Это важный аспект продвижения модного бренда, так как журнал экономически зависим от рекламодателей. Между рекламодателями идет ожесточенная борьба за лучшие места в журнале, чтобы реклама или статья располагались в начале или в нужном тематическом разделе, а также, что важно, в нужном выпуске журнала. Из-за большой конкуренции рекламные места и полосы занимают и оплачиваются за несколько месяцев до подготовки номера. Стоит отметить, что многие марки модной индустрии отказываются от рекламы, если журнал не готов предоставить им первые полосы, также можно

выделить и еще одну тенденцию, модные дома предпочитают размещать рядом со своей рекламой и рекламу своих «дочерних» брендов.

Важным аспектом продвижения Модных домов стала киноиндустрия. Так, например, в 1961 году, модный дом Givenchy познал головокружительный успех после выхода на экраны фильма «Завтрак у Тиффани», где Одри Хепберн появляется в маленьком черном платье этого бренда. Именно после выхода на картину о Givenchy узнал весь мир.

Маркетинговые отделы модных домов делают все, чтобы кино и поп звезды появлялись на светских мероприятиях именно в их нарядах. Выгода в сотрудничестве на данных мероприятиях очень высока, ведь практически не прилагая никаких усилий, медийные лица наделяют бренд неповторимыми чертами, олицетворяя собой мир грез, обладающий необыкновенной притягательностью.

Внедрение мира грез и желаний мы можем ярко ощутить и посредством интернет-рекламы в последние два десятилетия.

На сегодняшний день каждый Модный Дом имеет свое виртуальное пространство: собственная страница в социальных сетях, блог, Twitter, Instagram. Использование интернет-пространства помогает реализовать многие направления в бизнесе, продвижении торговой марки и заключении договоров на поставку одежды.

Укрепление позиции брендов с помощью вебсайтов является одним из главных инструментов для передачи бизнес-концепции. Кроме того, на вебсайте содержится вся необходимая информация как для потенциальных покупателей, так и для СМИ, финансовых рынков и акционерных компаний. На сайте каждый желающий может найти всю необходимую информацию о компании, коллекциях, магазинах.

Интернет дает возможность использовать новые способы рекламирования, продвижения бренда. Так, например, потенциальные покупатели продукции Nike могут использовать воспользоваться специальным онлайн-тренажером, имитирующим бег. Такая возможность привлекает потенциальных потребителей, делая интернет-рекламу наиболее эффективной.

В индустрии моды часто применяется наружная реклама. Это объясняется большим числом носителей: дорожные стенды, стены домов, автобусные остановки и т.д. Данный вид рекламы имеет существенное преимущество, так как охватывает большую аудиторию, размещаясь обычно, в местах скопления.

Так же в контексте рекламы Модных домов можно рассматривать модные показы (дефиле), ведь они гармонично объединяют в себе творческий полет художника, модельера и, в том числе, рекламную акцию. Яркие впечатления от шоу-показов являются одним из факторов, побуждающих покупать одежду. Модные показы проходят два раза в год, представляя коллекции осень- зима и весна – лето. Каждый показ долго подготавливается, чтобы произвести на публику наибольшее впечатление. Так, можно отметить показы Victoria Secret's, каждый из которых оригинален и имеет свою неповторимую индивидуальность.

Недели женской и мужской моды проходят в Париже, Лондоне, Милане

и Нью-Йорке, в этот период открываются различные специализированные выставки, но в большинстве случаев они представляют интерес для работников текстильной промышленности.

Так же стоит отметить, что с каждым годом показы Модных домов становятся все более масштабными и роскошными. Например: показ коллекции весна – лето 2008 FENDI на Великой Китайской стене; в 2015 году в честь 10-летия модного журнала Precious, показ Gucci состоялся в токийском квартале Гинза, где модели шли по отвесной стене 42 – метрового здания; Яна Недзвецкая в 2015 году решила показать свою новую коллекцию под водой, что вызвало много восхищающих отзывов у СМИ и зрителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что показ коллекции – это театрализованное представление – своеобразный маркетинговый ход, одна из важных частей бизнеса, которая собирает в одном месте журналистов, байеров, фотографов, стилистов и медийные лица. Вкладываясь в организацию модных показов, взамен Модный дом может получить множество бесплатной рекламы – фотографии в газетах и журналах и телерепортажи, которые будут способствовать активному продвижению бренда.

Удачный показ будет целый год работать на Модный дом, являясь хорошей рекламой. Показы тесно связаны с рекламной стратегией продвижения товара и позволяет донести до публики наиболее целостный образ модного бренда. Индустрия моды является зависимой от маркетинговых технологий. Пошитые на фабриках платья на первом этапе простой предмет одежды, но как только платье попадет в маркетинговый отдел, оно превращается в модный тренд.

Каждому Модному дому стоит помнить и о саморекламе, так как особое значение при данном продвижении имеет узнаваемое имя, логотип и стиль. Например, каждый знает, что символом Lacoste является крокодил, а Versace мы можем узнать по голове Медузы Горгоны. Логотип и стиль являются неотъемлемой частью Модного Дома, он гарантирует покупателю неоспоримое качество.

Стоит отметить, что вещи многих Модных Домов не только высокого качества, но и являются настоящими произведениями искусства. Благодаря этому открывается огромное количество возможностей для построения маркетинговых коммуникаций. В центре внимания СМИ оказываются положительная информация, ведь искусство является всегда чем-то эксклюзивным, дорогим и обсуждаемым в разных слоях общества. Это позволяет продвигать бренд нестандартными средствами, такими как выставки в музеях и галереях искусств.

Несмотря на то, что некоторые ведущие модельеры модных домов, таких как Armani и Louis Vuitton утверждали, что мода — это не искусство, однако их одежда и аксессуары выставляются в самых известных музеях и художественных галереях по всему миру.

Часто встречается и тандем между представителями Модных домов. Например, совместный проект компаний Lamborghini и Versace назывался Lamborghini Murcielago LP 640, художественным создателем

данной коллекции стала Донателла Версаче. Кросс-реклама, объединение нескольких рекламодателей в одной рекламе, ее так же можно встретить в фэшн индустрии. Главное достоинство данной рекламы: экономия средств на рекламу, объединение интересов разных потребителей. Минусом такой рекламы является стремление привлечь больше внимания к своей компании, упоминая свое имя чаще и ярче преподнося свой бренд. Так же в кросс – рекламе можно встретить и интерес производителя и медийной компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день, количество рекламных технологий, применяемых в индустрии моды крайне велико. Основные участники рекламного процесса – рекламодатели, рекламные агентства и каналы распространения рекламы, взаимодействующих друг с другом и представляющих потребителю определенный рекламный продукт. Так же любая компания, при разработке собственной рекламной политики, имеет хорошую возможность выбрать для своей компании то, в чем она нуждается, отвечая её потребностям и рекламному бюджету.

Библиографический список

1. Голубков Г.Л. Маркетинговые исследования: теория, практика, методология.- М.: “Финпресс”, 2009. - 416 с.
2. Гофман А. Мода и люди. Новая теория модного поведения. М., 1994. – 160 с.
3. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. М., 2009. – 192 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 2003. – 656 с.
5. Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк навсегда. Капитализм в удовольствие. – М.: Изд «Манн, Иванов и Фербер», 2008.
6. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. —М.: Эксмо, 2006. — 432 с.
7. Тангейт М. Построение бренда в сфере моды: От Armani до Zara". М., 2007. – 310 с.

УДК 316

Фролова Ю.С., Лебедева И.В. Проблема этнической идентификации в социокультурной системе современной России

The problem of ethnic identification in the socio-cultural system of modern Russia

Фролова Юлия Сергеевна

доктор соц. наук, профессор

Каспийский институт морского и речного транспорта

г. Астрахань, РФ

usfro@mail.ru

Лебедева Ирэна Валерьевна

кандидат соц. наук, доцент

Frolova Yulia
Lebedeva Irena
Caspian Institute of Sea and River Transport

Аннотация: Значимость выделения надэтнических культурных ценностей без утраты этнической идентичности – сегодня актуальная проблема. Близкое к данной модели состояние общества наблюдается в некоторых южнороссийских провинциях (в частности в Астраханской области). Здесь этнокультурная и религиозная терпимость позволяет многочисленным этногруппам относительно мирно уживаться на общей территории, формируя евразийскую систему ценностных ориентиров, общую инфраструктуру и экономическую взаимозависимость, которые дополняются единым языком общения (государственным русским) и законодательством. Этничность минимально связана с социальной динамикой, поэтому именно она становится осью ориентации в кризисные периоды, приобретая и статус критерия стратификации, особенно на периферии.

Ключевые слова: этническая идентификация, терпимость, «свой», «чужой», надэтнические ценности, этническое возрождение.

Abstract: The importance of allocation of supra-ethnic cultural values without the loss of ethnic identity is an actual problem today. Such state of society is observed in some provinces of the South of Russia (in particular in the Astrakhan region). Here, ethno-cultural and religious tolerance makes it possible that different ethnic groups relatively peacefully coexist on the same territory forming a Eurasian system of values, common infrastructure and economic interdependence, which are complemented by a common language of communication (Russian State) and laws. Ethnicity minimally linked to social dynamics, so it becomes the axis of orientation in the times of crisis acquiring the status of the stratification criteria, especially in the periphery.

Keywords: ethnic identity, tolerance, “own”, “alien”, supra-ethnic values, ethnic revival.

Во многих южнороссийских провинциях сложилось вполне терпимое отношение к представителям различных национальных культур. Многовековая толерантность российской империи к самобытным обликам своих территорий укрепляла традицию этнотерпимости россиян. В российских провинциях уживались все, как все уживались в Римской империи, под лозунгом «единства во имя общего блага» [3].

Сегодня многие исследователи пытаются разработать модель сообщества, основой которого стали бы надэтнические общекультурные ценности, не исключаящие при этом важности этнической идентификации. Такая модель видится как мир, где разные культуры и этнические, религиозные группы,

проживающие на одной территории, поддерживают спокойные отношения, взаимопризнающие образ жизни и ценности друг друга. Немало работ посвящено анализу условий, принципов, механизмов и способов построения такого общества. Их авторы, не смотря на разность подходов в исследованиях, утверждают, что терпимость должна стать основным моральным принципом выживания в современных сложных социокультурных системах.

Нечто близкое к искомой модели естественным образом, исторически сложилось и пока еще существует на территории Астраханской области.

Сам термин «толерантность» имеет множество смысловых оттенков. Латинское «tolerantia» - (терпимость) понимаемое как признание за другими права на собственные ценностные предпочтения, сегодня трактуется как признание равноправия и многообразия функционирующих систем ценностей, жизненных ориентаций, интересов, мнений и потребностей [2].

Толерантное отношение позволяет различным национальным экономически сегментированным частям среднего слоя в Астраханском регионе выступать общей социальной агрегацией, имеющей ряд связующих факторов. Такими факторами являются: слабость собственной инфраструктуры у каждого отдельного экономического сектора, невозможность автономного существования, экономическая потребность различных секторов друг в друге, общий язык коммуникации (русский), общее законодательство, отсутствие дискриминации со стороны официальной власти к различным этногруппам.

На протяжении веков этносы сохранили свое «лицо», ментальность и смогли выстоять в борьбе за выживание. Различные политические, экономические и культурно-идеологические парадигмы распались, сменяясь новыми формами, этнические же ценности не утратили своих функций, продолжая оказывать на людей интегрирующее воздействие.

В условиях социального кризиса именно этничность, благодаря культурному консерватизму, становится нишей, где человек может укрыться от чрезвычайной социальной динамики, найдя в этничности значимую психологическую опору. Но, тем не менее, при всей важности этнической идентичности, ни одно полиэтничное общество не может существовать без общепринятых надэтнических ценностей и уважения совместных экономических, социальных и культурных интересов. Многонациональный Астраханский регион в этом смысле не является исключением.

