Научно-издательский центр «Социосфера»
Кафедра иностранных языков
факультета государственного управления
Московского государственного университета
им. М. В. Ломоносова
Витебский государственный медицинский университет
Пензенская государственная технологическая академия

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО И ЧЕЛОВЕК

Материалы III международной научно-практической конференции 15–16 апреля 2013 года

Прага
2013

Информационно-коммуникационное пространство и человек : материалы III международной научно-практической конференции 15–16 апреля 2013 года. – Прага : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2013 – 174 с.

Редакционная коллегия:

Девятых Сергей Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики Витебского государственного медицинского университета.

Дорошина Илона Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент, генеральный директор ООО НИЦ «Социосфера».

Дорошин Борис Анатольевич, кандидат исторических наук, доцент Пензенской государственной технологической академии.

Салиева Людмила Казимовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков МГУ им. М. В. Ломоносова.

Данный сборник объединяет в себе материалы конференции – научные статьи и тезисные сообщения научных работников и преподавателей, посвященные философским, социокультурным и психологическим аспектам взаимодействия человека с информационным пространством, его структуре и тенденциям развития. Рассматриваются социально-экономические, политические и правовые проблемы развития информационного пространства. В некоторых публикациях затрагиваются вопросы формирования и совершенствования информационно-образовательного пространства.

© Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2013.
© Коллектив авторов, 2013

ISBN 978-80-87786-30-7

СОДЕРЖАНИЕ

I. ФИЛОСОФСКИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Скрипник А. В.
Средства коммуникации в эпоху Средневековья 8

Гаврин Д. А.
Большевистская агитация против временного правительства 11

Малеки М. Э.
Роль печати в развитии советско-иранских культурных связей 13

Салиева Л. К.
Коммуникационная природа связей с общественностью. Мультилог 16

Максимова Т. М., Смирнова А. Н.
Массовые коммуникации как инструмент пропаганды религиозного учения 20

Девятых С. Ю.
Способы социализации как социально-психологические механизмы трансляции социальности 23

Савинова А. В.
Социальные сети как способ формирования политической идеологии современного студенчества 25

Корокошко Ю. В., Козин А. Е.
Способы привлечения клиентов в информационно-коммуникационном пространстве социальных сетей 27

Тайлакова Ш. Н.
Особенности влияния интернет-СМИ на подрастающее поколение 29

Акбарова А. Н., Ефимова М. А., Румянцева Я. Е.
Этнические мотивы в рекламе 32

Жамалиева С. М., Лопатина Д.
Психологическая совместимость группы и информационный метаболизм среди студентов 58

Климова А. Ю.
Информационная культура личности 58

II. ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО, ЭКОНОМИКА, ПРАВО И ПОЛИТИКА

Кашина А. Е.
Интернет и его роль в развитии современного общества 39

Гаффарова Г. Г.
Пространства возможностей информации 41

Кузнецова Ю. О., Любченко В. И., Вихман В. В.
Модели ИТ-аутсорсинга, применяемые на российском рынке 44

Ефимова М. А.
CROSS-PROMOTION – симбиоз в продвижении 46

Халиулин А. Ю.
Технология GPON и её практическое применение 47

Шнуренко О. Е.
Технология MPLS и её практическое применение 50

Anpiligov V. N., Gerasimova L. A., Kuklina A. I.
Use of GIS for ecological purposes 55

Горохова И. Ю., Омарова А. Д.
Возможности и преимущества пакета MICROSOFT OFFICE для дома и работы 59

Корокошко Ю. В., Моторкина Н. Ю.
Особенности коммуникационной политики предприятия в продвижении инноваций 61

Ткаченко С. В., Вихман В. В.
Выделение бизнес-критических IT-сервисов предприятия 63

Пономарева Г. И.
PR- консалтинг как направление коммуникационного менеджмента 66

Корокошко Ю. В., Кандратьева М. А.
Организация маркетингового исследования B2B рынка..... 68

Корокошко Ю. В., Салихова А. А.
Коммуникации event-маркетинга в системе продвижения услуг 70

Кисельникова А. С., Корокошко Ю. В.
Инновации в развитии информационных технологий и коммуникаций мерчандайзинга 73

Шилкина М. А.
Современные способы развития информационного пространства в бизнес-среде (на примере рынка молочной продукции) 75

Пинчук Т. О.
Бренд региона как системообразующий элемент социокультурного пространства России 77

Панков М. А., Любченко В. И., Вихман В. В.
Разработка структуры программно-аппаратного комплекса «Безопасный город» 80

Осипенко И. В., Швайкова И. Н., Любченко В. И.
Медицинские информационные системы РФ 83

Мутый И. С., Копысов П. Е.
Анализ медицинской информационной системы для реализации программы «Единая государственная информационная система здравоохранения» 86

Федяева А. А.
Проблема правового регулирования отношений в информационном пространстве 89

Распутин Р. В., Любченко В. И., Вихман В. В.
Анализ существующих методов анализа защищённости 91

Аникин А. А., Любченко В. И.
Обеспечение безопасности облачных технологий 93

Горячева О. Н., Миннегалиев Р. Т.
Влияние общественного мнения на формирование имиджа сотрудника полиции 96

III. ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

Андакова М. С., Шиковец О. В.
Внедрение информационных технологий в образовательные учреждения 99

Мельникова И. Е., Анциферова Н. В.
Инновационные технологии в современном образовании 105

Триппель А. И.
Аспекты разработки и использования электронных учебников в учебном процессе 111

Евдокимов А. Н.
Опыт межличностного взаимодействия как основа благоприятной социальной адаптации ребёнка к дошкольному образовательному учреждению 114

Верчёнова И. Ю., Синёва О. Н.
Медиасказка как эффективное средство социализации детей дошкольного возраста 116

Щербак Н. Э., Омельченко Ю. А.
Мобильное приложение «Английский алфавит для детей» 117

Акимова Р. В., Антонова С. В.
Использование ИКТ-технологий при организации продуктивного взаимодействия с родителями детей дошкольного возраста, имеющих нарушения речи 120

Адашкевич М. Н., Кривочурова А. Ю.
Использование электронной среды в начальной школе – путь к повышению качества образования 122

Тайлаков У. Н.
Создания единого информационно-образовательного пространства школы 127

Тайлакова Д. Н.
Моделирования и реализации электронного учебно-методического комплекса по родному языку 130

Вегерин В. И.
Использование ИКТ для формирования терминологической культуры студентов колледжа 133

Жоголева С. С., Андреева К. Ю.
Особенности элитарного образования татар с XVI по XX век 135

Овчинкин О. В., Пыхтин А. И.
Особенности использования множества упорядоченных по приоритету направлений подготовки в заявлении претендентов при проведении конкурсного отбора для зачисления в вуз на второй и последующие курсы 58

Амиралиева Б. С., Жалелова Г. Ж.
Информационно-инновационные технологии в учебном Процессе на практическом курсе русского языка 139

Ле Тханг Н.
Процесс развёртывания приложений информационных технологий и связи в преподавании физики в профессиональном становлении учителя 144

Бабиева Н. А.
Компьютерные технологии в профессиональной подготовке студентов-дизайнеров 147

Мамбетакунов У. Э., Суеркулова З. Т., Талипова Л. А.
Возрастание роли математических методов и информационных технологий в подготовке экономистов и менеджеров 150

Менщикова А. О., Любченко В. И., Вихман В. В.
Исследование методологии проведения аудита на соответствие стандарту СТО БР ИББС.....153

Воробьев М. В., Папуловская Н. В.
Повышение эффективности управления системой дополнительного образования средствами проекта «Электронный дворец молодёжи».....157

Енамукова Е. Р., Овчаренко Е. Г.
Роль информационной компетентности и информационной культуры в педагогической деятельности..... 160

Горохова И. Ю., Милованова Е. С.
Информационная культура преподавателя иностранного языка ...163

План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Ирана, Казахстана, Польши, Украины и Чехии на базе НИЦ «Социосфера» в 2013 году..... 166

Информация о журнале «Социосфера» 169

Издательские услуги НИЦ «Социосфера».....173

I. ФИЛОСОФСКИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ В ЭПОХУ СРЕДНЕВЕКОВЬЯ

А. В. Скрипник
Киевский национальный университет
им. Тараса Шевченко, г. Киев, Украина

Summary. The aim of the article is to investigate the communication modes in the Middle Ages. The author has analyzed the types of the medieval communication and identified the means of common, political and artistic communication.

Key words: communication; medieval modes of communication; herald; message; vassal; troubadour.

Коммуникация является смысловым аспектом социального взаимодействия, одной из самых больших характеристик любой деятельности. Это новая форма политической, научной, организационной и технической силы в обществе, при помощи которой субъект включается во внешнюю среду, осуществляется обмен мыслями или информацией для обеспечения взаимопонимания.

Мы избрали для анализа Средние века, как наиболее противоречивый период человечества. Одни воспринимают их как романтические времена прекрасных дам и благородных рыцарей, менестрелей и скоморохов, когда шумели пиры, пелись серенады и звучали проповеди. Для других же Средневековье – это мрачное время палачей, инквизиции, грязных городов, эпидемий и дикости. Именно информация об особенностях политической, религиозной и торговой коммуникации в эпоху Средневековья позволит лучше познать суть человека того периода, а также понять процесс сближения обществ – носителей различных культур в те ранние времена, что будет способствовать лучшему пониманию процессов глобализации, происходящих в современном мире. На протяжении всей истории средства распространения информации и коммуникация были мощными векторами распространения знаний, полученных от нового мировосприятия.

Говоря о средневековой коммуникации, можно выделить несколько её типов:

1) передача и обучение знаниям, полученным от предков;

2) коммуникация на расстоянии между поселениями или провинциями, которая подразумевает «транспортировку» послания (личного или военного). Предысторию данного вида коммуникации следует искать ещё в античные времена. Принято считать, что од-

ним из факторов успешного управления Римской империей была хорошо развитая сеть дорог (*via*), по которым могли перемещаться целые армии. Примером «пешей» коммуникации может служить послание, принесённое греком Фидиппидом о победе в Марафоне;

3) сообщение публичной информации герольдами, которые били в барабаны или трубили в трубы; коробейником, который был ожидаемым гостем в каждом поселении; священниками в приходских церквях. Безусловно, существовали и другие средства повествования информации, например, почтовые голуби. Ещё во времена галлов широко распространёнными были дымовые сигналы, что в некоторой степени перекликается с методами передачи информации американскими индейцами. Также средством сообщений определённой информации были мельницы.