Чтобы понять закономерности процесса адаптации людей к меняющемуся социуму, необходимо проанализировать доминирующие ценности и динамику их приоритетности в сознании этносов, переживающих социокультурную трансформацию в российской провинции. Обозначим основные параметры, задающие направление таким исследованиям:

- этнический ренессанс в России обладает специфическими чертами, основной из них является наличие связи существующих этнокультурных форм с этноэкономическими и политическими формами;

- этническое возрождение протекает достаточно сложно, демонстрируя как позитивный так и негативный потенциал: насилие по этническому признаку, нетерпимость, ксенофобию, стремление к сепаратизму;

- процессы трансформации в России проходят в условиях существования противоречивой и мозаичной системы ценностей, что обусловлено длительным отсутствием объединительной общенациональной идеи, гармонично сочетающей в себе как общие социокультурные, так и этнические ценности;

- переживаемый российским обществом кризис идентичности довольно активно преодолевается посредством этнической идентификации и последующим выделением и консолидацией надэтнических ценностей. Это очень важный фактор, не позволяющий уйти в частности, в узкий национализм.

Для того чтобы подчеркнуть значимость этничности в стратификационных процессах, в семидесятых годах XX века западными исследователями было введено понятие «новой этничности». Этот термин призван обратить внимание на новые факторы социальной стратификации.

Так, согласно идеям Н. Глэзера и Д.П. Монихэна [1], в настоящее время отношения собственности постепенно перестают играть главную роль в формировании социальной структуры, а этничность предстает перспективным источником стратификации. При попытках объяснить причины данного явления, выдвигались идеи о том, что «новая волна» эмиграции в Западную Европу и Северную Америку из стран третьего мира и Восточной Европы заметно активизировала процесс этнической стратификации.

Также основная причина этих изменений видится в характере самого постиндустриального общества, деморализовавшего, вследствие роста благосостояния, экономическую идентичность рабочего класса, который, к тому же, утратил прежнюю силу коллективного действия. Оставшийся моральный вакуум заполняется этнической идентичностью (Д. Белл).

Некоторые исследователи (Ф. Паркин) считают этнические группы очень эффективными в способности к мобилизации своих ресурсов. Возможно потому, что этносы опираются на свой традиционный алгоритм деятельности.

В основе стратификации общества по признаку этнической самоидентификации лежит деление социокультурного окружения на «своих» и «чужих». «Свои» обладают набором устойчивых признаков, по которым их можно отличить от «чужих», эти характеристики формируются под воздействием ряда факторов (территория проживания, традиции, язык общения, культурные практики и т.п.). Однако подобная дифференциация сама по себе не приводит к возникновению этносоциальной иерархии, которая есть результат действия еще двух факторов.

Во-первых, этносоциальная стратификация имеет место тогда, когда административно-политическая власть посредством законодательного права ставит разные этносы в неравное по отношению к себе положение. Одни этносы рассматриваются как опора государственной власти, другие как ее явные или скрытые противники. (Например, сегодня данный вид политической предвзятости на базе этнической стратификации демонстрируют прибалтийские государства.)

Во-вторых, в условиях рыночной экономики различные этносы, вследствие разного рода историко-культурных факторов и традиций, обладают неодинаковой степенью приспособляемости к требованиям рынка, оказываясь

на разных этажах существующей социальной иерархии.

Наиболее ярко данный вид этносоциальной стратификации проявляется в так называемой сфере этнического предпринимательства. «Китайские кварталы» и «итальянские пиццерии» в крупных городах мира, феномен «предпринимателей-южан» в России и т.п., во многом свидетельствуют о значительной разнице между этносами в возможностях интернализации требований внешней среды.

В Российской Федерации до распада СССР население преимущественно перемещалось из Европейской части в регионы Севера, Сибири и Дальнего Востока, из национальных административных образований Северного Кавказа в Предкавказье. Достаточно привлекательными были крупные города, такие, как Москва и Ленинград, но в них имелись существенные ограничения в приеме мигрантов из-за жесткой системы прописки. Во второй половине 1980-х годов миграционная ситуация начала постепенно меняться. Прекратился отток населения из большинства регионов Европейской части страны, а с территории российского Севера, напротив, началась небольшая возвратная миграция. Однако с распадом СССР население в массовом порядке начало покидать Север и приравненные к нему территории из-за девальвации прежних льгот и «северных» надбавок к зарплате, обесценивания сбережений, роста безработицы, стагнации социальной сферы. Мигранты устремились к своим прежним местам жительства, формируя возвратные миграционные потоки.

Социально-экономические и политические преобразования в 1990-е годы XX века кардинально изменили основные направления и характер внутренних миграций в России. Главными в пространственном перемещении населения внутри страны стали центростремительные миграционные потоки, или так называемый «западный дрейф» – движение из северных и восточных регионов страны (Сибири, Дальнего Востока, Европейского Севера) в центральные и юго-западные регионы (Северный Кавказ, Центральную Россию).

В это время территория России по характеру внутренней миграции разделилась на две зоны. В 2003 г., одна зона объединяла регионы, которые притягивали мигрантов, то есть имели положительное сальдо миграции. В разрезе современного политико-административного деления к ней относятся Центральный, Северо-Западный и Южный федеральные округа. Другая зона отдавала мигрантов. Эти территории имели отрицательное сальдо миграции – Приволжский, Уральский, Сибирский и Дальневосточный федеральные округа.

После распада СССР приоритет в государственной миграционной политике отдавался опеке над вынужденными переселенцами и беженцам. При отсутствии навыка в решении подобных проблем Россия сумела в невероятно тяжелых условиях не окунуться в национализм, приняв несколько миллионов мигрантов и полтора миллиона людей без гражданства из дальнего зарубежья.

Среди причин активизации миграционных процессов в конце прошлого века можно выделить следующие:

1. Привлекательность территорий для мигрантов была связана с социально-экономическим уровнем регионов страны. Столица и экономически развитые регионы «притягивают» мигрантов, имея четко выраженные

потребности в рабочей силе, располагая диверсифицированными рынками труда, более высоким уровнем зарплаты, развитой социальной инфраструктурой. Напротив, регионы, в которых отсутствуют свободные рабочие места и сложился низкий уровень зарплаты, «выталкивают» рабочую силу.

2. Удобство расположения относительно транспортных магистралей, близость к крупным городам и государственной границе привлекают мигрантов, поскольку в таких условиях можно реализовать предпринимательский потенциал в сфере челночной торговли, найти работу в крупном городе и т.д.

3. Дифференциация природно-климатических условий всегда предопределяла масштабы и характер миграционных потоков внутри страны. Очевидно, привлекательность провинций юга России обусловлена (помимо прочих обстоятельств) благоприятным климатом, морским побережьем и курортами. Многие отрасли экономики характеризуются быстрым оборотом средств, обеспечивая стабильные заработки работникам, в том числе мигрантам.

4. Родственные и исторические связи становятся основой возвратных миграций. Это характерно для миграции из регионов Севера, куда в свое время выезжали многие жители центра и юга России.

5. Подходы к реализации миграционной политики региональных властей могут существенно различаться и в какой-то мере влиять на характер и масштабы миграционного притока населения.

Перечисленные выше причины взаимодействуют, предопределяя масштаб и характер миграции в том или ином регионе. При этом условия для миграции в стране столь разнообразны, а регионы настолько уникальны, что делить территорию России на регионы-доноры и регионы-реципиенты – значит существенно упрощать картину сложного межрегионального миграционного взаимодействия.

Библиографический список

1. Глэзер Н., Монишен Д. П. <<http://www.auditorium.ru/books/145/kalimulin.html>>.
2. Слюсаж Б. Современный человек и его биоэтносоциокультурные детерминации. - М., 2003.
3. Хотинец В. Ю. Разработка модели общекультурного пространства в полиэтническом регионе // В рамках проекта «Толерантность в современной цивилизации». <http://mion.rsu.ru/display_project?id=300850071488>

ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ, ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ

УДК 32.019.5

**Ночвина Б.А. Феномен политического мифа в идеологии
национал-социализма**

Political myth phenomenon in the ideology of national-socialism

Ночвина Белла Анатольевна

Нижегородский государственный лингвистический университет

им. Н. А. Добролюбова

bella.nochtvina@mail.ru

Nochvina Bella Anatolievna

Linguistic University of Nizhny Novgorod

Аннотация: Целью данного исследования является анализ политической мифологии Третьего Рейха, роли тоталитарного мифа в национальной политической традиции Германии. В XX столетии миф превратился в одно из эффективных средств политического воздействия, что обусловлено глубокими изменениями в культурной, технологической и социально-политических сферах общества. Особое место в структуре политических мифологем занимает тоталитарный миф. Немецкая модель тоталитаризма во многом стала продолжением национальных политических традиций Германии рубежа 19/20 вв. Изучение данной проблемы позволяет более глубоко и разностороннее проанализировать характерные черты стратегии идеологии национал-социализма, выявить причины формирования концепции неофашизма.

Ключевые слова: тоталитарное общество, символ, политический миф, общественное сознание, пропаганда

Abstract: The objective of the research is to analyze the political myth of the Third Reich, the role of the totalitarian myth in the national political tradition of Germany. In the 20th century a myth has become one of the most effective means of political influence due to the drastic changes in cultural, technological and socio-political spheres. Totalitarian myth has its own unique position in political mythology structure. German model of totalitarianism has appeared as a continuation of national political traditions in Germany at the edge of the 19th - 20th century. The research of the problem allows to give a more comprehensive analysis of characteristic features of ideology strategy in national-socialism, define the causes for forming of neo-fascism concept

Key words: totalitarian society, symbol, political myth, public opinion, propaganda

Понятие «политический миф» традиционно неразрывно связано с историей XX столетия. В современной культуре до сих пор остаются дискуссионными вопросы о сущности, функциях, месте и роли мифа. Существуют попытки как демифологизации массового сознания, так и целенаправленного конструирования политических мифов. В силу этого возникает необходимость осмысления такого многомерного явления как политический миф, обращения к его исходным составляющим. В истории Германии XX столетия ярким примером феноменологии политического мифа является политическая мифологема национал-социализма. Усложнение и ускорение социальных процессов с одной стороны, а с другой углубление рационализации всех сфер жизни в XX веке, привели к противоречию: усложняющуюся мозаичную рациональную картину мира стало возможно отразить только путем максимального упрощения социально-политических концепций. Период тоталитарных режимов еще не знал такого влияния СМИ как современный глобализационный мир, однако тот механизм конструирования системы политической манипуляции, который породил тоталитаризм и сейчас является причиной реанимации «старых» и создания «новых» политических мифов.

Среди многочисленных концепций, объясняющих появление и усиление влияние политического мифа в общественном сознании, наиболее весомой, на наш взгляд, остается теория психоанализа. Введенный К.Г. Юнгом понятие «архетип» рассматривает политический миф через призму архетип-стереотип. Архетип как форма коллективного бессознательного дает самый общий и универсальный образ, «трансцендентные по отношению к сознанию реальности..., вызывающие к жизни комплексы представлений, которые выступают в виде мифологических мотивов»³ По мнению К.Г. Юнга, предпосылки бесконечного мифообразования заложены в самой природе человека, которая непрерывно производит образы архетипа. В условиях реальной исторической практики архетип перерождается в стереотип. На стереотипическом уровне роль рациональной заданности превалирует над коллективным бессознательным.

Что отличает такое понятие как «политический миф»? Во-первых, политический миф неразрывно связан с первообразом государства как вектора дальнейшего развития исторической формы конкретного национального государства. Во-вторых, политический миф закономерная и необходимая категория политического сознания, которая выражает не константу, а направление политической мотивации общества. В- третьих, политический миф как воплощение рациональных национально-политических традиций является инструментарием осмысления и препарирования мировоззренческого бытия.

Для мифологических образов и символов характерна высокая степень эмоциональной наполненности. В отличие от классических форм идеального, целью политического мифа является формирования устойчивой легитимности данного образа, символа в общественном сознании. В связи с чем, наиболее

³ Юнг К.Г. Душа и миф. Шесть архетипов./Пер. с нем. А.А. Спектор. – Минск:Харвест, 2004. – С. 78

распространёнными примерами являются образы «героя» и «врага». Еще К.Шмидт в своей работе «Понятие политического» отмечал, что политическая мифология становится важнейшим средством консолидации общества через противопоставления «своих» и «чужих». Эта оппозиция имеет универсальный характер, ибо любая группа людей, любое общество осмысляет себя в противопоставлении другим группам и другим обществам⁴.

Возвращаясь к исторической практике XX века, стоит отметить, что развитое индустриального общества породило своеобразный вариант «светской религии» - тоталитарную идеологию. Это обстоятельство расширило возможности применения в качестве образа политической идеи политической мифологии. Политический миф стал творцом воссоздания символического пространства общественно-политической жизни индустриального общества. Инструментальные качества политического мифа используются политической элитой, владеющими технологиями его раскодировки.

Таким образом, по мере утверждения рациональной политической технологии в качестве средства манипуляции с одной стороны происходит демифологизация управленческого звена – политической элиты, с другой традиционные национальные архетипы уступают место политическому мифу идентификации. Вызовы XX века: мировые войны, революционные потрясения, кризис демократических ценностей, волны миграционных потоков сделали главной функцией политического мифа восстановления картины мира.

Усиление роли государства в развитом индустриальном обществе привело к появлению к новой форме социальной организации – тоталитарному обществу. Стремление тоталитаризма подчинить всю жизнь общества одной единой сверхидеи требовала повышения степени организованной культуры. Ее системообразующим началом в тоталитарном обществе стал политический миф.

Многие исследователи отмечают примитивизм, замкнутость и компактность тоталитарных политических мифов⁵. Мифы в тоталитарном государстве являлись условием искусственно ограниченного информационного поля, а процесс создания политического мифа совмещал в себе два аспекта: трансляцию образа прошлого (диахронный аспект) и средство объяснения реальности (синхронный аспект).

В отличие от итальянского фашизма нацистский миф больше представлен диахронным аспектом. Впитав в себя национальные политические традиции, национал-социализм создал собственную идеологию и новое государство – «сверхимперию – Третий рейх» как воплощение политического мифа, как пробуждение архетипа нации.

Один из идеологов национал-социализма А. Розенберг так оценивал сущность и эффективность политического мифа: «Миф истинен лишь тогда, когда он захватывает всего человека»⁶. Безраздельная вера в истину мифа помогает ему обрести нужную форму действия на сознание общества.

⁴ Шмидт К. Понятие политического. //Вопросы социологии – 1997 - №1. – С. 37

⁵ Васильева Л.А. Политические мифы тоталитарного общества //Россия и АТР, 2009 - №2. С. 149

⁶ Розенберг А. Миф XX века. Перевод с немецкого. – Харьков: Свитовид, 2005. - С.56

Главными инструментариями достижения этой формы является – символично-образное массовое сознание, воплощенное в реальных СМИ и пропаганде, а также реализация данного мифа в лице конкретного человека как типа символично-образного сознания. Дух нации, народ должен принимать деятельное участие в своем мифе, выражая этим свою идентичность национальному архетипу и желание быть тотально причастным к любым формам проявления данного архетипа. «Жизнь расы, народа не сводится к логично развивающейся философии или к процессу развития согласно законам природы, - писал Розенберг – это формообразования некоего мистического синтеза»⁷.

Достижению этого мистического синтеза должно было содействовать созданное в июне 1933 г. Министерство пропаганды, которое возглавил Й. Геббельс. Осуществляя контроль над всеми сферами духовной жизни немецкого общества, министерство Геббельса было не только средство политической манипуляции, но и воплощением «центрального инструмента социального контроля».

В многочисленных акциях, проводимых Министерством пропаганды, явно прослеживается диахронный аспект нацистского политического мифа, выражаясь терминологией современного неофашизма – «укоренение в Отчизну». Так в изобразительном искусстве акцент делался на достижениях традиционного доиндустриального общества, идеализации крестьянского быта германцев, древних языческих ценностей. Целью пропаганды было воспитание человека нового типа – воплощения идеала языческого «хельдинга». «Нам не нужны интеллектуальные упражнения. Знание разрушительно для моей молодежи.. По нашему мнению, молодой немец будущего должен быть стройным и ловким, резвым как борзая, гибким как кожа и твердым как крупковская сталь»⁸. Стоит также отметить, что созданное Г. Гиммлером в 1935 г. Общество Аненэрбе, впитавшее в себя наследие немецкого мистицизма, первоначально называлось «Studiengesellschaft für Geistesurgeschichte Deutschen Ahnenerbe» (Общество изучения древнегерманской истории, идеологии и наследия немецких предков). В 1938 г. под юрисдикцию Общества перешли все археологические работы на территории Германии, впоследствии и оккупированных стран. Антропологическое направление исследований Общества Аненэрбе ставило главной целью доказать научную обоснованность нацистских политических мифологем в общественном сознании Германии.

Тоталитарное государство Третьего Рейха во многом видоизменило традиционную культуру Германии, создав собственную политическую мифологию. Однако, кроме техники создания и укоренения мифа в общественном сознании, следует обратить внимание и на содержание нацистских мифологем. Они в большей степени содержали уже известные идиомы конце 19 – начала 20 веков: «кровь и почва», «жизненное пространство», «расовая чистота» и другие. Все они были порождением главной

⁷ Там же, с. 305

⁸ Речь А. Гитлера на Нюрнбергском партийном съезде 6.09.1935 г. //Hitler A/ Reden und Proklamationen. 1932-1945. Bd.1 – Würzburg, 1962. – S. 314

национальной политической концепцией империи Гогенцоллернов – «особого немецкого пути».

«Deutscher Sonderweg» (Особый немецкий путь) заложен был в историческом самопонимании немцев еще во второй половине 19 века. Немцы сами приписали себе особую роль, отличавшуюся в политическом и духовно-культурном плане от исторической роли других народов и государств.

Немецкий дух, превратившийся в национальное самосознание только в 19 веке из-за запоздалого формирования нации, являл собой идентичность, отличную от идентичности, определяемой западными идеями и традициями⁹. Различие между германской, с одной стороны, и английской историей с другой, состоит в том, что в западных странах национальный консенсус был достигнут значительно раньше. Представители немецкого консерватизма, создавая теорию «особого пути», хотели не только снизить притязания западной новоиндустриальной цивилизации на роль быть воплощения политического прогресса, но и представить доказательства истинного прогресса, действительного политического идеала – Немецкий Рейх.

Политическим и идеологическим предшественником национал-социализма было также немецкое националистическое и антисемитское движение, которое сформировалось в последней трети 19 в. Первая организация этого движения «Лига антисемитов» была построена на принципе жесткого повиновения вождю и проводила еврейские погромы. Среди других организаций движения – «Социальная имперская партия», «Немецкий союз антисемитов», «Немецкая партия реформ» и также созданное в 1888 г. «Немецкое антисемитское объединение». Лидеры движения предлагали ввести жесткое «государственно-социалистическое» регулирование экономики, устранить классовую борьбу и добиться гармонии между трудом и «национальным» капиталом при уничтожении «антинационального» (т.е. еврейского).

В 1920-е годы «особый немецкий путь» представлен движением «Фелькише», в основе которого лежали идеи социал-дарвинизма, расовые теории Х. С. Чемберлена, Гобино и многочисленные мистические и оккультные учения (теософия, ариософия и т.п.). Движение «Фелькише» составляли многочисленные общественные организации – молодежные, крестьянские, рабочие союзы, а также интеллигентские группы, которые занимались разработкой идеологии немецкого расизма и национализма. Среди последних особое место занимали оккультные ордена – «Общество Гвидо Листа», созданное в 1908 г. в Вене, «Германский орден», основанный в 1912 г., «Общество Туле», создателем которого стал адепт «Германского ордена» барон Рудольф фон Зеботтендорф, избравшее своей эмблемой древний солярный знак «свастики», который затем заимствовали национал-социалисты.

Идеологической основой данных оккультных орденов стала ариософия, особая разновидность теософии, приспособленная к народническим идеям. Мистицизм этого направления предлагал диахронный метод познания истины,

⁹ Н. Plessner. Die Verspatete Nation. – Baden-Baden, 1980, S. 102

способа существования в реальном мире. Главное было противопоставить современному индустриальному миру, возрождения расовых достоинств древних германцев, создания новой всенемецкой империи (рейх – как символ превосходства немцев).

Национал-социализм в продолжение данных политических тенденций главной составляющей своей политической мифологии сделал – Führerprinzip. Согласно идеологии нацизма, вождь есть человек, достигший максимальной свободы через преодоление своих желаний на основе ясного представления и управляемой воли. Вождя отличает сочетание таких качеств как способность чувствования, способность представления и способность желания. Вождизм – это торжество национального духа, соединение воли и интеллекта¹⁰. По мнению К.Г. Юнга, А.Гитлер – это персонифицированная проекция коллективного бессознательного, лидер-посредник, медиум, озвучивающий и реализующий коллективные архетипы¹¹.

Причинами появления в Германии тоталитарных политических мифов, их активное восприятие немецким обществом стало, на наш взгляд, следующее: во-первых, ярко выраженный архетип «народ-нация-государство» в национальной политической традиции Германии, во-вторых, кризис рационального восприятия мира в межвоенный период, катастрофа Первой мировой войны требовала более полного пояснения, функцию иррационального компонента мировосприятия взял на себя тоталитарный миф.

Библиографический список

1. Васильева Л.А. Политические мифы тоталитарного общества //Россия и АТР, 2009 - №2. С. 148-158
2. Гитлер А. Моя борьба. – М.: Т-ОКО, 1992.
3. Розенберг А. Миф XX века. Перевод с немецкого. – Харьков: Свитовид, 2005.
4. Шмидт К. Понятие политического. //Вопросы социологии – 1997 - №1. – С. 35-67
5. Юнг К.Г. Душа и миф. Шесть архетипов./Пер. с нем. А.А. Спектор. – Минск:Харвест, 2004. – С. 78
6. Юнг К.Г. Феномен духа в искусстве и науке. – М.: Ренессанс, 1992. -
7. Hitler A. Reden und Proklamationen. 1932-1945. Bd.1 – Wurzburg, 1962.
8. Plessner H. Die Verspatete Nation. – Baden-Baden, 1980

УДК 327.8

Полякова В.В. «Мягкая сила» в практике мировых держав

«Soft power» in the practice of the world powers

¹⁰ Гитлер А. Моя борьба. – М.: Т-ОКО, 1992. – С. 216

¹¹ Юнг К.Г. Феномен духа в искусстве и науке. – М.: Ренессанс, 1992. - С. 314

Полякова Валерия Валерьевна
Астраханский государственный университет
aleriya168@mail.ru

Polyakova Valeria Valeryevna
Astrakhan state University

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению вопросов «мягкой силы» в практике мировых держав. Ставится задача проанализировать национальные стратегии США, России, Китая, ЕС, успехи применения инструментов «гибкой мощи» для реализации долгосрочных внешнеполитических стратегий. Показано, что взгляды на желаемое построение мира, финансирование и масштабы реализуемых программ формируют уникальную систему несиловых форм власти.

Ключевые слова: сила, «мягкая сила», «жесткая сила», государство, национальная стратегия, привлекательность, Дж. Най, имидж, публичная дипломатия, культура, экономика, внешняя политика.

Abstract. The article considers the issues of "soft power" in the practice of world powers. The aim is to analyze the national strategy of the USA, Russia, China, the EU, the success of application "flexible power" tools for long-term foreign policy strategies. It is shown that the views of the desired peace-building, financing and scope of existing programs form a unique system of non-violent forms of power.