Марко Поло предоставляет детальное описание «почтовых» услуг в монгольской империи Хубилай Хана в своей «Книге о разнообразии мира» [5, с. 178]. В данном произведении, которое было несколько раз изменено и чей оригинал был утерян, описывается, что монголы установили целую сеть пунктов перепряжки вдоль дорог, которые вели к вассальным или к другим их провинциям. Таким образом, монгольский всадник мог преодолевать более 200 километров в день. Абсолютный рекорд на все времена!

В Европе почтовые услуги существуют со времён Позднего Средневековья. Первый почтовый ящик был использован в Париже в XV столетии.

Такое средство коммуникации с целевой аудиторией, как вывески, в Средние века содержали только знаки и символы, так как преимущественное большинство населения было безграмотным. Со временем появились универсальные символы для каждого вида ремесла. В дальнейшем предполагалось не только наличие таких знаков, но и их регистрация. К стилизованным знакам на постоялых дворах, в гостиницах и питейных заведениях впоследствии стали добавлять одно или несколько слов. Фирменные названия старались делать уникальными.

Определённо можно сказать, что в начале специализированной коммуникации, например, художественной, научной, правовой, и политической коммуникации главенствовала поэзия. «Это было сказительство, поэтическое творчество и соответственно поэтическое исполнительское мастерство, устные сказания и песнопения» [1, с. 104]. Творчество средневековых поэтов-певцов – трубадуров или менестрелей охватывает период XI–XIII веков, его расцвет пришёлся на XII – начало XIII века. Трубадуры активно участвовали в социальной, политической и религиозной коммуникации общества того времени. За осуждение и критику католической церкви трубадуры преследовались, отлучались от церкви. Традиции поэзии трубадуров были переняты французскими труверами, творчество

которых переняли авторы ранней английской поэзии и особенно миннезингеры [4]. Поэзией трубадуров вдохновлялись Данте, представители *Dolce stil nuovo*, Петрарка стал прямым преемником трубадуров, воспев не мистическую возлюбленную, а земную женщину, и раскрыв сложный мир человеческой души [2]. Литературовед Поль Мейер полагает, что именно трубадуры доказали равноправие латыни а народного языка, что после них показал Данте в *Convitou De vulgari eloquio* [3].

Также в Средние века письменная коммуникация сделала большой шаг вперёд благодаря изобретению Иоганном Гуттенбергом (1400–1468) печатного станка в 1445 году. Использование печатного станка революционным образом способствовало развитию коммуникации в эпоху Средневековья. Это же изобретение легло в основу формирования системы средств массовой информации.

Закатом эпохи Средневековья принято считать XV–XVI вв. Этот период был характерен активным прогрессом науки, искусства, а также ростом торговли, что означало дальнейшее расширение массового спроса на получение информации и развитие межкультурной коммуникации.

Библиографический список

1. Березин В. М. Массовая коммуникация. – М. : РИП-Холдинг, 2003. – 174 с. URL: http://evartist.narod.ru/text7/66.htm
2. Гаспаров М. Очерк истории европейского стиха. – М. : Фортуна Лимитед, 2003. – 272 с.
3. Иванов К. А. Трубадуры, труверы, миннезингеры. Трубадуры и жонглёры. Средние века и Возрождение. – М.; СПб. : Петербургский учебный магазин, 1901. URL: http://svr-lit.niv.ru/ivanov-trubadury-truvery-minnezingery.htm
4. Пуришев Б. Лирическая поэзия средних веков // Поэзия трубадуров. Поэзия миннезингеров. Поэзия вагантов. – М., 1974. – С. 5–28.
5. Polo M. Deux voyages en Asie au XIIIe siècle / édité par E. Muller. – Paris : Librairie Ch. Delagrave, 1888. – 317 p.

БОЛЬШЕВИСТСКАЯ АГИТАЦИЯ ПРОТИВ ВРЕМЕННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА

Д. А. Гаврин
Сибирская пожарно-спасательная академия, филиал Санкт-Петербургского университета ГПС МЧС России, г. Железногорск, Красноярский край, Россия

Summary. Bolsheviks developed powerful agitation against Temporary government. They convinced people of the incapacity of Temporary government to solve a vital problems.

Key words: Temporary government; revolution; agitation; power; people.

Летом 1917 г. партия большевиков решительно вступила на путь революционного, насильственного сокрушения Временного правительства и замены его властью Советов. Большевики непосредственно и вплотную взялись за дело государственного переворота. «Долой буржуазное правительство Керенского, Коновалова и Кишкина – правительство народной измены!», «Да здравствует власть рабочих, крестьянских и солдатских Советов!» – таковы были основные лозунги большевиков в тот период. После Демократического совещания, прошедшего 14–22 сентября 1917 г. в Петрограде, с момента образования последнего коалиционного правительства, набиравшая силу большевистская партия развернула по всей стране колоссальную, лихорадочную агитацию за власть Советов, против «правительства народной измены» [2, с. 351].

Почва для агитации против Временного правительства была благоприятна, результаты её исключительно успешны, а основное содержание агитации были лёгким и общедоступным. Суть агитации состояла в следующем. Народу нужны мир, хлеб, земля. Власть может дать немедленно землю, мир и хлеб. Если вместо буржуазной будет рабоче-крестьянская власть, то она это и сделает. Если «керенщина» будет заменена властью Советов, то народные нужды будут удовлетворены. Большевистские агитаторы старались возбудить «классовую ненависть» и зажечь волю к действию [1, с. 73].

С конца сентября ударными пунктами устной и печатной большевистской агитации были следующие. Прежде всего, последняя правительственная коалиция была «шайкой узурпаторов», захвативших власть в результате келейного соглашения двух десятков человек. Это была неоспоримая истина, которую большевики стремились довести до сознания каждого рабочего и солдата. По всей России прокатилась волна митингов; сотни тысяч рабочих и солдат протестовали против самого факта образования нового буржуазного правительства. Большевики обещали решительную борьбу с ним и требовали власти Советов [1, с. 75].

Власть Советов призвана осуществить всё то, без чего больше не могли жить массы и чего не могло дать Временное правительство: мир, земля, хлеб. Это было просто и понятно, это заполняло все статьи и речи большевиков того времени. Вопрос заключался лишь в том, как именно и когда именно дадут Советы землю, мир и хлеб? С землёй дело обстояло просто и ясно: землю крестьянам Советы предоставят немедленно. С миром дело обстояло не столь определённо: мир Советская власть сейчас же предложит воюющим государствам, апеллируя к разоряемым и истребляемым народам; можно ожидать с полной уверенностью, что мы получим всеобщий справедливый мир. Ещё сложнее было дело с хлебом. В ходе своей агитационной кампании большевики стали на путь беспринципной демагогии. Не только рядовые агитаторы, но лидеры большевиков действовали примитивно и мало стеснялись в своих обещаниях. В. И. Ленин, «немедленно предоставляя» землю крестьянам и проповедуя захват, фактически подписался под анархистской тактикой и под эсеровской программой. Л. Д. Троцкий разрешал все продовольственные затруднения таким образом: в каждую деревню Советская власть пошлёт солдата, матроса и работницу; они осмотрят запасы у зажиточных, оставят, сколько надо, а остальное бесплатно – в город или на фронт. Рабочая масса Петрограда с энтузиазмом встречала эти обещания и перспективы. Всякая «конфискация» и «бесплатность», рассыпаемые направо и налево с царской щедростью, были пленительны и неотразимы. Перед этим не мог устоять никто [3, с. 364].

Агитация стала доминирующей сферой деятельности большевиков в сентябре – октябре 1917 г. Большевистские агитаторы стремились овладеть революционным подъёмом, сделать его осознанным, направить в русло борьбы за власть Советов. «Всё это бесконечными волнами разливалось по всей России в последние недели... Всё это ежедневно слышали сотни тысяч голодных, усталых и озлобленных... Это было неотъемлемым элементом большевистской агитации, хотя и не было их официальной программой» – писал меньшевик Н. Н. Суханов об этом периоде [3, с. 378].

Почти до самого октября большевики ограничивались общими формами агитации. Они стремились только сделать свои лозунги своими и кровными для народных масс и пробудить в массах волю к действию под своими знамёнами. В ходе своей агитационной кампании большевики приняли некоторые предварительные меры – внушительные, но ни к чему не обязывающие, и теперь готовились к решительному натиску на Временное правительство и захвату власти в России.

Библиографический список

1. Кожевников В. П. Пропаганда и агитация большевиков в дооктябрьский период. – М. : Изд-во полит. лит-ры, 1983. – 96 с.
2. Рабинович А. Большевики приходят к власти. – М. : Прогресс, 1989. – 416 с.
3. Суханов Н. Н. Записки о революции : в 3томах. – Том 3. – М. : Республика, 1992. – 416 с.

РОЛЬ ПЕЧАТИ В РАЗВИТИИ СОВЕТСКО-ИРАНСКИХ КУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ

М. Э. Малеки
Бакинский государственный университет,
г. Баку, Азербайджан

Summary. The paper describes the development of Soviet-Iranian cultural relations, the role that the Azerbaijani Democratic intelligentsia played in the intensive development of democratic processes in Iran. It is emphasized that, following reforms in the country Azeri language was declared the official state language on the territory of South Azerbaijan. In such pro-democracy periodicals such as "On the way to the Motherland", "Ares", "NICAT Iran", "Muzaffar" advocacy for a new ideology. Explores the role of newspapers in turning them into the main engine of promoting during the development of the national democratic movement in Azerbaijan.
Key words: Iranian Azerbaijan; the press; the Soviet-Iranian relations; society.

Шахриварские события, произошедшие в августе – сентябре 1941 года, стали началом нового этапа национально-освободительной борьбы народов Ирана. После вступления 25 августа 1941 года советской армии в Иран группа интеллигенции из Советского Азербайджана тоже приехала в Тебриз.

Наметились значительные тенденции в сближении с советским Азербайджаном. Перед партийными и государственными работниками, интеллигенцией, военнослужащими была поставлена чрезвычайная и ответственная задача – оказание помощи национально-культурному и политическому возрождению в Иранском Азербайджане. Представители интеллигенции, пришедшие в составе советской армии в иранский Азербайджан, учредили газету «На пути к Родине». С 11 октября 1941 года газета стала выходить через день. Первый этап выпуска газеты продолжался до 13 апреля 1942 года, и за это время вышло 89 номеров. Нужно отметить, что газета «На пути к Родине» стала первой газетой, которая выходила на азербайджанском языке после подавления движения Ш. М. Хиябани. Хотя и существовали газеты, выходившие на двух языках – как на азербайджанском, так и на персидском, – материалам на азербайджанском языке уделялось очень мало места. В период вы-

хода газеты в свет (1941–1946) её главными редакторами являлись М. Ибрагимов, Г. Шахгельдиев, Р. Кулиев [3, с. 87].