Keywords: power, "soft power", "hard power", state, national strategy, the attractiveness, Joseph S. Nye, image, public diplomacy, culture, economy, foreign policy.

«Мягкая сила» каждого государства обладает как общими, так и индивидуальными чертами. Это обусловлено концептуальными взглядами на желаемое построение мира, финансированием и масштабами реализуемых программ. Несмотря на наличие общих целей применения государствами несиловых форм влияния за плечами каждого государства своя культура и своя политическая практика, следовательно, именно это дифференцирует стратегии «мягкой мощи».

Большинством ученых, исследующих инструменты «мягкой силы» помимо обозначенной еще Дж. Наем классической американской «мягкой мощи» принято выделять европейскую, советскую, российскую и китайскую национальные стратегии. Причем, практики США, Европы и СССР относят к традиционным, а России и Китая к преимущественно новым [4, с. 81].

Согласно основоположнику концепции, Дж. Наю, *американская национальная стратегия* реализации «мягкой силы» основана на универсальной идее повышения привлекательности страны для внешнего мира (по типу «американской мечты»). **Первое** – это привлекательность американской культуры и образа жизни. Опросы общественного мнения иллюстрируют восхищение подавляющего числа респондентов (80%) достижениями США в области науки и техники, музыке и телевидения (около

60%). США в числе лидирующих по количеству американцев среди нобелевских лауреатов в естественных науках и экономики, лидер по объему выпускаемой телепродукции и обучаемых иностранных студентов.

Второе на что опирается американская «мягкая политика» -политическая идеология, реализация которой остается в компетенции публичной дипломатии. Через регулярное освещение американских внешнеполитических акций, обсуждение наиболее важных для США политических тем и развитие прямых контактов с иностранной аудиторией посредством системы обменов, программ научных стипендий, США намерено приобщать зарубежных граждан к национальной политической идеологии[9, с.71].

Европейская консервативная стратегия. Едино сплоченные европейские страны (по отдельности каждая из европейских стран не может конкурировать с США) выступают как единый центр в контексте «мягкой силы». Несмотря на отставание в военной и экономической области, Европа является достойным конкурентом США в борьбе за умы и сердца мирового сообщества. К компонентам «мягкой силы» Европы можно отнести европейские языки, самые высокие показатели социально-экономического развития, богатое историческое наследие, политические ценности, ориентация европейских политиков на сотрудничество при решении международных вопросов с привлечением многосторонних институтов - все это образы, составляющие словно пазлы картинку привлекательности европейского континента[1, с.23].

Однако не все так безоблачно, и в Европе имеется ряд проблем, такие как разногласия в социальной политике, во внешней и оборонной политике, находящихся в компетенции национальных правительств, негибкость рынка труда, неблагоприятные демографические тенденции.

Китайская (современная) стратегия. Истоки национальной стратегии «мягкой силы» Китая ведут ко временам Лао-Цзы, Конфуция, Сунь Цзы. В трактате «Искусство войны» Сунь Цзы содержатся стратегемы о использовании «мягких средств для борьбы с внешними силами, избегание сильных и использование слабых сторон противника[3].

Начало современной «мягкой силы» Китая было положено в апреле 2005 г., когда в Джакарте председатель КНР Ху Цзиньтао выдвинул идею о «совместном построении гармоничного мира». Ключевое место в «новом» мире отводилось укреплению сотрудничества с соседними государствами, сотрудничеству в АТР прежде всего носящих экономически интегративный характер.

Китайские исследователи включают в компоненты «мягкой силы»: политическую систему и политическое руководство, национальный дух, международный образ общества, международную стратегию государства, способность определять тип международной системы, уровень развития науки и техники.

Китай разрабатывает свою «встречную» национальную концепцию ценностного взаимодействия с другими цивилизациями и культурами мирным, бесконфликтным путем, активно используя именно ресурс «мягкой силы» [6].

Нельзя не отметить определяющую роль КНР в международной

финансово-экономическую ситуацию. В материально-инструментальной, экологической сфере государством поощряется прямое заимствование любых достижений европейской науки и техники. Но духовная сфера и ее социокультурные ценности являются сакральной частью национальной культуры. Влияние чужой культуры при этом происходит через механизм отбора и подвергается переосмыслению – «хуаси» – в контексте национальных традиций и приоритетных государственных интересов. Не смотря на отставание в культурно-идеологической привлекательности, именно культура является не только основой, но и ключевым фактором для оценки и распространения «мягкой силы». Культурные и образовательные обмены, являющиеся неотвратимой частью китайской дипломатии, представлены, к примеру, распространением за рубежом институтов Конфуция, целью которых является преподавание китайского языка и знакомство с культурой Китая или активным привлечением в китайские вузы студентов со всего мира и особенно из стран ЮВА [8, с.79].

Не смотря на достигнутые в течение десятилетия результаты, эффективность китайской «мягкой силы» часто подвергается критике. Дж. Най полагает, что каждый успех Пекина обесценивался последующими событиями внутри страны: позитивный эффект Олимпиады-2008 ослабили репрессии против китайских правозащитников, за триумфом выставки ЭКСПО-2010 в Шанхае последовал судебный приговор лауреату Нобелевской премии мира Лю Сяобо. Вложение Пекином миллиардов долларов в создание международного новостного телевидения Синьхуа и Центрального телевидения Китая также было безрезультатным – иностранная аудитория считает их рупорами китайской государственной пропаганды [8, с.81].

Российская (переходная) стратегия. Многие исследователи, озадаченные феноменом «мягкой силы» современной России приходят к мнению, что после распада Советского союза «мягкая» и «жесткая» сила стали быстро убывать. Неудачи последних десятилетий, связанные, прежде всего, с «энергетическими войнами» России с Украиной и Беларусью, дипломатическими скандалами со странами Балтии, безрезультатно растратили значительную часть потенциала своей «мягкой силы», который при правильном использовании, мог стать существенным преимуществом правопреемницы. Он включал: историческое наследие государства, классические компоненты культурного влияния, такие как театр и балет, литература и живопись, наука и техника, архитектура и природные богатства, сюда следует отнести богатую историю страны и беспрецедентный опыт мирного межконфессионального диалога различных этносов и народов. Отправной точкой можно назвать геополитический вес страны в системе международных отношений, ее позицию по основным международным проблемам, статус глобальной ядерной, энергетической и космической державы и активное участие в международных структурах [5, с.26].

Лишь Концепцией внешней политики Российской Федерации 2013 года был дан старт началу реализации инструментария решения внешнеполитических задач с опорой на возможности гражданского общества,

информационно-коммуникационные, гуманитарные и другие альтернативные классической дипломатии методы и технологии [2].

Не прошло и десятилетия с того момента, как стартовала работа фонда поддержки публичной дипломатии им. Горчакова, ключевой целью которой было развитие отечественной публичной дипломатии и создание позитивного имиджа государства за рубежом и созданная в том же, 2008 году, организация Россотрудничества. Принимая во внимание тот факт, что интерес к инструментам мягкой силы возник в отечественной практике не так давно, политика Россией все еще используется недостаточно эффективно. Использование «мягкой силы» весьма фрагментарно и хаотично [7, с.6]. Среди проблем основных проблем можно выделить недостаточное внутреннее финансирование неправительственных организаций, в результате чего некоторые из них либо прекратили существовать, либо были вынуждены искать финансирование для своей деятельности в грантовых программах иностранных организаций.

Исходя из вышеизложенного, стоит отметить, что приоритеты в концептуальных подходах «мягкой силы» каждого государства индивидуальны. Однако неотъемлемой составляющей «мягкой политики» каждого государства является сотрудничество и оказание помощи в экономической и социальной сферах, здравоохранении, образовании и предоставлении гуманитарной помощи, дипломатические усилия руководства и внешнеполитического ведомства страны, международное посредничество и миротворческие миссии, а также создание позитивного имиджа государства.

Библиографический список

1. Казаринова Д. Б. Феномен "мягкой силы": стратегии мягкой силы в политике государств - членов двадцатки // Свободная мысль. - 2011. - N 3
2. Концепция внешней политики Российской Федерации, 2013г. – Режим доступа: http://archive.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус., англ.
3. Мосяков Д.В. «Мягкая сила» в политике Китая в Юго-Восточной Азии // Новое вост. обозрение: интернет- журнал. – Режим доступа: <http://www.journalneo.com/?q=ru/node/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус., англ. (дата обращения 14.03.2016).
4. Джозеф С. Най "Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике". - Новосибирск: ФСПИ "Тренды", 2006.
5. Никонов В. Россия: вызовы и возможности // Стратегия России. – 2015. – №1. – С.26-27.
6. Объятия дракона. «Мягкая сила» Китая угрожает Западу – Режим доступа: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1280483760> свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус., англ. (дата обращения 14.03.2016).
7. Панова Е. П. «Мягкая власть» как способ воздействия в мировой политике: автореф. дисс.канд. полит. наук. М.2012, с.23 .

8. Стегареску М.Н., Колпакова Т.В. «Мягкая сила» как механизм реализации интересов КНР на международной арене // Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сб. ст. – Чита: Изд-во Забайкальского гос. ун-та, 2011. – №9. – С. 79-83.

9. Филимонов Г.Ю. "Роль «мягкой силы» во внешней политике США": дис. д-ра полит. наук. МГИМО, Москва, 2013.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ЭТНОПОЛИТИЧЕСКАЯ КОНФЛИКТОЛОГИЯ, НАЦИОНАЛЬНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

УДК321

Нурканов А.А. Гражданское единство как основа межэтнических отношений республики Казахстан

Civil unity as basis of the interethnic relations of the republic of Kazakhstan

Нурканов Алмас Аманжолович

Казахская головная архитектурно-строительная академия

Nurkanov Almas Amanzholovich

Kazakh Leading Academy of Architecture and Civil Engineering,
Kazakhstan

Аннотация. Этнополитика в Казахстане направлена на формирования у граждан республик гражданской идентичности, основой которой является общность исторической судьбы. В процессе формирования гражданского единства важно учитывать особенности этнических интересов и потребностей.

Ключевые слова: этнополитика, идентичность, этнические интересы.

Abstract. The ethnopolitics in Kazakhstan is directed to formations at citizens of the republics of civil identity which basis is the community of historical destiny. In the course of formation of civil unity it is important to consider features of ethnic interests and requirements.

Key words: ethnopolitics, identity, ethnic interests.

Важнейшим фактором формирования и «этнополитической общности казахстанцев», по нашему мнению, является национальное и этническое

самосознание. Осознание человеком своей идентичности с другими этническими группами, государством возвышает личность до уровня самосознания, которое оказывает серьезное влияние на развитие этнических отношений. Национальное (этническое) самосознание как динамично развивающееся явление определяется уровнем экономического и социального развития общества, и оно проявляется в чувствах, поступках и эмоциях людей. Демократические преобразования общества создают реальную возможность для совершенствования национального самосознания, способствующего формированию и развитию этнополитической общности казахстанцев.

В Конституции суверенного Казахстана в законодательном порядке определены основы политического, экономического и духовного развития, обуславливающие движение к демократическому обществу и правовому государству. В ряде статей Конституции четко обозначены направления политики государства по вопросам укрепления межэтнической стабильности и согласия; признания всего народа Казахстана единственным источником государственной власти в Республике; равенство и свобода всех граждан независимо от их этнических или социальных принадлежностей; гармоничное сочетание государственного казахского языка и межнационального — русского и свободное развитие языков других этнических групп, проживающих в Республике.

Глубокое содержание понятия «казахстанский народ» разные авторы поясняют по разному, но среди них особое место занимает пояснение Абсаттарова Р.Б. и Садыкова Т.С., которые подчеркивают, что «Понятие «казахстанский народ» — одно из наиболее важных, характеризующих развитие гражданских и интернациональных общностей людей в условиях обновления общества. При формировании этой общности наблюдается постепенное политическое, социально-экономическое и культурное объединение народов и возникает осознание ими своего единства» /1/.

В переломные эпохи, подобно нашей, когда почти осуществлен коренной передел собственности и власти, меняется содержание межнациональных отношений, обновляются идеологические ориентиры, необходима новая политика. Однако, пожалуй, самое главное - в национальном менталитете казахов нет шовинистического идолопоклонства, богоизбранности, подобных имперскому типу мышления. Ментальность казахов - это ментальность в прошлом зависимого и угнетенного народа, но сохранившего свою национальную гордость.

Государство Казахстан гарантирует всем этническим группам право создавать свои культурные центры, общества, объединения и их территориальные ассоциации, деятельность которых направлена на содействие развитию национального языка, культуры, традиции, народных промыслов; издание газет и журналов и создание национальных (этнических) клубов и т.п. Так, сейчас «в Казахстане организованы и функционируют более 30 национальных центров со 165 отделениями в регионах» /2/.

В процессе формирования этнополитической общности народов Казахстана имеет важное значение Ассамблея Народов Казахстана, идея

создания которой принадлежит Президенту Республики Казахстан - Нурсултану Абишевичу Назарбаеву. Главная цель Ассамблеи определена как консолидация здоровых сил и укрепление стабильности в обществе на базе идейной консолидации. Анализируя этнополитическую ситуацию в стране, Н.А. Назарбаев указал на существование трех подходов к решению национально-этнического вопроса. «Первый - когда некоторые страны проводят политику «выдавливания» инонационального населения, что никогда не было присуще казахскому народу, по-братски принимавшему переселенцев. Я думаю, что любые претензии народа к народу бессмысленны и опасны по своим последствиям и путь к конфронтации ведет к колоссальным взрывам и многочисленным человеческим жертвам. Второй - вообще не придавать значения национальному вопросу и надеяться на то, что проблемы отпадут сами по себе. Но и это не выход. Нам остается только третий, единственно верный путь, по которому мы идем, требующий трудоемкой и кропотливой работы. Это поиск точек соприкосновения, расширения зон согласия и доверия между народами. Без политики согласия и разумной национальной стратегии мы не можем решить никаких задач» /3/.

Национальная политика должна исходить из принципов: суверенитета и независимости; реализации разумных национально-специфических интересов; равенство и выравнивание уровней экономического и культурного развития национальностей; межнационального согласия, гуманизма и взаимопомощи, дружбы и единства казахстанского народа; разумного сочетания прав нации и прав человека. Так, в настоящее время, в переходный период, в подходе к национальному вопросу в Казахстане наметились две позиции. Это рассмотрение всех проблем только с позиций интересов (реальных и мнимых) своей национальности при игнорировании интересов других национальностей. Вторую позицию можно назвать диалектико-прагматической. Она считает, что сейчас надо реализовать те мероприятия, для которых всем есть условия, которые будут поняты всем населением Республики. И, «главное, решать свои национально-специфические интересы, не ущемляя интересов других национальностей, на основе консенсуса» /4/.

Установление дружеских взаимоотношений, взаимопомощи этнических групп, в полиэтничном Казахстане является главной задачей, без решения которой не может быть и речи о совершенствовании нашего общества и укреплении силы нового демократического государства, так как национальное единство и соответствующая идентичность выступает как необходимое условие построения демократического общества, подтвержденное практикой многих стран мира.

Известно, что сравнительная политология выделяла три основных типа структурных предпосылок демократии: во-первых, обретение национального единства и соответствующей идентичности; во-вторых, достижение довольно высокого уровня экономического развития и, в-третьих, массовое распространение культурных норм и ценностей, признающих демократические принципы, доверие к основным политическим институтам, прежде всего, политическим партиям, межличностного доверия /5/.

Таким образом, гражданское общество - это все позитивные общности людей, общественно-политические объединения, организации, социально-политические институты, которые не являются государственными. Однако следует отметить, что в демократических странах интересы государства и гражданского общества во многом совпадают, в них заметно влияние последнего на государство. В Казахстане ныне гражданское общество заметно оживляет свою деятельность и оказывает свое влияние на политику государства. Поэтому в «Концепции формирования государственной идентичности Республики Казахстан», одобренной Президентом страны, помимо других задач в этой области указано, что «2) государство осуществляет свою деятельность в интересах гражданина и общества» /6/.

Известно, что управление национальными процессами составляет особо сложное звено в деятельности государства, требующее осторожности, глубокого знания истории, теории и практики в этой области общественной жизни. Так, этнические качества материализуются в особенностях языка, культуры, традиций, характере, сознании и самосознании и т.п.

Такое положение несколько не мешает формированию единого народа Казахстана, ибо известно, что невозможно достижение межэтнического согласия и культуры без свободного развития языков. Такой подход к национальным языкам заложен в Конституции нашей страны. «Государство заботится о создании условий для изучения и развития языков народа Казахстана» /7/.

Мы постепенно идем к пониманию того, что только общество, воспитанное в лучших традициях своего народа, владеющее своим и осознающее самоценность и самобытность другого языка и иной культуры, способно к гражданскому согласию и миру, что способствует формированию этнополитической общности.

Таким образом, важнейшим фактором формирования и развития этнополитической общности казахстанцев является учет особенностей этнических интересов. Жизнь любого общества и любой этнической общности чрезвычайно сложный процесс, который проявляется как совокупность экономических, культурных и иных интересов, ибо национальную (этническую) жизнь трудно понять вне учета интересов. Даже сама сущность отдельного человека формируется и развивается как духовные интересы. Многовекторность, поляризация интересов сограждан является отражением реально существующего плюрализма: мировоззренческого, психологического, экономического, социального, этнического и других его форм.

Библиографический список

1. Садыков Т.С. Воспитание культуры межнационального общения студентов. Алматы, изд. «Отдел ВАК Казахстана Министерства образования и науки РК», 1999, 212 с. (93-94)
2. Сапаргалиев Г.С. Конституционное право Республики Казахстан Алматы, 1998, 336 с. (138).
3. За мир и согласие в нашем доме. Доклад Президента Назарбаева Н.А.

на первой сессии Ассамблеи народов Казахстана, состоявшейся 24 марта 1995 года. «За мир и согласие в нашем доме. Материалы первой Ассамблеи народов Казахстана». Алматы, «Казахстан», 1995 г., 41 с.

4. Сужиков М.М. Конституция и национальная политика. «Мысль», 1993 г., № 8, с. 16.

5. Мельвиль А.Ю. Опыт теоретико-методологического синтеза структурного и процедурного подходов к демократическим транзитам. Полис, 1998 г., № 2, с. 13.

6. Концепция формирования государственной идентичности Республики Казахстан. «Саясат-политика», 1996 г., № 9, с. 97.

7. Конституция Республики Казахстан. Алматы: «Жеті Жарғы», 1998 г., с. 56.

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ КУЛЬТУРЫ, МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИЕ И МЕНТАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ КУЛЬТУРЫ

УДК 930.85

**Топчий И.В. Мифологизация исторического сознания и её
отражение в русской культуре XIX века**

**The mythologization of the historical consciousness and its reflection in
Russian culture of the XIX century**

Топчий Инна Владимировна
Донской государственный технический университет
г. Ростов-на-Дону
innavt2009@mail.ru

Topchy Inna Vladimirovna
Don state technical University
Rostov-on-don

Аннотация. Целью настоящей статьи является анализ проблемы мифологизации исторического сознания, которая выступает особой формой исторической памяти о событиях и деятелях прошлого, через рассмотрение отражения этих представлений и образов в русской культуре XIX в. В результате утверждается мысль о том, что историческое сознание и культурный опыт прошлого закрепляется в мифологизированных образах, которые, в свою очередь, формируют определенные смысловые доминанты восприятия и представления о прошлом народа и его культуры с учётом контекста

соответствующей эпохи.

Ключевые слова: миф, историческое сознание, мифологизация, русская культура.

Abstract. The purpose of this article is to analyze the problem of mythologization of the historical consciousness, which is a special form of historical memory about events and figures of the past. The problem is analyzed through the reflection of these ideas and images in the Russian culture of the XIX century. As the result it was affirmed that historical consciousness and cultural experience of the past is secured in the mythological images, which, in one's turn, form a certain semantic dominants of perceptions and representations about the past of people and their culture in context of the era.

Keywords: myth, historical consciousness, mythologizing, Russian culture.

Общественное и историческое сознание общества в любую эпоху насыщено различными мифами - своеобразными стереотипами восприятия тех или иных событий или исторических личностей. Эта особенность зачастую используется в различных целях вплоть до настоящего времени - при внедрении в умы идеологически верного курса правительственными кругами имперского периода или советской партверхушкой, современными политтехнологами при формировании общественного мнения и даже создателями рекламы, использующими исторические образы в качестве "проводников" своих целей.

При исследовании исторического сознания и его особенностей следует обратить внимание не только на события как таковые, повлиявшие на его формирование, но и на то, как эти события предстают в народной памяти. Часто эта историческая память о событиях или исторических деятелях, живущая в сознании общества, принимает форму "исторического мифа" - сюжетно-образного повествования, где поступки исторических персонажей наделяются вневременным, архетипическим значением [3, с. 56]. Миф вообще является древнейшей формой исторического сознания, не утратившей своей роли и в позднейшие эпохи. Исследование этой своеобразной формы отражения исторического сознания позволяет выявить наиболее устойчивые образы и смысловые доминанты исторического сознания общества. Важность этого момента подчеркивает Л.П. Репина, указывая, что в структуре исторического сознания "одной из существенных является тема формирования исторических мифов и предрассудков, их укоренения в массовом сознании и влияния на политическую идеологию" [4, с. 7]. Зачастую мифологизации подвергаются наиболее известные исторические деятели, оцениваемые далеко не всегда однозначно, но именно это свидетельствует об особой значимости их роли в историческом развитии. При этом создание таких мифов, равно как и их развенчание, определяется культурно-исторической ситуацией соответствующей эпохи, соответствием этих образов духовным потребностям и идеалам времени.

В общественном сознании XIX столетия сложились свои исторические мифы, причем их интерпретации были разноплановы, как различны были и

идейные течения в общественной мысли XIX в. Мы остановимся на некоторых образах, подвергшихся такой мифологизации и оказавших влияние на историческое сознание не только XIX столетия, но и последующих периодов. Это образы Петра I, Ивана Сусанина и декабристов, поскольку отношение именно к этим историческим фигурам было, по нашему мнению, своего рода индикатором общественных настроений и их изменений. Несмотря на крайнее несходство самих этих фигур, именно эти исторические персонажи стали олицетворением не только определенных событий и целых эпох, но и своего рода национальными символами, которые сами по себе мифологичны.

Одним из красноречивых примеров такой мифологизации исторического сознания в первой половине XIX века может служить образ Ивана Сусанина, наиболее известное воплощение которого осуществил основоположник русской национальной классической музыки Михаил Иванович Глинка в своей знаменитой опере "Жизнь за царя" в 1836 г., "переименованной" в советское время в "Ивана Сусанина". Но образ Сусанина в художественном воплощении появляется еще раньше - в 1805 году в небольшом стихотворении Д.И. Хвостова "Надгробие крестьянину Ивану Сусанину", предварявшему публикацию М.М. Хераскова в журнале "Друг просвещения".