Нужно отметить, что по инициативе М. Д. Багирова с целью проведения политической, идеологической, культурной работы среди местного населения, а также оказания им помощи в повседневных нуждах была создана специальная группа под руководством секретаря ЦК КП (б) Азербайджана Азиза Алиева [1, с. 44]. Эта миссия, начавшая свою деятельность в иранском Азербайджане с 21 сентября, очень скоро смогла завоевать симпатии населения.

Необходимо учитывать, что в результате материальной, духовной заботы группы, которая была отправлена из советского Азербайджана в Иран, у населения Южного Азербайджана формировался положительный имидж в отношении к своим землякам. Если такая группа не функционировала бы там и не была бы в искренних отношениях с местным населением, то со стороны азербайджанского народа вступление советских военных частей на территорию страны не было бы встречено с таким интересом.

Нужно отметить, что в период начала выпуска газеты «На пути к Родине» в других городах Ирана также сформировалась печать, которая возглавлялась азербайджанцами из советского Азербайджана. Например, в Урмии под редакторством Зульфали Ибрагимова на азербайджанском языке выпускалась газета «Красный Солдат», а в Реште под редакторством Хасая Везирова на персидском языке выходила газета «Сарбазе Сорх». В одном из присланных в редакцию писем говорилось: «Минуты, когда я держу в своих руках первый номер нового цикла этой осмысленной и содержательной газеты, написанной на родном языке, могут считаться памятными моментами моей жизни» [5].

Газета имела абонентов практически во всех городах иранского Азербайджана и читателей в различных населённых пунктах Ирана, где проживали азербайджанцы. Газета «На пути к Родине» выходила тиражом, в несколько раз превышающим многие иранские газеты, т. е. 15 тысяч экземпляров [4, с. 47].

Первый этап деятельности газеты продолжался всего 6 месяцев, и затем она была закрыта. М. Д. Багиров выразил свой протест по поводу этой акции [1, с. 64–65].

Подписание 29 января 1942 года трёхстороннего договора о территориальной целостности Ирана значительно усложнило азербайджанский вопрос. Советский Союз возвратился к этому вопросу после завершения коренного перелома в Великой Отечественной войне [2, с. 4]. В связи с постепенным изменением положения в войне в пользу русских Москва снова возвратилась к вопросу Южного Азербайджана в 1944 году и отправила новую рабочую

группу из Советского Азербайджана в Иран. На этот раз общее руководство было поручено Гасану Гасанову.

И после этого демарша СССР создалась благоприятная среда для деятельности национально-демократических кругов в иранском Азербайджане.

После двухлетнего перерыва, 10 апреля 1944 года начался второй этап выпуска газеты. Он продолжался до 1 мая 1946 года, и в течение всего этого времени (1941–1946) вышло 406 номеров.

Публикуемые в газете темы имели два направления – это пропаганда советской социалистической идеологии, просвещение местного населения [3, с. 89].

В газете в основном место уделялось пропаганде советской социалистической идеологии, описанию героизма советских бойцов на фронте, преимуществам советского общества и советского образа жизни, прививалась ненависть к фашизму. Это статьи, опубликованные в рубриках «На фронтах Великой Отечественной войны», «Герои Великой Отечественной войны», «В зарубежных странах», «На международную тему», «В Советском Союзе»; можно сказать, что они были одинаковы с материалами, публикуемыми в советской печати. А для просвещения народных масс публиковались статьи о различных сторонах азербайджанской культуры, статьи азербайджанских литературных деятелей классического и современного периода, материалы об истории языка и литературы, просвещения и культуры, публиковались образцы мировой литературы.

Кроме этого, местное население из этой газеты получало информацию об общественно-политических процессах, происходивших в иранском Азербайджане. Газета «На пути к Родине» сыграла очень большую роль в формировании молодого поколения писателей в литературе, публицистике Южного Азербайджана, а также в развитии и совершенствовании азербайджанского литературного языка.

Библиографический список

1. Гасанли Дж. Южный Азербайджан, между Тегеран – Баку – Москва (1939–1945). – Баку : Дипломат, 1998 (на азерб. яз.).
2. Гасанли Дж. Место начала холодной войны: Южный Азербайджан. 1945–1946. – Баку : Мутарджим NPM, 1999 (на азерб. яз.).
3. Мамедли Р. История печати Южного Азербайджана. – Баку : Эльм, 2009 (на азерб. яз.).
4. Векилов Дж. М. Азербайджанская Республика и Иран: 40-е годы. – Баку : Эльм, 1991 (на азерб. яз.).
5. Ветен йолунда : газ. (на азерб. яз.). – 1944. – № 132 (14 апреля)

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПРИРОДА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. МУЛЬТИЛОГ

Л. К. Салиева
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия

Summary. Public relations is a special kind of dialogue, which we call multilog. The term multilog implies a multi-dimensional communication, a dialogue with each and every in a language they understand. Multilog is multimedia, multisign and multicultural dialogue.

Key words: Public relations; multilog; multimedia; multisign; multicultural communication.

Понимание коммуникационной природы связей с общественностью состоит в понимании особенностей СО как разновидности делового монолога и делового диалога.

Деятельность деловой сферы организуется двумя типами диалога, а именно: диалогом управления и диалогом связей с общественностью.

Цель диалога управления – осуществление проекта, то есть реализация системы действий, приводящих к задуманному результату, иначе говоря, – решение вопроса. Управленческий диалог включает монологи в разной речевой форме, как устной, так и письменной. Функция монолога в диалоге управления – обеспечение эффективности решения вопроса.

Связи с общественностью представляют собой пропаганду проекта, новации, отсюда цель диалога «связи с общественностью» – преодоление сопротивления новому и представление нового как полезного, создание благоприятных внутренних и внешних условий для реализации проекта. Функция монолога в диалоге «связи с общественностью» – создание положительного имиджа проекта. Центром деятельности здесь является создание идейной конструкции истолкования нового, то есть совокупности смыслов и высказываний, объединённых общим замыслом и направленных разным адресатам. Монологические высказывания в рамках диалога «связи с общественностью» могут иметь устную, письменную, печатную, масс- и мультимедийную фактуру. В современном обществе пространство, на котором осуществляется диалог СО, становится мультимедийным. Исходя из этого мы называем диалог в СО мультилогом (от мультимедиалог).

Цельность внешнего (диалогического) и внутреннего (монологического) содержания обеспечивается в речи тем, что всякий монолог представляет собой единство этоса, пафоса и логоса.

Ю. В. Рождественский следующим образом трактует эти основные категории речи. «Этосом принято называть те условия, ко-

торые получатель речи предлагает её создателю. Эти условия касаются времени, места, сроков ведения речи, и этим определяется часть содержания речи. По крайней мере, её тема, которую получатель речи может считать уместной или неуместной...

Пафосом принято называть намерение, замысел создателя речи, имеющий целью развить перед получателем определённую и интересующую его тему.

Логосом принято называть словесные средства, использованные создателем речи в данной речи при реализации замысла речи...

Таким образом, этос создаёт условия для речи, пафос – источник создания смысла речи, а логос – словесное воплощение пафоса на условиях этоса» [3, с. 96].

Рассмотрим монологи в среде управления и связей с общественностью в аспекте этих категорий.

Сфера управления – сфера принятия решений. Принятие решений – сложный процесс, сочетающий жёсткое планирование и учёт постоянно меняющихся ситуационных факторов (рециклизацию). В связи с этим в плане этоса среда управления требует строгого соответствия речи времени, месту и теме: речь должна быть «по делу и в срок». Ситуация принятия решений обязывает ритора удовлетворять следующим позициям этической оценки (они носят название риторических нравов): честности, скромности, доброжелательности и предусмотрительности [1, с. 32–38]. Честность подразумевает ответственность за выдвигаемые предложения, компетентность в вопросе, добросовестность в подготовке речи. Скромность состоит в умении занять правильную позицию равенства и превосходства в отношении аудитории. Для этого необходимы толерантность, использование позитивной информации (если критика, то с предложением положительных решений, и при этом критика идей и положений, не персоналий), строгое следование теме, интересам общего дела. Доброжелательность заключается в ненанесении вреда аудитории и делу, требует сдержанности. Она исключает самовыражение, непродуманную искренность, излишнюю горячность и эмоциональность, умение соединить в своей речи разные мнения и интересы, суммировать предложения. Предусмотрительность означает способность предвидеть последствия выдвигаемых предложений.

С точки зрения пафоса среда управления требует диалектической аргументации, правила которой состоят в том, что участники диалога ищут лучшее решение. Диалектика допускает использование только честной аргументации. Ритор должен стремиться предоставить слушателям максимум полезной информации, как положительной, так и отрицательной, той, которая способствует принятию оптимального решения. Эмоции, вызываемые речью, также должны служить этой цели. В целом пафос управляющего монолога имеет стабилизирующий характер, направлен на стабилизацию системы.

В том случае, если пафос приобретает новаторский характер, то такие речи могут привести к реорганизации системы.

Логос. Основными видами монологической речи в процессе принятия решений являются отчёт (предмет изложения – действия самого ритора или связанной с ним группы людей) и доклад (предмет изложения – внешние факты).

Свойства логоса управленческого монолога суть следующие:

– точность речи относительно предмета,

– ясность, воспроизводимость и приемлемость для аудитории,

– последовательность с точки зрения изложения фактов,

– отдельность основного содержания и авторских комментариев и оценок (для того, чтобы не навязывать аудитории своё видение проблемы, чтобы аудитория могла принять самостоятельное решение),

– соблюдение норм фразеологии и терминологии,

– разумная сжатость,

– полнота и завершённость,

– устная и письменная речевая формы сочетаются с письменными графическими формами, дающими сжатую и наглядную информацию. К последним относятся анкеты, таблицы, графики, карты, фотографии, чертежи и рисунки, текстовые документы, имеющие строгий формуляр.

Общей целью связей с общественностью является убеждение аудитории в пользе проекта. В среде управления (внутренние связи с общественностью) целевой аудиторией являются свои сотрудники – здесь проводится обучение своей организации идеологии проекта, которая призвана обеспечить подъём духа работников, энтузиазм внедрения проекта. Вне среды управления (внешние связи с общественностью) пропаганда направлена на разные категории людей (власти, общественные организации, общественность, другие фирмы, инвесторы, СМИ) и имеет целью добиться их расположения.