Как исторический факт поступок Ивана Сусанина был зафиксирован в 1804 г. в "Словаре географическом Российского государства" Афанасия Щекатова, развитый позднее С.Н. Глинкой в "Русской истории в пользу воспитания", изданной в 1817 г. Он же дополнил биографию народного героя некоторыми подробностями, не встречавшимися ранее в других источниках, например, о непроходимой заснеженной чаще, в которую Сусанин намеренно увел поляков. Почву для подобной художественной реконструкции его биографии создали, как ни парадоксально, исторические источники, в которых содержатся сведения об этих событиях, но излагаются с некоторыми отличиями, на что указывали многие исследователи этой тематики - В. Живов, Л. Киселёва, М. Лавринович и М. Велижев и др., обращавшиеся к анализу этих источников. Такими источниками являются грамоты потомкам Сусанина, подтверждающие их привилегии, данные им за заслуги их героического предка перед царями и Отечеством. Это признание подтверждали практически все царствующие особы XVII-XVIII вв. - от спасённого Михаила Федоровича до Екатерины II, для которой факт признания подвига Сусанина оказался своеобразным средством легитимизации ее прав на престол. Спасение родоначальника династии истолковывалось, по мнению М. Лавринович и М. Велижева, как спасение власти вообще. Екатерина, таким образом, провозглашалась преемницей не столько Петра I и имперской традиции, сколько московских царей и всей московской власти. Именно это обстоятельство объясняет то, что «сусанинский сюжет» впервые оказался включенным в идеологический контекст в екатерининскую эпоху [1].

Потребностью времени, а не отсутствием фактов объясняется необходимость воссоздания биографии и подвига Сусанина и в дальнейшем. Однако это не означает недостоверности и искажения фактической стороны истории подвига в угоду идейной конъюнктуре. Это всего лишь "закон жанра" -

идеализация и героизация события и персонажа, очищение его образа от всех несущественных деталей и усиление тех черт и моментов, которые утверждают его в образе национального героя, символа борьбы с захватчиками. Именно в этой ипостаси Сусанин предстаёт в начале 1810-х годов в опере К. Кавоса на либретто А. Шаховского, написанной в 1812 и поставленной в 1815 году. Хотя авторам не удалось на высоком художественном уровне передать величие подвига Сусанина, и даже финал этой истории был изменен в оптимистическую сторону, тем не менее, это произведение оказалось отражением патриотических настроений в обществе, резко возросших после знаменательной победы в войне с Наполеоном.

Неслучайно М.И. Глинка для создания первой национальной оперы обратился к этому сюжету русской истории и воспроизвел его при помощи автора либретто барона Е.Ф. Розена. Наибольшую известность и признание это произведение получило, прежде всего, благодаря своим художественным достоинствам, поскольку Глинка смело ввел новые музыкальные принципы, например, использование народных мотивов. Но несомненно и то, что благодаря талантливому воплощению образ Ивана Сусанина получил новую окраску и приобрел свойственные "мифу о народном герое" черты - романтическую возвышенность в ореоле самоотречения.

Этот мифологизированный образ вобрал в себя многие черты и выражал, таким образом, чаяния разных общественных течений. Приверженцы монархических идеалов, безусловно, видели в нем пример беззаветной преданности царю и вере, представители либерально настроенной интеллигенции подчеркивали в нем истинный патриотизм. Но доминирующей среди всех трактовок сусанинского мифа стала консервативно-монархическая. Он стал, как пишет В. Живов, "воплощенной уваровской триадой, той осязаемой православно-монархической народностью...Сусанин положил жизнь за веру, царя и отечество или, вернее, за царя, веру и отечество, поскольку в том построении сюжета, которое мы находим в "Жизни за царя" Глинки, равно как и в гимназических учебниках русской истории, именно душевная приверженность монархическому принципу имеет первенствующее значение; это соответствует главенствующему положению самодержавия в уваровской триаде... Таким образом, с 1830-х годов Сусанин становится официальной визуализацией формулы русского самодержавия"[2].

И даже корректировка этой интерпретации во второй половине XIX века при непосредственном участии К.П. Победоносцева в духе представлений об органической религиозности народа, являющейся основанием гармонии народа и власти, воплотившейся в идеализируемом XVII столетии, не изменили коренным образом содержания этого мифологического образа.

Лишь значительно позже, за пределами XIX века - в советский период - сусанинский сюжет был переработан С. Городецким при постановке оперы Глинки в 1939 году таким образом, что монархическая составляющая была заменена акцентом на идее национального единства, народного героизма, борьбы со злокозненными интервентами, богатства и величия русской земли. Это не избавило образ Сусанина от мифологичности, а лишь

переориентировало его восприятие в новом идеологическом ключе.

Идеологическая ситуация и состояние общественного сознания определяли содержание представлений и о другой ключевой фигуре русского исторического сознания - Петре Первом.

Оценка деятельности Петра I и его преобразований послужила толчком к идейному размежеванию западников и славянофилов, став одним из ключевых пунктов их дискуссий. Неоднозначность и масштабность личности и деятельности царя-реформатора по сей день будоражит умы не только ученых-историков, но и представителей других наук, и людей, вообще далеких от науки. Что же касается XIX столетия, то отношение к деятельности и личности Петра было принципиальным вопросом для общества, искавшего ответ на насущные проблемы эпохи, обозначало общественно-политическую позицию того или иного мыслителя, стремившегося определить направление исторического пути России.

Мифологизации образа Петра I во многом способствовали западники, идеализировавшие царя-реформатора и создавшие представление о нем как о деятельном и энергичном правителе, с которого началась новая, прогрессивная страница русской истории. Свою лепту в мифологизацию Петра внесли и славянофилы, напротив, демонизировавшие его образ как разрушителя вековых устоев и самобытности русской культуры, источника всех российских бед. Эта полярность взглядов определила противоречивость не только в понимании характера правления Петра и его результатов, но и противоречивость в представлении об образе самого императора.

В случае с Петром Первым мифологизация его образа основывалась не на "дистраивании" его биографии или деяний, которые были доподлинно известны, а на акцентировке отдельных моментов в его многогранной деятельности. В соответствии с намерением соответствующих общественных течений увидеть в нем то, что отвечало их собственным представлениям о Петре, приняв таким образом желаемое за действительное, историческое сознание каждой общественной группы отбирало только те черты, которые ее устраивали и стремилось предать забвению то, что не соответствовало их идеалу. Так, рядом с самодержавно-православным Петром николаевского официоза оказывается еще и антинародный Петр славянофилов, и Петр-антихрист старообрядцев, и Петр-прогрессист либеральных западников, и Петр — справедливый командир солдат [2]. Таким образом, коллективное мифотворчество в образе Петра Первого реализовало совершенно разнородные представления об историческом герое. Вместе с тем, при всей несхожести трактовок Петра общим местом в представлениях о нем, на наш взгляд было то, что он олицетворял собой Россию новой эпохи: при нем происходит становление России как империи, с его именем ассоциируется утверждение России как великой европейской державы. Именно это обстоятельство определило ключевое место Петра Великого в исторической памяти и историческом сознании российского общества.

Актуализация этих представлений в XIX веке была связана с упрочением авторитета России в первой половине столетия после победы над

наполеоновской Францией, с усилением государствоцентристских взглядов в николаевское царствование, когда подчеркивалась историческая роль Петра Великого как создателя Российской империи, целостность которой и неизменность ее строя следовало сохранить его преемникам. В эпоху Великих реформ в русском историческом сознании возникают неизбежные параллели с масштабными преобразованиями начала XVIII века, прежде всего в их общей направленности - на модернизацию страны.

Обращает на себя внимание тот факт, что каковы бы ни были оценки деятельности и личности Петра Первого, его исторической роли в судьбе России, тем не менее, показательным является то, что ни один из преемников первого императора, правивших в XIX веке, более не удостоился титула "Великий". Как известно, лишь Екатерине Второй выпала честь стать на одну ступень со своим поистине великим предком (если не по крови, то по образу действий и мыслей) и называться Великой. Образы российских императоров, чье правление пришлось на XIX столетие, и сущность их царствований историческое сознание запечатлело в иных титулах - "прозвищах": Александр I - Благословенный, Николай I - Палкин, Александр II - Освободитель, Александр III - Миротворец. Эти именованья стали тоже своего рода мифами, стереотипами исторического восприятия этих фигур. Кроме того, подобная акцентировка исторического сознания на личностях правителей отражала специфику российского исторического сознания - обозначать этапы исторического развития "по царям". И такое восприятие характерно не только для обыденного уровня исторического сознания, но и для его научной ступени, поскольку в исторической науке отчетливо прослеживается тенденция периодизации истории России в соответствии с периодами правления князей - царей - императоров.

Особое место в исторической памяти русского народа занимает восстание декабристов. Потрясенное этим событием общество пыталось осмыслить столь необычайный для России феномен в разных формах - от стихов А.С. Пушкина до известного ленинского тезиса о том, что "декабристы разбудили Герцена". Многообразие оценок и интерпретаций декабристского движения, обращение к их образам представителей самых разных течений общественной мысли, сплетение фактов и художественных представлений свидетельствует о формировании в русском историческом сознании "декабристского мифа" [3, с.56].

Активное развитие "декабристского мифа" приходится на вторую половину XIX века, когда в эпоху Великих реформ события, связанные с движением декабристов, с новой силой ожили в исторической памяти русского общества. Этому способствовала общая ситуация эпохи с присущим ей более либеральным духом, амнистия участников декабрьских событий 1825 года, публикация мемуаров декабристов, начало которой положил А.И. Герцен. Тогда же, в период реформ, сложились и основные варианты интерпретации декабристского движения. Первый вариант представляет официально-консервативную трактовку событий 14 декабря 1825 г. - как дерзкий, злодейский замысел, имевший целью, прежде всего, покушение на власть и

даже цареубийство. В этой версии подчеркивалась немногочисленность движения и чуждость их идей русскому обществу.

Вторая трактовка - героико-романтическая, идущая от А.И. Герцена, который идеализировал декабристов, бросивших решительный вызов несправедливости и угнетению, готовых пожертвовать собой ради борьбы за народное благо. Герцен оправдывал декабристов морально и исторически, хотя и признавал их оторванность от общества.

В третьем варианте - "либеральной легенде", начало которой было положено Н.И. Тургеневым, напротив, декабристское движение рассматривалось в контексте всей предшествующей истории. Декабристы не противопоставлялись обществу, их образ мыслей и устремления были созвучны общественным ожиданиям и даже отчасти схожи с образом мыслей Александра I в начальный период его правления. Восстание с этой точки зрения представлялось как проявление общей радикализации общества вследствие неустойчивости и непоследовательности правительственного курса, спровоцированное ситуацией междуцарствия.

Таким образом, по мнению О.Б. Леонтьевой, в русском общественном сознании XIX столетия сложилось три основных образа декабристов: официальный "миф о злодеях", революционный "миф о героях" и "миф либеральный". Все варианты сосуществовали в русском общественном и историческом сознании, но наиболее востребованным в пореформенный период стало героико-романтическое истолкование декабристского движения. Очевидно, романтически-возвышенная трактовка образов декабристов, с одной стороны, идеал самопожертвования, с другой, соответствовал исторически сформировавшемуся идейному комплексу, одной из главных составляющих которого был "миф о герое". Идеал самоотречения, мученичества во имя всеобщего благоденствия во многом также совпадал не только с воззрениями радикально настроенной части общества, но и с христианским идеалом жертвенности, еще актуальным для значительной части российского общества и в XIX веке, вызывавшими сочувствие декабристам.

По мере изменения общественной практики происходила переоценка деятельности декабристов, их социально-политических проектов, их личностей. Но несомненно, "декабристский миф", хотя и наполнялся разным содержанием, остался наиболее устойчивым образом исторического сознания русского общества не только в XIX, но и в XX столетии преимущественно в героическом восприятии.

Таким образом, историческая мифологизация - закономерное явление, отражающее процесс складывания исторического сознания общества, коренящийся в особенностях российской действительности, развитии исторической науки и ряде других факторов, воплощенный в художественной культуре эпохи.

Библиографический список

1. Велижев М., Лавринович М. "Сусанинский миф": становление канона. // НЛЮ. - 2003. - № 63. - С. 33-53.