Связи с общественностью как разновидность информационных технологий отличаются от агитации и пропаганды в узком смысле слова. Основным принципом этоса СО является достижение поставленных целей на основе уважительного отношения к аудитории. Исключаются акции, оскорбляющие конкурента, так или иначе травмирующие общественное мнение. СО предполагают открытость информации и взаимную выгоду взаимодействующих сторон. СО ориентированы на завоевание аудитории, а не на навязывание мнений. Отсюда риторические нравы как свойства ритора в СО те же, что и в управленческом монологе. Однако следует отметить, что параметр «честность» в СО имеет «ограниченный» характер. Дело в том, что риторическая честность предполагает открытость всей информации, известной ритору (ритор честен в том случае, если его аргументы основаны на том «насколько он знает», а не на выиг-

рышной для проекта части информации). СО имеют другие законы, обусловленные их пафосом.

Пафос СО – эристический в силу того, что имеет место просеивание фактов и аргументация образами. Только та информация, которая способствуют созданию положительного образа проекта, может быть использована в монологах СО. С точки зрения эмоционального воздействия пафос СО направлен на внедрение эмоции любви как (1) влечения, (2) дружбы, (3) жертвенности по отношению к проекту. В целом в зависимости от задач пафос СО может иметь как стабилизирующий (поддержание отношений), так и новаторский характер (продвижение нового).

Для логоса монолога СО характерны следующие закономерности:

- монологическая речь СО может быть практически всех видов, вплоть до художественного текста и фильма,
- выбор типов речи (в широком смысле включающий и невербальные средства: кино, скульптура и т. п.), зависит от типа проекта и целевой аудитории,
- для каждой целевой аудитории разрабатывается своя система аргументации, понятная ей и отражающая её интересы (базируется на общих местах, релевантных для аудитории),
- для каждой целевой аудитории вырабатывается своя система языковых средств, типичных для данной категории людей,
- используется образный, эмоциональный, оценочный язык, речь выразительна, изобразительна и стилистически индивидуальна,
- оценка в речи соединена с фактами,
- часто использование мотивационной последовательности: внимание, интерес, визуализация (эмоциональный образ), действие.

На основе этого мы можем дать следующее определение понятию **мультилог.**

Мультилог представляет собой многомерное общение, диалог со всеми и каждым на понятном им языке. Эффективность мультилога как инструмента связей с общественностью обусловлена такими его свойствами, как мультимедийность, мультизнаковость и мультикультурность.

Мультилог существует на всех возможных материальных носителях речи. Он одновременно ведётся в устной, письменной, печатной и мультимедийной формах. Это позволяет достичь многомерного присутствия темы на неограниченном пространстве в любое время и как угодно долго. Так создаётся эффект максимальной погруженности аудитории в тему. Мультилога не избежать именно потому, что он – мультимедиа.

Мультилог доносит информацию (осуществляет коммуникацию) при помощи всех типов знаков. Среди них слово, музыка, та-

нец, изобразительные и прикладные искусства, игры, математика, прогнозы и др.

Главным, конечно, выступает слово во всех его видах – от устной беседы до кино, видео, блогов, социальных сетей, форумов и проч.

Комплексное использование всех знаковых систем создаёт вторую реальность, благодаря чему мультилог воздействует на все уровни психики человека, захватывает области сознательных, подсознательных и бессознательных процессов.

Мультилог глобален и индивидуален одновременно, он ведётся с учётом культурных особенностей целевых групп. Мультикультурность – третий базовый принцип мультилога, который раскрывается как учёт в общении этнического, регионального, возрастного, профессионального, идеологического и т. д. своеобразия аудитории.

Библиографический список

1. Волков А. А. Основы русской риторики. – М. : МГУ им. Ломоносова, 1996. – 345 с.
2. Рождественский Ю. В. Теория риторики. – М. : Добросвет, 1997. – 597 с.

МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОПАГАНДЫ РЕЛИГИОЗНОГО УЧЕНИЯ

Т. М. Максимова, А. Н. Смирнова
Набережночелнинский институт, филиал Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Набережные Челны, Россия

Summary. This article is devoted to religion and its role and place in Mass Communication. The authors pay attention to modern status and position of religious teachings and its effect on audience. Also, the article discusses an attitude of nowadays people to the latest happenings in religion sphere.

Key words: religion; mass communication; media.

Религия была и остаётся принципиально значимой темой для дискуссий и споров, так как на современном этапе жизни человечества вопрос об истинном значении религиозного учения остаётся открытым для изучения. Процессы, при которых происходит интеграция религии и массовых коммуникаций, являются немало важной темой для исследований. Учёные, богословы, приверженцы разных конфессий, философы и теологи пытаются выявить степень влияния религии и массовых коммуникаций друг на друга. Данная проблема актуальна для современного общества, в котором религия выполняет ряд функций, являющихся существенными в поддержании жизнеспособности социума и оказывающие на него влияние:

коммуникативную, просветительскую, социальную, а также функцию манипулирования массами.

Религия, являясь одной из форм общественного сознания, формирует и упорядочивает отношение человека к себе, к миру вокруг него, к системам и культурным кодам, необходимых для социализации современного человека. Принимая и обобщая все знания о мире, религия создаёт необходимую платформу для веры огромному пласту населения планеты: например, 30 % населения Британии являются глубоко религиозными, как и 60 % населения США и 90 % Ближнего Востока [4].

Известный американский антрополог Клиффорд Гирц в работе «Религия как культурная система» определяет религию как «систему символов, которая способствует возникновению у людей сильных, всеобъемлющих и устойчивых настроений и мотиваций, формируя представления об общем порядке бытия и придавая этим представлениям ореол действительности таким образом, что эти настроения и мотивации кажутся единственно реальными» [1, с. 108].

Главную роль в популяризации религиозного учения играют средства массовой коммуникации, такие, как СМИ, которые включают в себя телевидение, прессу, Сеть Интернет, радио. Посредством СМИ пропагандируются религиозные догмы путём высказывания в них мнения представителя той или иной религиозной конфессии о сложившейся ситуации или совершённом событии в обществе.

Книги о Гарри Поттере, являющиеся популярным литературным произведением, подверглись критики со стороны Ватикана. Профессор литературы Флорентийского университета Эдуардо Риальти в своей статье, опубликованной в «Osservatore Romano», критикует серию книг, говоря о том, что она не способствует развитию в человеке моральных ценностей. Гарри Поттер объявляется неправильным персонажем с христианской точки зрения [5]. Учитывая, что данная газета является официальным изданием Ватикана, эта точка зрения будет иметь определяющую позицию в сознании аудитории издания.

Массовая коммуникация формирует у религиозных людей некое «сверхчувство» к верховному существу-создателю, боязнь его силы, подчинение его воле и воле его «наместников» на земле. При этом догмы не только нежелательно оспаривать, но и необходимо их распространять. Как правило, для их распространения используется то средство массовой коммуникации, которое способно охватить наибольшее число аудитории. Так, к примеру, Российская Православная Церковь (далее РПЦ) активно использует телевидение для популяризации православного учения. Помимо транслирования проведения главных христианских праздников по федеральным телеканалам, таких как Рождество, Пасха и др., Екатеринбургская епархия РПЦ

учредила православную телекомпанию «Союз». Данный телеканал освещает религиозную жизнь православных организаций.

Религиозные люди, оказываясь вовлечёнными в массовую коммуникацию, зачастую испытывают на себе парадокс мифологической интерпретации. Они отдают приоритет той информации, которая укладывается в определённую мифологическую схему, то есть систему религиозных концепций, на которых основано сознание человека. Им необходимо «подкармливать» свои представления, что достигается путём просмотра телепрограмм, чтения газет и книг. Как только в сознание поступает информация, которая диссонирует с уже имеющими представлениями, эта информация сталкивается с активной борьбой, её отрицанием и нежеланием её признать. В крайнем случае, когда имеются весомые доказательства, эта информация признаётся, ради сохранения мифологической схемы, при этом информация называется «исключением из правил» [6, с. 358].

Так, к примеру, получивший широкий резонанс «панк-молебен» группы Pussy Riot в храме Христа Спасителя в Москве вызвал негативную реакцию у приверженцев христианской религии. Акция не только имела политическое основание, но и, согласно мнению участниц акции, которым они делились в интервью различным СМИ, отражала современное состояние православной церкви. Участницы группы заявляли, что храм перестал нести свою основную функцию, превратившись в место, «где можно снять зал» и «где обсуждают сексистскую и гомофобную политику» [3]. В свою очередь глава Отдела Московского патриархата по взаимоотношениям Церкви и общества протоиерей Всеволод Чаплин заявил, что были оскорблены религиозные чувства православных христиан [2].

Религия, развиваясь на протяжении тысячелетий, создала огромную базу, на которую может опираться, даже не смотря на тенденции «абсолютного отрицания» последних лет. Массовые коммуникации в отношении религиозного учения выступают в роли проводника идей, а также контролёра настроений масс. На сегодняшний момент религия не только стабильно существует, но и успешно развивается в масштабах, охватывая новые области влияния.

Библиографический список

1. Гирц К. Интерпретация культур / пер. с англ. – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. – 560 с. (Серия «Культурология. XX век»).
2. Интернет-портал КМ онлайн. URL: http://www.km.ru (дата обращения: 08.04.2013).
3. Интернет–портал «Российской газеты». URL: http://www.rg.ru (дата обращения: 08. 04. 2013).
4. Новости Украины: оперативная аналитика украинской политики, экономики, новости культуры и спорта. URL: http://lb.ua (дата обращения: 08.04.2013).

5. Официальный сайт телеканала «Союз». URL: http://tv-soyuz.ru (дата обращения: 06.04.2013).
6. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М. : Издательство «Рефл-бук, Ваклер», 2006. – 656 с.
7. Русский репотрер. URL: http://rusrep.ru (дата обращения: 08. 04. 2013).

СПОСОБЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ТРАНСЛЯЦИИ СОЦИАЛЬНОСТИ

С. Ю. Девятых
Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет, г. Витебск, Беларусь

Summary. Identified two ways of socialization: the institutional and interpersonal. Each one requires a socio-psychological mechanism of transmission of sociality.
Key words: conventional attitudes; interpersonal relationships; socialization; ways of socialization.

Отечественная психологическая наука накопила целый арсенал методологических и эмпирических знаний. С позиций этих знаний социализация понимается как усвоение индивидом социального опыта путём включения в социальную среду и воспроизведения системы социальных связей и отношений [1].

Сущность социализации состоит в том, что человек формируется как член того общества, к которому он принадлежит, в процессе приобщения, освоения моральных и правовых норм. Социализация является фактором стабилизации общества и имеет свои функции: во-первых, всестороннее, протяжённое во времени вхождение человека в объективный мир – отдельную часть социума, семью или другую общность; во-вторых, социализация являться фактором нормального воспроизводства общества. Общественное воспроизводство заключается в том, что происходит не только процесс простого воспроизводства социальной структуры, но и обновления всей системы общественных отношений [3].

Таким образом, процесс социализации, во-первых, – одно из условий сохранения и развития социальной культуры. Во-вторых, – способ предупреждения и преодоления неизбежных конфликтов между личностным и социальным. Чтобы потребности личности удовлетворялись не во вред обществу, а интересы общества – не за счёт подавления прав и свобод личности.

Человек детерминирован обществом на разных уровнях своего взаимодействия с окружающим миром, поэтому социализация проявляется весьма многообразно.

Так, на уровне «организм – окружающая среда» человек приобщается к жизни в обществе как живой организм в окружающей среде.

На уровне «субъект – объект» характерны процессы опредмечивания и присвоения. Важнейшим проявлением этого уровня социализации является овладение ребёнком речью как общественным средством коммуникации. С её помощью он приобщается к нормам и ценностям общества, его духовной культуре.

Третий, высший уровень социализации – «личность – общество» – характеризует усвоение личностью сложной системы отношений в обществе: социальных требований, правил, ожиданий. На основе этого уровня складываются мотивы поведения, установки, которые личность должна усвоить, чтобы существовать в данном обществе [2].

Д. Б. Эльконин [5] рассматривал социальное развитие как процесс формирования социального опыта человека. Он выделял две формы этого развития:

– усвоение предметных знаний и навыков предметных действий и деятельности;

– освоение ребёнком социальных условий его существования, овладение социальными отношениями, ролями, нормами, мотивами, оценками, одобряемыми средствами деятельности, принятыми формами поведения.

Всю сферу социальных отношений между людьми можно разделить на две области – область конвенциональных (формантных) отношений и область межличностных (неформальных) отношений. Конвенциональные отношения реализуются в институциональных социальных связях – социальных институтах, основная цель которых – наиболее полное удовлетворение потребностей людей [4].

В отличие от конвенциональных связей межличностное общение – это такая форма взаимодействия субъектов, которая мотивирована стремлением выявить психические качества друг друга и в ходе которой формируются межличностные отношения [1]. В их основе лежат разнообразные эмоциональнее состояния взаимодействующих людей. И если в конвенциональных отношениях реализуется исторический опыт, то межличностные отношения являются результатом личного опыта [4].

В связи с этим, можно говорить о двух способах социализации – институциональном и межличностном. В основе первого лежит согласованный взгляд на категории людей и вещей, а результатом их является освоение системы значений, в основе лежат чувства, в которых субъекту представлен индивидуальный смысл тех же категорий; и если в первых формируются инструментальные умения, то во вторых – мотивационные структуры личности [3, с. 100].

Каждый из выделенных способов социализации предполагает свой социально-психологический механизм передачи социальности. В первом случае речь идёт о таких механизмах, которые обеспечивают трансляцию образца в неповреждённом виде, во втором – активное осмысление передаваемого. Результатом первого есть усвоение способов действий, второго – их смыслов.

Библиографический список

1. Андреева Т. В. Психология современной семьи : монография. – СПб. : Речь, 2005. – 436 с.
2. Голованова Н. Ф. Социализация и воспитание ребенка. – СПб. : Питер, 2004. – 272 с.
3. Общая социология : учебное пособие / под общ. ред. А. Г. Эфендиева. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 654 с.
4. Шибутани Т. Социальная психология / пер. с англ. В. Б. Ольшевского. – Ростов-на-Дону, 2002. – 544 с.
5. Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды / под ред. В. В. Давыдова, В. П. Зинченко; АПН СССР. – М. : Просвещение, 1989. – 554 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА

А. В. Савинова
Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск, Россия

Summary. This article is about influence of social networking service on acceptance political ideas by youngsters. Political parties actively use modern methods of communication for involvement the supporters. However, there are some problems in the process of communications with the youth.

Key words: social networks; political ideology; communication.

Процесс активизации деятельности политических партий в области молодёжной политики невозможен без использования современных способов коммуникации, которые обеспечат интеграцию студенчества вокруг тех или иных политических идей в удобном для них информационном пространстве. Таким пространством выступают социальные сети, популярность которых в молодёжной среде не оставляет сомнений.

Интерес политических партий к молодому электорату, а особенно студенческой молодёжи 18–23 года [1, с.79], стал более выражен в России накануне парламентских выборов в декабре 2011 года. По справедливому замечанию директора Научно-исследовательского центра при Институте молодёжи Б. А. Ручкина,

«молодёжь – это не только будущее, она – «живое настоящее» и важно понять, насколько уже сегодня молодое поколение определит содержание и характер будущего» [3, с. 90].

По результатам опроса, проведённого автором в Ульяновском государственном техническом университете, студенческая молодёжь больше поддерживает оппозиционные силы: 22 % проголосовали за КПРФ, 17 % – за ЛДПР, и только 12 % студентов – за «Единую Россию». Подобные тенденции характерны не только для студенчества Ульяновска, но и для других регионов России, особенно центральных. В связи с этим партии ощущают необходимость активного присутствия в Интернете, в частности, в различных социальных сетях [2, с. 20]. И это абсолютно оправдано современной ситуацией: более 80 % студентов, по результатам авторского исследования, хотели бы получать информацию о политических партиях именно в социальных сетях.

Исходя из этого, объективным становится применение новых технологий – social media marketing и crowdsourcing. По результатам исследования, эти технологии активно используются партией «Единая Россия». Оппозиционные силы практически не присутствуют в Интернете, особенно на молодёжных ресурсах, не дают возможности студенчеству проникнуться идеями конкретной политической партии.

Таким образом, в современной российской действительности политические силы мало учитывают особенности студенческой молодёжи как специфической целевой группы. Ощущается острая необходимость в изменении подхода работы со студенчеством. Социальные сети становятся главным коммуникативным пространством для продвижения политических идей в молодёжную среду.

Библиографический список

1. Дурнова И. А. Правовая электоральная культура молодёжи // Материалы международной научно-практической конференции учёных, студентов, общественности «Вызовы нового времени: Молодёжь. Общество. Мораль. Культура». – СПб., 2009.
2. Родзинский И. М. Молодёжь как объект российских политических партий // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – № 1.
3. Ручкин Б. А. Молодёжь и становление новой России // Социально-политические процессы в меняющемся мире. – Тверь, 2008.

СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ В ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Ю. В. Корокошко, А. Е. Козин
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, г. Саранск, Республика Мордовия, Россия

Summary. The article discusses the features to attract customers on the Internet, specific kinds of promotion companies in social networks.

Key words: Internet; social networking; geotergetting; guerrilla marketing; viral content; Internet advertising.

В настоящее время Интернет выполняет одну из важнейших социальных функций – информационно-коммуникативную. Интернет и социальные сети сегодня предоставляют пользователям и рекламодателям огромный потенциал для интерактивного обмена. Информация в настоящее время имеет ключевое значение в продвижении товаров и услуг, поскольку любая маркетинговая деятельность базируется на знании конкретной ситуации, сложившейся на рынке. Поэтому присутствие компании в информационном пространстве является не только механизмом формирования её имиджа, но и обеспечивает новые возможности продвижения продукции.

По данным современных исследований, среди активных пользователей Интернета большинство опрошенных знают о существовании в Интернете социальных сетей и пользуются их возможностями. Среди пользователей Интернета, которые работают с социальными сетями, наиболее популярными ресурсами являются Одноклассники (74 %), Мой мир (40 %), Вконтакте (37 %), Мой круг (27 %), Rambler Планета (24 %), LovePlanet (22 %). На долю прочих сайтов, позиционирующих себя как социальные сети, приходится 10–20 % пользователей, посещающих ресурсы [2]. Также в настоящее время среди пользователей социальных сетей в Интернете наиболее популярными ресурсами являются Facebook и Twitter. Поэтому, в связи с большим объёмом вовлечённых пользователей, именно социально-коммуникационная интернет-среда является эффективным инструментом для привлечения потенциальных клиентов компаний.

Для компаний-рекламодателей социальные сети это уникальная возможность прямого контакта с потребителями. Ежедневно миллионы людей ведут беседы о компаниях, их товарах и услугах, делятся своими впечатлениями и мнениями. Крупнейшие компании и организации уже осознали перспективы использования по-

тенциала социальных сетей и активно применяют их в практике своей деятельности по привлечению клиентов.

Так, Сбербанк России в преддверии нового, 2013 года реализовал в социальной сети «Одноклассники» масштабный новогодний проект «Ярмарка добрых дел» [3]. В «Одноклассниках» было создано специальное приложение «Ярмарка добрых дел», где каждому пользователю предлагалось создать свой сувенир для ярмарки и получить за это значок с пожеланием, который можно было установить на аватарку пользователя. В подарок за каждый созданный сувенир пользователь также получал 15 баллов «СПАСИБО», которые Сбербанк перечислял ему на счёт. Самое большое количество переходов в приложение было достигнуто благодаря вирусным инструментам: 78 % пользователей зашли в приложение со значков и рекомендаций в ленте активности друзей. В кампании приняли участие около 5,7 млн пользователей «Одноклассников», что превысило запланированные показатели более чем в шесть раз. За 4 года сотрудничества в новогодних спецпроектах Сбербанка на «Одноклассниках» приняли участие около 22 млн пользователей. В связи с этим возможности и инструменты социальной площадки «Одноклассники» обеспечили максимальный охват целевой аудитории Сбербанка, который при этом также мог поздравить большую часть своих клиентов с новогодними праздниками. Следует отметить, что все современные способы привлечения клиентов в информационно-коммуникационном пространстве социальных сетей можно поделить на 2 основные группы: «белые» и «серые» (рисунок 1).