2. Живов В.М. Иван Сусанин и Петр Великий. О константах и переменных в составе исторических персонажей. // НЛО. - 1999. - № 38.// [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/1999/38/zhivov.html> (дата обращения 10.10.2011)

3. Леонтьева О.Б. Героизация и дегероизация образов декабристов в исторической памяти российского общества второй половины XIX - начала XX вв. // Известия Самарского научного центра РАН. Т.12. - 2010. - № 2. - С. 56-62.

4. Репина Л.П. История исторического знания: пособие для вузов / Л.П. Репина, В.В. Зверева, М.Ю. Парамонова. — 2-е изд., стереотип. — М.: Дрофа, 2006. — 288 с.

МОРФОЛОГИЯ И ТИПОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ, ЕЕ ФУНКЦИИ

УДК 304.2

Сметанина О. М. Структура языковой образовательной культуры

Structure of language educational culture

Сметанина Ольга Михайловна

Нижегородский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при президенте
Российской Федерации, г. Нижний Новгород
smetanina.vvags@mail.ru

Smetanina Olga Michailovna

Nizhny Novgorod Institute of Public and Business
Administration - Branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy and
Public Administration, Nizhny Novgorod

Аннотация. Строеие языковой образовательной культуры свидетельствует о необходимости установления более тесной взаимосвязи между целевыми ориентирами в развитии языковой личности и задачами языковой образовательной политики. При этом в качестве главной

платформы этой взаимосвязи выступает именно языковая образовательная культура.

Ключевые слова: языковая образовательная культура, языковая личность, языковое сознание, образовательная политика

Abstract. The structure of the language learning culture demonstrates the need of establishing a closer relationship between the targets in the development of a language personality and tasks of language education policy. Thus as the main platform of this relationship is language educational culture.

Keywords: language educational culture, linguistic personality, linguistic consciousness, educational policy

Развитие идеи о необходимости новых методологических оснований для изучения процессов, происходящих в культуре, которые отчётливо прослеживаются в работах отечественных философов и культурологов, связано не только с социальными и культурными изменениями в России, но и с новыми мировыми тенденциями. Такие явления, как глобализация, информатизация и др., выстраивают контуры новой культурной парадигмы, основным признаком которой выступает неустойчивость. «Переходность» становится основным свойством формирующейся культуры информационного общества, так как она во многом базируется на признании важности самоорганизационных возможностей культуры. Изменяется отношение к родному языку, к изучению иностранных языков. Появляются новые возможности вступать в диалог (например, технологии Skype), когда перестают играть роль расстояния, границы, национальности и т.д. Способность и готовность понимать друг друга, вступать в диалог подводят нас к новому пониманию образовательной культуры в смысле трансформации части её в языковую образовательную культуру.

Структура языковой образовательной культуры представлена в нашей работе с разных позиций. Прежде всего, как совокупность материального и духовного. Первая часть материальной языковой образовательной культуры: все средства обучения, здания, технические средства, т.е. всё то, что получило название искусственной среды, в данном случае среды образовательной. Вторая, не менее значимая часть материальной языковой культуры связана с функционированием множества общественных институтов, организаций и учреждений, обеспечивающих жизнедеятельность системы языкового образования во всех её сферах. Составной частью духовной культуры является мир ценностей, знания, убеждения, идеологии и всё, что обусловлено понятием «языковое сознание». Наиболее концентрированно общественное сознание в области языкового образования отражено в образовательной идеологии. Это систематизированная, выраженная в специальных категориях, правовых и научных документах и воплощённая в объективном праве научно обоснованная и одобряемая государством концепция о роли языкового образования и способах использования его возможностей в интересах развития государства и общества.

Мы рассматриваем сферу языкового образования как особую форму

языковой культуры, основные черты которой формируют языковую образовательную культуру общества. Языковая образовательная культура является составной частью доминирующей образовательной культуры общества и обусловлена её спецификой. В период социальных кризисов и реформ языковая образовательная культура может стать источником прогрессивных изменений и развития языковой личности. Внутренний потенциал языковой образовательной культуры определяется важнейшей социальной функцией – совершенствования человека и общества, что является непреходящей гуманитарной ценностью, обеспечивающей стабильную потребность общества в развитии языковой образованности. Языковое образование как процесс, ориентирующийся на будущее, создаёт условия для аккумуляции и дальнейшего развития в языковой образовательной культуре наиболее значимого и перспективного из созданного человеком в этой области.

Г. Г. Молчанова сопоставляет современные, сугубо языковые явления и в большей степени тенденции с их экстралингвистическими, социокультурными стимулами и определяет их синергическую связь и взаимозависимость. Автор рассматривает трансформацию понятия культуры, проявление синергии языка и культуры, в частности, в современном дискурсе как "поле языковых игр", в интертекстуальности, а также в межкультурном взаимодействии [5, с. 9-20].

Впервые в научной литературе появляется не только понятие, но и целая концепция «языковой личности», под которой понимается «многослойный и многокомпонентный набор языковых способностей, умений и готовности личности к осуществлению речевых поступков с разной степенью сложности по видам речевой деятельности, а, с другой стороны, – по уровням языка, то есть фонетике, грамматике и лексике [3, с. 38].

Концептуальные основы языковой личности получили развитие в трудах А. Г. Алейникова, Н. Д. Арутюновой, Г. И. Богина, В. В. Виноградова, С. Г. Воркачёва, Н. Д. Гальской, Г. И. Елизаровой, Ю. Н. Караулова, В. И. Карасика, А. А. Котова, О. А. Леонтович, А. А. Леонтьева, О. М. Осияновой, Л. П. Халяпиной и др.

Через языковую личность происходит соприкосновение языка и культуры. Работы по философии языка, речи и культуры (В. Гумбольдт, Э. Сепир, Б. Уорф, Д. Хаймс и др.) позволяют рассмотреть общекультурные, коммуникативные и лингвистические характеристики языковой личности. Коммуникативная и межкультурная компетенции языковой личности изучались Т. Н. Астафуровой, Г. И. Богиним, А. Вежбицкой, С. Г. Воркачёвым, В. В. Воробьёвым, Л. Н. Вырыпаевой, В. И. Карасиком, Ю. Н. Карауловым, Л. П. Киященко, Е. С. Кубряковой, Е. В. Милосердовой, Р. П. Мильруд, С. А. Сухих, П. В. Сысоевым, В. П. Фурмановой и др.

Ю. В. Рождественский начал читать курсы риторики, теории словесности, вкладывая в традиционные названия и классическое филологическое содержание, и новый взгляд на специфику филологических учений о речи в условиях индустриального общества массовой информации тогда еще советского периода. Философско-культурологический анализ базируется на принципах взаимосвязи и взаимодействия явлений культуры и анализе

тенденций развития поликультурного образовательного пространства (С. Н. Артановский, Е. С. Гриценко, Э. Д. Днепров, И. А. Зеткина, С. Н. Иконникова, М. С. Каган, О. А. Митусова, Ю. Н. Солонин, В. А. Фортунатова и др.).

Согласно концепции Ю. Н. Караулова структура языковой личности состоит из трёх уровней:

1) вербально-семантического уровня или лексикона, включающего в себя и фонд грамматических знаний;

2) лингвокогнитивного уровня или тезауруса, в котором запечатлён «образ мира» или система знаний о мире;

3) мотивационного уровня, отражающего систему целей, мотивов, установок и намерений, и представляющего собой единство инвариантной и переменной составляющих [3, с. 52-53].

Мы согласны с Карауловым в том, что мотивационный уровень состоит из тех же типов элементов – единиц, отношений и стереотипов, что и два предыдущих. Другими словами, языковая личность на мотивационном уровне «сливается с личностью в глобальном социально-психологическом смысле, что закономерно, поскольку языковая личность есть личность, выраженная в языке и через язык, личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» [там же, с. 38]. Но и оправданным считаем дополнение Ю. Ю. Ковалёвой, предлагающей выделить в структуре языковой личности ещё один уровень – деятельностный, благодаря которому вся система целей, мотивов и установок языковой личности может воплотиться в деятельности. Поскольку приобретаемые языковой личностью знания о мире, концепты, обобщённые понятия не могут существовать изолированно, они должны найти своё применение в деятельности, целью и результатом которой является формирование и развитие знаний, умений и навыков, то есть коммуникативно-культурной компетенции, предполагающей выход языковой личности студента в тезаурусную структуру [4, с. 153].

Исходя из основных положений концепции языковой личности, И. И. Халеева вводит понятие «вторичной языковой личности», полагая, что «через идентификацию вербально-семантического фона иноязычной языковой личности, репрезентирующей в текстовой деятельности, можно и нужно научить будущего переводчика осмыслять «картины мира» иной социальной общности, развивая в нём черты и способности вторичной языковой личности ... и если приобщение к вербально-семантическому фонду должно происходить на начальном этапе становления языковой личности, то следующий уровень формирования языковой личности предполагает выход в тезаурусную структуру» [7, с. 53]. Из сказанного выше очевидно, что под «вторичной языковой личностью» И. И. Халеева подразумевает личность будущего переводчика.

Принимая во внимание концепции «языковой» и «вторичной языковой личности», в 1994 году В. П. Фурманова вводит понятия «культурно-языковой личности» и «аутентичной культурно-языковой личности», под которой понимает интегративное качество субъекта, обладающего определёнными

этносоциокультурными статусами, языковым и культурным информационным запасом, представленными в виде уровней развития культурно-языковой личности, и способностью интерпретировать языковые и культурные явления» [6, с. 8]. Культурно-языковая личность складывается из способностей человека осуществлять различные виды речемыслительной деятельности и использовать разного рода коммуникативные роли в условиях социального взаимодействия людей друг с другом и окружающим их миром. Понятием «поликультурная личность» оперируют П. В. Сысоев и Л. П. Халяпина.

Главный признак языковой личности – языковое сознание и языковое самосознание. Сознание – это давний и в каком-то смысле центральный объект психологического изучения. Уже в XIX веке были предложены крупные идеи в данной области – такие, как теория апперцепции В. Вундта, интенционального акта Ф. Brentano, потока сознания У. Джемса, рефлексии Э. Титченера. Сознание трактуется этими авторами, прежде всего, как представленность, явленность субъекту тех или иных содержаний. В отечественной психологии значительные разработки темы сознания содержатся в работах С. Л. Рубинштейна и А. Н. Леонтьева.

Современное национальное образование стремится к интенсивному обновлению через интеграцию в мировое образовательное пространство. Создаются реальные условия взаимодействия образовательных систем различных государств и регионов (международные образовательные проекты, Интернет и т.п.). Не уничтожая социального базиса культурного менталитета нации, государства, система образования любой страны ориентирована на интеграцию с международной образовательной средой. Этим обеспечивается реальное цивилизованное развитие современного общества.

Образование как явление общественной жизни выступает в трёх основных ипостасях: как *социальный институт*, как *система образовательных учреждений* и как *образовательная практика*. Выстраивание и организация «взаимодействия» этих трёх основных граней, сущностей образования в единой социальной (социально-педагогической) логике – предмет образовательной политики.

Термин «образовательная политика» был введен в широкий, общероссийский оборот только в конце 80-х годов Э. Д. Днепровым и Временным научно-исследовательским коллективом (ВНИКом) «Школа», созданным в 1988 году для подготовки современной школьной реформы. В мировой образовательной и политической теории и практике этот термин получил распространение в начале того же десятилетия; ранее в зарубежной литературе речь шла преимущественно о «школьной политике» [1, с. 4].

Как справедливо отмечает Э. Д. Днепров, интересы образовательного сообщества по определению не могут быть пассивными. Это сообщество может и должно играть свою, профессиональную роль и в формировании социально-педагогических идеалов, социально-педагогических приоритетов общества, то есть образовательной политики, и в формировании общественных интересов в сфере образования. По жизни эта роль бывает двойкой: сдерживающей, консервативной (что и происходит по большей

части) и продвигающей, развивающей, когда авангард образовательного сообщества становится активной, деятельной составляющей общественного авангарда. Взаимодействие этих двух сил и рождает то явление, которое получило название общественно-педагогического движения [1, с. 11-12].