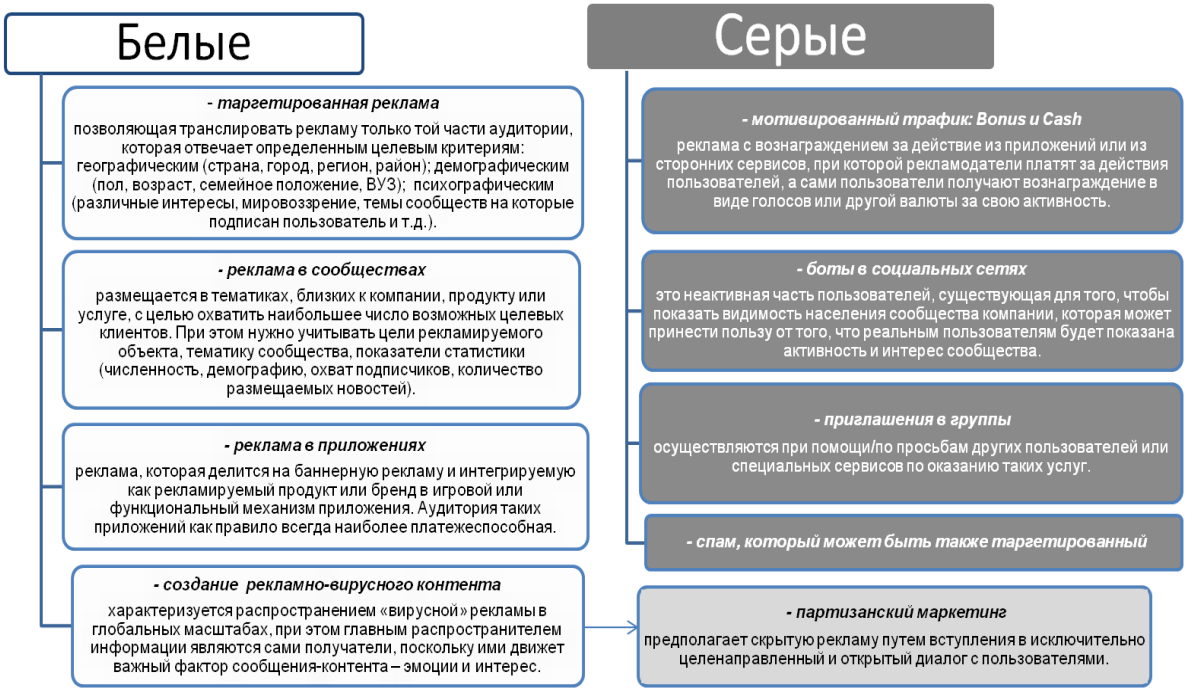


Рис. 1. **Современные способы привлечения клиентов в социальных сетях**

Таким образом, современные информационные технологии оказывают преобразующее воздействие на техническую основу средств коммуникаций с потребителями и взаимодействия субъектов рынка [1]. Новые достижения в области Интернета и развитии социальных сетей в наибольшей степени влияют на деятельность компаний на рынке, придавая коммуникациям с потребителями и способам привлечения их внимания глобальный характер.

Библиографический список

1. Корокошко Ю. В. Доверительный маркетинг или продвижение продукции на основе информационных технологий // Информационные технологии в экономике, управлении и образовании : сб. науч. ст. / под ред. В. В. Трофимова и В. Ф. Минакова. – СПб. : СПбГУЭФ, 2011. – Ч. 2. – С. 116–119.
2. Кузнецова Ю. В., Федюшкин А. А. Социальные сети в Интернет – новые возможности организации маркетинговых исследований // Маркетинг: современные реалии и вызовы времени : мат-лы Всерос. науч.-практ. конф., Саранск, 2008 г. – Саранск : Изд-во Мордов. Ун-та, 2008. – С. 279–282.
3. Официальный сайт «Mail.Ru Group». URL: http://www.mail.ru/

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ ИНТЕРНЕТ-СМИ НА ПОДРАСТАЮЩЕЕ ПОКОЛЕНИЕ

Ш. Н. Тайлакова
Узбекский научно-исследовательский институт педагогических наук, г. Ташкент, Узбекистан

Summary. In work are researched particularities of the influence internet – mass media (MM) on growing generation, are analysed influence network information resource on shaping the life installation youth, as well as way preventive maintenance origin to dependencies from Interneta.

Key words: internet-MM; information resource; internet-dependency; mass media.

Одна из важнейших сфер воздействия Интернета на культуру – образование. Нет культуры без образования. Современная система образования, которая начинает интегрировать в себя новые образовательные технологии, основанные на использовании возможностей компьютера, качественно меняет "упаковку" культурного содержания. Интернет не терпит книжной организации текста, где фрагменты текста следуют один за другим, подобно вагонам, сцепленным в единый состав, в соответствии с единственной волей их автора. Интегрированный во всемирную паутину, текст обрастает гипертекстовыми полями, в нём возникают новые, созданные "кем-то" произвольные связи, он в значительной мере утрачивает своего автора и выстроенную им смысловую законченность.

Анализируя влияние сетевых информационных ресурсов на формирование жизненных установок молодёжи, допустимо рассматривать Интернет в качестве специфичной среды проявления общественных отношений. В этой среде представлены практически все социальные слои и возрастные группы населения, здесь нашли воплощение в той или иной форме большинство видов деятельности общества, на основе общности интересов создаются многочисленные "виртуальные" группы территориально удалённых субъектов. В таких группах складывается своя внутренняя социальная иерархия, появляются формальные и неформальные лидеры.

До сих пор отношение к интернету неоднозначно. Для одних он – универсальный источник разнообразной информации, принципиально новое средство организации всей жизнедеятельности на более высоком уровне. Для других – "мировая паутина", опутывающая и губящая души молодых людей, "электронный концлагерь", "всемирная сплетница", "оружие инквизиторов" [1].

Интернет усиливает процесс опосредованного общения людей, участники которого чаще всего имеют поверхностные, неглубокие межличностные отношения. Возможность анонимного участия в сетевом общении нередко формирует у молодых людей представление о вседозволенности и ненаказуемости любых проявлений в сетевой среде. По мнению психологов, анонимность и отсутствие запретов освобождают скрытые комплексы, стимулируют людей изменять здесь свой стиль поведения, вести себя более раскованно и даже переходить некоторые нравственные границы.

Регулярное общение с онлайновыми приятелями через Интернет может впоследствии привести к фактическому знакомству, в том числе с лицами с девиантным поведением: участниками радикальных политических групп, сектантами, лицами, имеющими сексуальные отклонения, участниками незаконного оборота наркотиков и др.

К мерам, направленным на профилактику возникновения зависимости от Интернета, можно отнести следующие:

1. В современных условиях невозможно изолировать молодого человека от использования сетевых ресурсов. Однако должны быть продуманы пути нейтрализации негативного информационного влияния компьютерных сетей.

2. Родители обязаны научить несовершеннолетнего правилам безопасного общения посредством Интернета: не давать личную информацию (имя, адрес, номер или адрес школы, место работы родителей и их рабочий телефон), особенно в чатах и на досках объявлений; не заводить через Интернет сомнительных знакомств и т. д.

3. Необходимо вырабатывать культуру общения с компьютером. А для этого с самого первого дня появления дома такой техники необходимо показать несовершеннолетнему все возможности

"нового друга": с помощью его интересно интеллектуально развиваться, получать необходимую и полезную информацию, заниматься учёбой т. д.

4. Эффективным методом борьбы с Интернет-зависимостью является метод использования различных контролирующих программ. Программа "Контроль игр", например, умеет отличать учёбу от игровой деятельности: если ребёнок сидит за компьютером и учит уроки, он не отключается, а если заигрался в Интернете сверх установленного времени, тогда монитор погаснет точно по расписанию.

Компьютер необходимо располагать там, где удобнее контролировать его использование несовершеннолетними, а также устанавливать чёткие требования к использованию компьютера и Интернета, и всегда требовать их неукоснительного выполнения [2, 3].

Средства массовой информации (СМИ) занимают огромное место в жизни отдельного человека и общества в целом. Телевидение, радио, печать, Интернет стали основными источниками информации, формирующими внутренний мир человека. Если всего столетие назад внутренний мир людей формировался на основе их личного общения, профессиональной деятельности, путешествий, то сегодня совсем не нужно быть очень активным человеком, чтобы узнать новости с другой стороны планеты, незачем выходить из дома для общения с людьми.

В ходе данного исследования мы выяснили, что молодёжь почти ежедневно использует СМИ в качестве главного источника информации. Причём основным источником является телевидение. Однако всё большее значение приобретает Интернет.

Процесс воспитания современной молодёжи представляет собой специально организованную деятельность, направленную на формирование определённых качеств человека под влиянием разнообразных факторов социальной жизни.

Таким образом, формирующаяся в глобальных сетях среда способна оказывать существенное влияние на формирование негативных психологических установок у подростков. Безусловно, в современных условиях невозможно изолировать молодого человека от использования сетевых ресурсов. Однако должны быть продуманы пути нейтрализации негативного информационного влияния компьютерных сетей. Особую роль в этом процессе должна играть семья. Заинтересованное участие взрослых, дающих объективную оценку поступающей информации и осуществляющих её фильтрацию, позволит правильно сориентировать молодого человека в информационных потоках.

Библиографический список

1. Петров В. П. Интернет в мировом информационном пространстве // ОБЖ. – 2008. – № 8.

2. Панов С. «Интернет-зависимость»: причины и последствия // Учитель. – 2007. – № 5.
3. Гридчин М. М. Проблемы влияния информационных технологий на молодёжь // Власть. – 2007. – № 9.

ЭТНИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В РЕКЛАМЕ

А. Н. Акбарова, М. А. Ефимова, Я. Е. Румянцева
(научный руководитель О. Н. Горячева)
Филиал Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Набережные Челны, Татарстан, Россия

Summary. Motives can serve as criterions of effective advertising. Ethnic motive plays an important role in the development of advertising policy.
Key words: advertisement; ethnic motives.

В нашей жизни реклама занимает далеко не последнее место. Она тесно связана с процессом развития человеческого общества и его социальной, культурной, экономической жизни. Сегодня человека нельзя представить без телевидения, радио, газет, журналов. Через современные средства Mass Media он приобретает большое количество информации, влияющей на формирование мировоззренческих установок человека. И часть этой информации носит этнический характер.

Потребность и реклама взаимообусловлены. Действительно, рекламировать надо товары, произведённые на основе человеческих потребностей, а новые потребности могут формироваться под воздействием рекламы.

Френсис Бэкон, английский философ, историк, политический деятель, отмечал, что на ум человеческий больше всего действует то, что сразу и внезапно может его поразить, именно это обыкновенно возбуждает и заполняет воображение [1]. Следовательно, все изобразительные и содержательные достоинства рекламы по своей выразительности должны явно выходить за рамки привычных представлений.

Феликс Изосимович Шарков, доктор социологических наук, профессор, академик РАЕН, профессор кафедры социологии МГИМО(У), считает, что, установив связь между потребностями ваших клиентов и вашим товаром, вы поможете своим потенциальным покупателям ответить на вопрос: почему они могут удовлетворить ту или иную потребность с помощью именно этого товара. Мотивы могут служить критериями эффективности рекламной деятельности. Наиболее часто в рекламной практике используются следующие мотивы: утилитарные, эстетические, мотивы престижа, мотивы достижения, мотивы традиции (этнические мотивы) [3].

Этнические мотивы обусловлены преимущественно национально-культурными особенностями различных наций и народностей. Лев Семёнович Выготский, советский психолог, основатель культурно-исторической школы в психологии, считает, что при использовании этой группы мотивов необходимо опираться на содержание «историко-культурной психологии», глубинной психологии, которое проявляется в инстинктах, традициях, обычаях, нравах, особенностях языка, культуре, религии и т. д. Однако делать это надо крайне аккуратно, поскольку феномен рекламы не является порождением национальной культуры, а явление культуры массовой. Здесь главенствуют иные социально-психологические законы, и чрезмерное увлечение использованием национальных особенностей может, по мнению Выготского, вызвать отторжение [2].

Для объяснения скрытых движущих сил человека выдвинуто множество теорий. Фрейд считал, что вся социальная жизнь человека строится на неосознаваемых мотивах. С точки зрения психоаналитиков, товар будет реализован на рынке с большим эффектом, если он будет связываться у индивида с подавляемыми мотивами.

Сторонники социального психоанализа утверждают, что учёт глубинных особенностей нации важен при разработке рекламной политики, особенно её символического выражения. Однако не следует впадать и в другую крайность – использование народных традиций в любом проявлении современной жизни. Народные традиции следует использовать, когда они являются актуальной частью жизни. Особенно это касается политической рекламы. Было бы странно во время предвыборной борьбы видеть претендентов на пост президента России одетыми в русские национальные костюмы [3].

Реклама – это порождение массовой культуры, и это накладывает определённые требования на разработку рекламной кампании. На этапе убеждения в достоинствах товара перед рекламистами стоит задача доказать потребителю с помощью аргументов – мотивов, выявленных на предыдущем этапе, – необходимость приобретения рекламируемого товара.

Таким образом, этнический мотив, бесспорно, играет важную роль при выработке стратегии рекламной политики. Мотивы являются критериями эффективности рекламной деятельности, но прежде чем затронуть этнический мотив, специалисту по рекламе следует разобраться в особенностях того или иного этноса, изучить его культуру и психологию.

Библиографический список

1. Бэкон Ф. Великое восстановление наук // Новый Органон.
2. Выготский Л. С. Психология развития человека. – М. : Изд-во «Смысл»; Эксмо, 2005.
3. Анализ основных мотивов в рекламной деятельности. URL: http://www.elitarium.ru/2009/03/25/analiz_motivov_v_reklame.html

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СОВМЕСТИМОСТЬ ГРУППЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕТАБОЛИЗМ СРЕДИ СТУДЕНТОВ

С. М. Жамалиева, Д. Лопатина
Казахстанско-Российский университет,
г. Астана, Казахстан

Summary. In article observes psychological compatibility of second-year students on the basis of information metobalizm and a social type is analyzed.

Key words: psychological compatibility; information metobalizm; social type; quadra; dual relations.

Научный подход к формированию систем управления группы предполагает необходимость учёта требований физиологии и психологии к рациональной организации учебной деятельности студентов.

С давних пор философы пытались выявить закономерности тех или иных форм поведения личности, определить, почему с одним человеком легко найти общий язык, а с другим нет никакой возможности, чем определяется логика поведения отдельного человека.

В последние годы неизмеримо возросла потребность в психологических знаниях, раскрывающих закономерности общения и поведения людей в группах, коллективах и командах, в их совместном труде, учёбе и отдыхе.

Психологическая совместимость членов группы представляет собой совокупность индивидуальных качеств членов группы, обеспечивающих слаженность и эффективность их деятельности [1].

Одним из исходных моментов обеспечения психологической совместимости является учёт особенностей социотипа членов группы. **Тип информационного метаболизма** – это тип психики человека, который определяется взаимным расположением функций. Информационным метаболизмом называют процесс восприятия, отбора и обработки психикой человека информации об окружающем мире.

Согласно соционической теории социотип человека неизменен в течение всей жизни, хотя информационное наполнение различных функций и аспектов может меняться.

Знание и учёт особенностей социотипа и характера – важное условие обеспечения групповой совместимости и эффективности деятельности, а также оптимального распределения заданий. В группе отрицательные черты одного социотипа можно уравновесить положительными чертами другого [2, с. 11–17].

В связи с этим для определения влияния информационного метобализма на психологическую совместимость мы исследовали группы второго курса очного и заочного обучения Казахстанско-Российского университета по специальности «Психология».

Исследование проводилось из-за возникновения проблемы усвоения информации студентами, разным уровнем психологической совместимости. На рисунке представлены данные исследования на основании, которого можно подвести следующие итоги:

1. Студенты очного отделения данной выборки относятся к ISFP, ISTJ, ISTP, INFJ. По типу темперамента преобладают меланхолики и флегматики.

2. Студенты заочного отделения данной выборки относятся к ESFJ, ENTJ, INTJ, ESFJ, ENFP. По типу темперамента преобладают холерики и сангвиники.

3. Об уровне усвоения информации заочного отделения мы можем судить по их ответам на занятиях и активному участию в практических занятиях.

4. В нашем исследовании мы описали выявленные квадры. Квадру составляют две близкие по духу дуальные пары (рисунок 1).

Квадра «Альфа». В неё входят следующие социотипы: Дюма, Гюго, Робеспьер. Представители этой квадры ценят новые возможности и теории, вдохновение, веселье и заботу о комфорте. Новая и неожиданная информация здесь всегда воспринимается с интересом.

Квадра «Бета». В неё входят следующие социотипы: Максим Горький. Представители второй квадры лучше, чем кто-либо, осознают "значимость текущего момента", стремятся не допустить сделанных кем-то когда-то ошибок, или просчётов.

Квадра «Гамма». Социотип – Джек Лондон. Представителей этой квадры отличает большая пробивная сила, критическое отношение к достигнутым результатам. Здесь ценят силу, значительность, индивидуальные сиюминутные оттенки отношений, способность реализовать задуманное и умение видеть перспективы.

Квадра «Дельта». В неё входят следующие социотипы: Гексли, Габен, Достоевский. Её представители отличаются практичностью и дружелюбием. Это открытые доброжелательные люди, умеющие ценить уют и благополучие, дорожат социальной стабильностью [3].

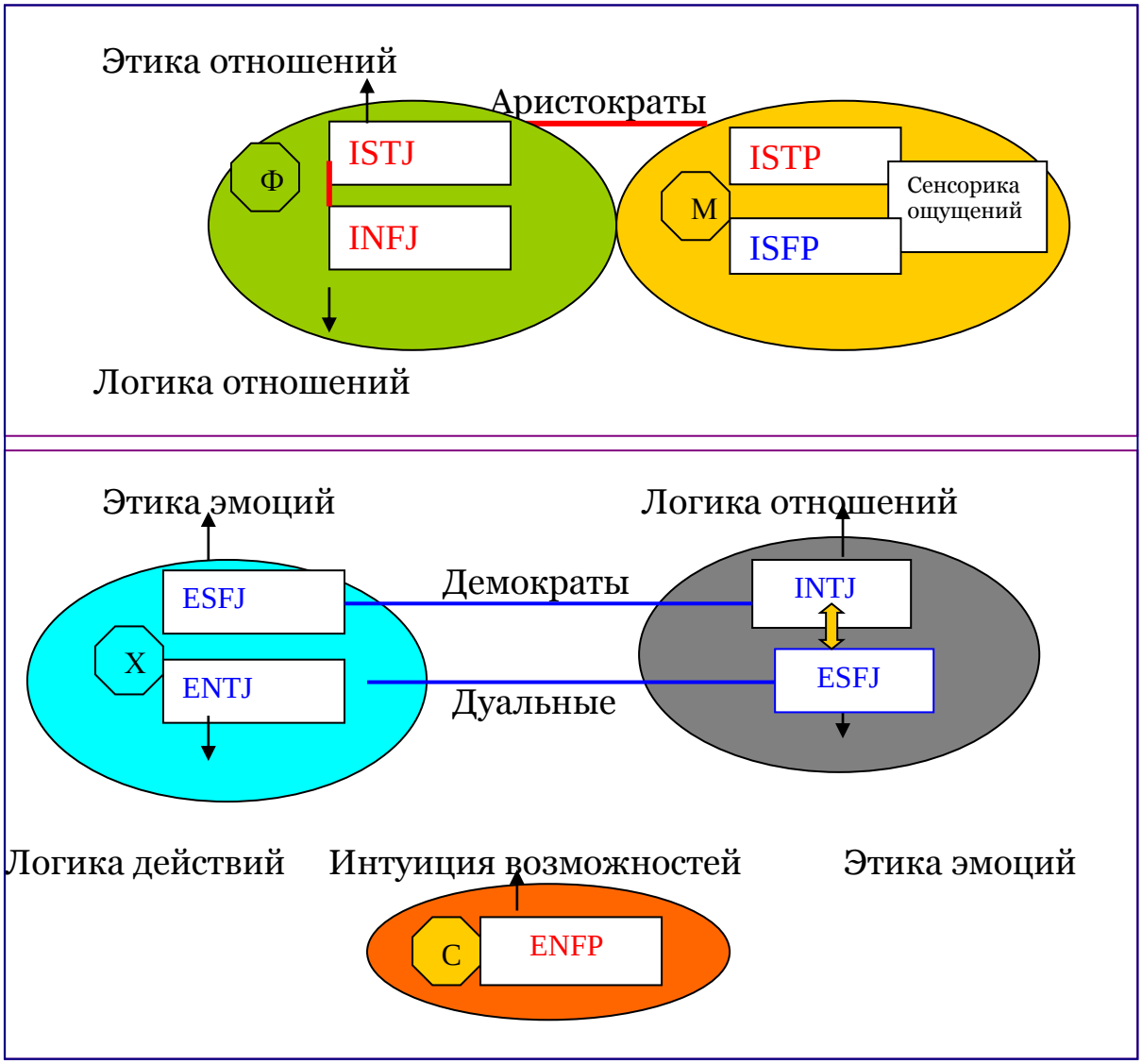


Рис. 1-**Эмпирические данные исследования социотипов среди студентов второго курса**

Таким образом, знание индивидуально-психологических особенностей членов группы помогает правильно выбрать форму поведения с ними, а также, учитывая социотип студентов, в обучении можно существенно повысить эффективность и надёжность самых разнообразных решений, связанных с совершенствованием обучающей деятельности, с формированием групп.

Библиографический список

1. Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Социальная психология малой группы. – Москва, 2001.
2. Аугустинавичюте А. Комментарий к типологии Юнга и введение в информационный метаболизм // Соционика, ментология и психология личности. – МИС. – 1995 г.– № 2. – С. 11–17.
3. Гуленко В. В. Квадры и их социально-психологические особенности, 1990.

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ЛИЧНОСТИ

А. Ю. Климова
Армавирский институт социального образования (филиал РГСУ), г. Армавир, Краснодарский край, Россия

Summary. This article gives a detailed description of what a "personal information culture" is. It tells about her specific features. Also gives the definition of information resources. A person should use all the information resources.

Key words: personal information culture; information resources; information.