В будничные периоды исторической жизни, во времена застоев и спадов, когда интерес общества к проблемам образования затухает, образовательный авангард – как самостоятельная общественная и образовательная сила – сохраняет, защищает и по мере возможностей продвигает вперёд и общественные интересы в образовании, и общественную образовательную идеологию.

В этом мы видим его главную социальную роль. Будучи по природе представителем и выразителем передовых образовательных идей в общественном мнении, в образовательной политике, образовательный авангард в такие периоды исторической жизни становится одновременно и представителем передовых общественных идей в образовании. Он олицетворяет собой мост между образованием и обществом, «стык» передовых общественных и образовательных сил и идей.

Существенный пласт деформации образовательной политики проходил по линии её превращения из государственной в ведомственную – со всеми вытекающими из сего последствиями, главным из которых стало господство узко ведомственных интересов над государственными и общенациональными. Отсюда – и тяга к унификации школы, прямые попытки замораживания её многообразия, вариативности, и консервация отжившего содержания образования, и всё те же пресловутые образовательные стандарты [1, с. 22].

В случае успешного развития этих идей в современной образовательной политике результаты могли бы быть ощутимыми. В процессе интенсивного обновления всех сфер российской общественной жизни изменяется стратегическая государственная образовательная политика. Образование объективно является приоритетной областью, обеспечивающей стабильное функционирование государства, его безопасность, оптимальное развитие социально-экономической и духовной сфер жизнедеятельности общества. Но изменения в образовательной политике ещё требуют дополнительных усилий со стороны государства и общества.

Самоорганизация образования в целом, в том числе высшего, несмотря на многочисленные экономические трудности, открывает обнадеживающие перспективы в развитии вузовской образовательной системы, при чрезвычайно важном условии – наличии стратегической, генеральной политики в её реформировании. Здесь обнаруживается значимость управления системой высшего образования. Задача управления системой высшего образования как сложной нелинейной динамической системой требует нового мышления. С одной стороны, в устойчивой системе эффективны бюрократические методы и методы контроля, успешно действующие в знакомых ситуациях. С другой стороны, чтобы удержать устойчивость системы, нужно контролировать всё большее число параметров, которые весьма сложно, а подчас, и невозможно контролировать.

В настоящее время идёт поиск новых моделей образовательной системы, соответствующей перспективам цивилизационного развития в XXI веке. Образование не является чем-то внешним по отношению ко всем остальным сферам жизнедеятельности человека. Проблемы образования могут рассматриваться лишь в комплексе проблем человечества, важнейшей из которых является проблема его устойчивого развития и выживания [2, с. 196]. Накопленные человеком знания и опыт развития отношений с окружающим миром подвели его к идее качественно нового постиндустриального общества, здоровье которого определяется уровнем образованности современного человека. Образование становится ведущей сферой человеческой жизнедеятельности, обеспечивающей сохранение цивилизации, открывающей перспективы развития человека и человеческого сообщества в нынешнем тысячелетии.

В результате мы приходим к выводу: строение языковой образовательной культуры со всей определённостью свидетельствует о необходимости установления более тесной взаимосвязи между целевыми ориентирами в развитии языковой личности и задачами языковой образовательной политики. При этом, как показано, в качестве главной платформы этой взаимосвязи и корреляции выступает именно языковая образовательная культура. С опорой на это понимание мы обосновываем два возможных сценария развития языковой культуры, один из которых ориентируется на моноязычную личность и предполагает политику языковой унификации, а другой – на полиязычную личность и политику языковой диверсификации.

Библиографический список

1. Днепров Э. Д. Социально-экономические тупики образовательной политики / Э. Д. Днепров. – М: Объединение «Яблоко»; Форум «Российская школа», 1999. – 48 с.
2. Капица С. П., Курдюмов С. П., Малинецкий С. Г. Прогнозирование развития высшей школы. Синергетика и прогнозы будущего / С. П. Капица, С. П. Курдюмов, С. Г. Малинецкий. – М.: Наука, 1997. – 286 с.
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
4. Ковалёва Ю. Ю. Формирование культурно-языковой личности будущего инженера как дидактическая цель обучения английскому языку в техническом вузе // Грамота. – 2010. – № 1 (5): в 2-х ч. – Ч. 1. – С. 152-155.
5. Молчанова Г. Г. Синергия как основной типобразующий параметр современных языковых и межкультурных инноваций // Вестник Московского университета. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2006. – № 4. – С. 9-20.
6. Фурманова В. П. Межкультурная коммуникация и культурно-языковая прагматика в теории и практике преподаваемых языков (яз. вуз): дис. ... д-ра пед. наук / В. П. Фурманова. – М., 1994. – 475 с.
7. Халеева И. И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи / И. И. Халеева. – М.: Высшая школа, 1989. – 238 с.

УДК 37

Се Илин, Коврижных О.А. Об опытах патриотического воспитания студентов в Китае

About the experiences of the patriotic education of students in China

Се Илин

Хэйлунцзянский университет, г. Харбин
yilinxie1992@yandex.ru

Коврижных Олеся Анатольевна

Забайкальский государственный университет, г. Чита

Xie Yilin

Heilongjiang university, Harbin
Kovrizhnyx Olesya Anatolyevna
Transbaikal State University, Chita

Аннотация. В современном мире проблема патриотического воспитания подрастающего поколения значительно актуальна. Студенты, как члены самой активной и многочисленной социальной группы, имеют большое значение в ней. После образования Китайской Народной Республики возникло и развилось патриотическое воспитание студентов под руководством КПК. В данной статье рассмотрены опыты, связанные с изменяющейся экономической и политической ситуацией в стране. Сделан вывод о том, что благодаря патриотическому воспитанию, в стране ожидается подъем национального единства, и китайская молодежь достигли больших успехов в научных и спортивных соревнованиях.

Ключевые слова: Китайская Народная Республика, патриотическое воспитание студентов, Коммунистическая партия Китая, китайская молодежь, студент

Abstract. In the modern world the problem of patriotic upbringing of the younger generation is much relevant. Students, as members of the most active and numerous social groups, are of great importance to her. After the formation of People's Republic of China was created and developed patriotic education of students under the leadership of The Communist Party of China. This article describes experiences related to the changing economic and political situation in the country. It is concluded that due to the patriotic education, the country is expected to hoist the national unity and the chinese youth have made great strides in scientific and sports competitions.

Keywords: People's Republic of China, Patriotic education of students, The Communist Party of China, the chinese youth, student

За 60 лет существования КНР Коммунистическая партия Китая высоко оценивает значение патриотического воспитания молодёжи, в частности студентов. Благодаря поддержке Китайской коммунистической партии и правительства, в настоящее время, формирование и распространение патриотизма студентов уже сыграло большую роль в единстве китайского общества. В XXI веке, актуальность и востребованность патриотического воспитания значительно выросли, причиной которых служит сложная политическая обстановка в мире и вокруг современного Китая, появление новых угроз национальной безопасности, возможности возникновения вооруженных конфликтов с её участием [1]. Мы считаем, что стоит отметить о успешных опытах патриотического воспитания студентов:

1. Формирование принципов патриотизма и социализма. Являясь основной частью общественных требований, патриотизм и социализм укрепляют любовь студентов к Родине и партии, позволяют китайскую молодежь внести свой вклад в реализацию Китайской мечты. На 5-ом заседании 17-ого созыва Всекитайского комсомольского союза, заместитель Председателя КНР Ли Юаньчао заявил о том, что будучи членами ВКС, студенты должны занять положительную позицию в борьбе с информационной угрозой со стороны западных стран [4].

2. Внесение предметов «Отечественная история» и «Культура Китая» в учебном плане университетов. 15 марта 2005 г. была принята стратегия об укреплении значения обучения политической теории в системе высшего образования Отделом пропаганды ЦК КПК и Министерством Образования КНР, где «отечественная история» и «культура Китая» рассматривались как обязательные предметы в бакалавриате и магистратуре. Говоря о патриотическом воспитании в современных условиях интеграции, необходимо иметь в виду, с одной стороны, знание об истории и культуре своей страны; с другой стороны, сохранение традиционной ценности народов. По мнению председателя Китайской Народной Республики Си Цзинпина, китайская нация с ее непрерывной, более чем пятитысячелетней историей цивилизации создала свою всеобъемлющую и глубокую культуру, внесла свой немеркнущий вклад в развитие человеческой цивилизации. Наше прошлое и настоящее пронизано общностью наших идеалов и убеждений, мы их твердо придерживаемся [2].

Мы считаем, что с помощью подобных предметов, узнав об истории и богатых традициях китайского народа, студенты по-настоящему будут уверены в будущем страны и будут гордиться ей. Тем не менее, у студентов формируется уважение к территориальной ценности и понятие защиты национальных интересов страны.

3. Использование системы средств, включающей образовательный и общественный компоненты. К образовательным средствам относятся университеты, учебные аудитории, библиотеки, музеи, студенческие кружки. Общественные средства включают в себя комсомольские союзы, волонтерские организации, лагеря и клубы. Нужно отметить, что пользуясь разными средствами, китайские университеты вместе с комсомольскими союзами

проводят различные лекции и мероприятия по патриотическому воспитанию во время празднования национальных праздников и исторических дат, в том числе, Китайский новый год, День молодежи Китая, День образования НОАК и День образования КНР [3]. В результате, мы видим, что наши студенты ради своей Родины добровольно и успешно оказали волонтерские услуги во время проведения Летних Олимпийских игр в 2008 г. в Пекине, Азиатских игр в 2010 г. в Гуанчжоу и Универсиады в 2012 г. в Нанкине.

4. Патриотическое воспитание через интернет ресурсы развивает интерес студентов к теме патриотизма в условиях взаимодействия китайской социальной сети. В условиях распространения Интернета, в том числе, Wechat, Weibo, QQ, создание специализированных сайтов и форумов представляется весьма эффективным средством патриотического воспитания китайских студентов [5]. На наш взгляд, такие мероприятия в интернете, как «Месяц патриотических фильмов», «Волонтер онлайн», «Память о погибших в Нанкинской резне» развивают у студентов уважение к истории и вклад в социальное-экономическое развитие.

В заключении хотим сказать, что патриотизм предполагает единство достижениями и культурой китайской нации. Нынешнему социально-экономическому развитию необходим патриотизм, поэтому анализ об опытах патриотического воспитания имеет большое значение.

Библиографический список

1. Ахтариева Р.Ф. К вопросу о патриотическом воспитании // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. – 2015. №2. – С. 63-66.
2. Выступление Си Цзинпина на 1-й сессии Всекитайского Собрания народных представителей 12-го созыва (17 марта 2013 г.) URL: http://ru.theorychina.org/xsxy_2477/201409/t20140925_312958.shtml
3. Государственная программа «О патриотическом воспитании» URL: <http://src.people.com.cn/GB/64114/75332/> [Электронный ресурс] (дата обращения: 23.08.1994)
4. Ли Юаньчао: Внести свой вклад в строительство среднезажиточного общества на фоне реформы Всекитайского комсомольского союза [Электронный ресурс] URL: http://qnzz.youth.cn/gzdt/201601/t20160116_7532056.htm (дата обращения: 16.01.2016)
5. У Цяньтао. Гайгэ кайфан илай айго чжуи цзяоюй дэ хуэйгу юй сыкао // Teaching and research. – 2008. №11. – С.56-58.

Электронное научное издание

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Сборник научных трудов
по материалам I Международной
научно-практической конференции

31 мая 2016 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISBN: 978-5-00-005873-9

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 3.3. Тираж 500 экз.
Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова
Наталья Александровна
Адрес редакции: Россия, 603186, г. Нижний Новгород, ул.
Бекетова 53.