Наше время называют «веком информации». Построение информационного общества по праву относится к числу приоритетных задач человечества. Следовательно, для всех членов общества возрастает необходимость постоянного повышения квалификации, обновления знаний, освоения новых видов деятельности. Человек должен уметь использовать все информационные ресурсы, которые накопило общество. Под *информационными ресурсами* понимают имеющиеся в наличии запасы информации, зафиксированной на каком-либо носителе и пригодной для сохранения и использования [1, с. 60]. Информационные ресурсы являются продуктом интеллектуальной деятельности общества и рассматриваются в настоящее время как стратегический ресурс развития любой страны, который по значимости не уступает другим – финансовым, сырьевым, материально-техническим.

В условиях информатизации современного общества особую актуальность приобретает формирование информационной культуры личности, перед которой открываются широкие перспективы эффективного использования накопленных человечеством информационных ресурсов. Главным сегодня в информации является то, что на неё перестали смотреть как на нечто второстепенное. Приходит сознание, что качество жизни всё в большей степени зависит от информации и её использования.

В современном обществе судьба каждого конкретного человека во многом зависит от его информационной культуры, и в будущем эта зависимость будет возрастать.

Информационная культура личности – это совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных технологий. Она является также важнейшим фактором успешной профессиональной и непрофессиональной деятельности, а также социальной защищённости личности в информационном обществе [2, с. 32].

Социологи считают, что проявлением информационной культуры является ориентация человека в быстроменяющихся социальных условиях, способность адаптироваться к ним, критически и самостоятельно оценивая поступающую информацию.

Информационная культура общества и личности должна обеспечивать возможность непрерывного образования человека и повышения его ответственности за принимаемые решения. В первом случае информационная культура выступает средством социальной защиты личности, способной к самостоятельному наращиванию знаний, изменению сферы деятельности, регулированию собственного поведения на основе всестороннего анализа ситуации. Во втором – информационная культура является средством защиты общества от непродуманных действий человека, гарантом того, что принципиальные решения в любой сфере – социальной, экономической, технологической – принимаются лишь после глубокого анализа всей имеющейся информации.

Библиографический список

1. Справочник библиографа / науч. ред. А. Н. Ванеев, В. А. Минкина. – СПб. : Профессия, 2002. – 448 с.
2. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и образовательных учреждениях / под. ред. Н. И. Гендиной. – 2-е изд., перераб. – М. : Школьная библиотека, 2003. – 296 с.
3. Основы информационной культуры. Библиография : учеб. пособие / А. В. Кириленко ; под ред. Е. Г. Расплетиной. Вып. 1. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2008. – 156 с.
4. Основы теории коммуникации : учеб. / под ред. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2007. – 615 с.

II. ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО, ЭКОНОМИКА, ПРАВО И ПОЛИТИКА

ИНТЕРНЕТ И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

А. Е. Кашина
Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск, Россия

Summary. This article observes that today, the Internet is an integral part of our lives. Worldwide network used in almost all areas of society. In modern conditions, be interesting to know what impact the Internet as a means of mass communication on the development of modern society.
Key words: Internet; society; communications.

Сегодня Интернет является неотъемлемой частью нашей жизни. Всемирная сеть используется практически во всех сферах общества. Информационные технологии на его основе вошли в повседневную практику значительно быстрее, чем произошло массовое освоение таких технологий, как телевидение, радио и телефон. Количество пользователей Интернетом растёт с каждым днём стремительными темпами. Возможность свободного доступа к распространяемым на электронных носителях информационным и иным продуктам и ресурсам Сети создаёт условия для опосредованного взаимодействия пользователя Интернета с миром и для его существования в виртуальном пространстве Сети. В современных условиях интересно узнать, какое влияние оказывает Интернет как средство массовой коммуникации на развитие современного общества.

Во-первых, исследователи различных профессиональных и научных отраслей: специалисты по коммуникациям, психологи, социологи отмечают рост влияния современных информационных и коммуникационных технологий, включая Интернет, на социализацию. Применяя возможности всемирной сети, индивид становится не только потребителем и пользователем информации, но и получает возможность активно участвовать в движении и преобразовании информационных потоков. Поэтому информация как ценность общества нового типа определяется не только и не столько её общедоступностью, познавательным, экономическим или политическим потенциалом, сколько возможностью персонализации, определяющей новые грани самоидентификации личности. Таким образом, новая информационная среда выступает одновременно и средством, и средой социального развития личности [1] .

Во-вторых, в новых условиях происходит изменение отношения к анонимности в обществе. С одной стороны, распространенным явлением становится предельное самораскрытие с элементами эксгибиционизма. В Интернет-пространстве целью этого может быть получение внимания окружающих, сочувствия, даже манипулирование и мошенничество. С другой стороны, Интернет – плодородная среда для формирования анонимных контактов, то есть предельного обезличивания коммуникаций.

В-третьих, текущие информационно-коммуникационные практики формируют изменение в идентичности пользователей, с чем связано появление феномена «виртуальных личностей». Исследователи выделяют две группы причин создания «виртуальных личностей»: мотивационные (удовлетворение уже имеющихся желаний) и «поисковые» (желание испытать новый опыт как некоторая самостоятельная ценность) причины. В первом случае создание «виртуальной личности» несёт в себе компенсаторную функцию. Такая «виртуальная личность» существует как «для себя», осуществляя идеал «Я» или, наоборот, реализуя деструктивные тенденции пользователя, так и «для других» – с целью произвести определённое впечатление на окружающих [2]. Во втором случае «виртуальная личность» создаётся для расширения уже имеющихся возможностей реальной социализации, получения нового опыта. Так А. Е. Жичкина считает, что создание «виртуальной личности» не является компенсаторным стремлением по преодолению объективных или субъективных трудностей реального общения и взаимодействия: довольно часто «виртуальная личность» оказывается не соотносима ни с «идеальным», ни с «реальным» Я [3, с. 435].

Таким образом, Интернет играет существенную роль в организации коммуникационных потоков, социализации пользователей и формировании их идентичности. Это влияние имеет двойственную природу. К негативным следствиям развития Интернет относятся усложнение коммуникационного потока, информационная перегрузка, опасности «виртуализации» личности. Позитивный характер влияния Интернета связан с колоссальными и нарастающими ресурсами Сети, способными обеспечить большую степень свободы пользователя и огромным потенциалом его развития, духовно-ценностной ориентации и самореализации.

Библиографический список

1. Жичкина А. Е. Идентичность пользователя и особенности поведения в Интернете. URL: http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf.
2. Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. URL: http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf.

3. Жичкина А. Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростка-пользователя Интернета // Образование и информационная культура. – М., 2000.

ПРОСТРАНСТВА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИНФОРМАЦИИ

Г. Г. Гаффарова
Национальный университет Узбекистан,
г. Ташкент, Узбекистан

Summary. The importance in the process of modern informatising of space of problems of space and time was considered in this article. Jo the space of possibilities of present information was analyzed philosophically.
Key words: the space; algorithm; information.

Пространство – философская категория. В физике оно связано с динамикой материи. В социальной теории его нельзя определить без ссылок на социальную практику. Пространство и время нельзя понять независимо от социального действия. “Пространство является материальным продуктом по отношенного к другим материальным продуктам – включая людей, которые вовлечены в детерминированные социального отношения, придающие пространству форму, функцию и социальное значение” (М. Кастельс).

Пространство в социальных явлениях играет фундаментальную роль. Пространство информации охватывает весь мир. Сохраняет социальную сплочённость, разрабатывает совокупность правил и кодов, способствует пониманию друг друга, естественно устанавливаются границы культурного сообщества. С точки зрения социальной теории пространство есть выражение общества. Человеческое общество повергается структурой трансформации, разумно предположить, что в настоящее время возникают новые пространственные формы и процессы. Пространственные формы и процессы формируются динамикой общей социальной структуры. В них входят противоречивые тенденции, вытекающие из конфликтов и стратегий между взаимодействующими системами, выражающими свои противостоящие интересы и ценности. Социальные процессы влияют на пространство, включающее в себя и компоненты прежних социопространственных структур.

Пространственные формы и процессы формируются динамикой общей социальной структуры. “С точки зрения социальной практики пространство является материальной опорой социальных практик разделения времени” [2. с. 385]. Социальная практика разделения времени – это то пространство, которое сводит все практики, которые осуществляется одновременно. И “именно отчётливое

материальное выражение такой одновременности даёт смысл пространству по отношению к обществу".

Исходя из вышеизложенного в социальной практике пространство можно представить как материальную опору социальных практик разделения времени, которая состоит из ансамбля элементов, поддерживающих потоки знания, информации. Пространство возможностей основано на согласованности взаимодействия частей при образовании структуры как целого. В нём сконцентрирована "контактная" сфера деятельности, где могут контактировать знания различных уровней и различных конкретных наук.

Цель анализ, представленного здесь – идентифицировать логику, лежащую в основе пространства возможностей информации. Социальная структура каждого этапа развития имеет пространство возможностей, детерминируемого прошлым настоящим. В нашу задачу входит показать пространство возможностей познавательной деятельности субъекта и действие результатов её на дальнейшее развитие общества. Рассмотрим это на примере понятия "алгоритм". Как известно, во главе многочисленных современных алгебраистов стоит ал-Хорезми. Его алгебраический трактат явился первым звеном в длинной цепи алгебраических трудов математиков.

"Творческая деятельность ал-Хорези была направлена на изучение природы, на утверждении научных методов познания. Она способствовала формированию естественнонаучной и передовой философской мысли средневекового Востока" [5, с. 33] и вместе с тем в своём дальнейшем развитии стала основой развития современного информационного общества. Надо отметить и то, что в отличие от других периодов развития науки "Мухаммад ал-Харезми применял открытые им методы количественного изучения к явлениям и социальной жизни. Он выбрал четыре области отношений между людьми, характерные для строя того времени: сделка, залог, завещание и торговля рабами [1, с. 94]. Знания были получены сугубо научным путём и положительно сказались на установлении правовых отношений между людьми, регулируя межличностные отношения в обществе.

Алгоритм – точное предписание о выполнении в определённом порядке системы операций для решения любой задачи из некоторого данного класса задач. Задача считается решённой, если найден алгоритм. Нахождение алгоритмов является естественной целью человека при решении им разнообразных классов задач. Знания являются ценностью и орудием действия для субъекта, но их ценность состоит и в том, что они объективны. Знания, приобретённые в результате интеллектуальной деятельности, позитивно используются благодаря наличию определённого социокультурного пространства, где переплетаются отношения субъекта и окружающего мира, способы их вазаимоприспособления. Сфера социокультурного

пространства в разные эпохи различна, и не всегда научная идея бывает адекватна пространственно-временным возможностям. Она не воспринимается и не идентифицируется научным сообществом.

Понятие алгоритм эволюционирует, сфера его действия с развитием науки расширяется. Оно связано не только с познавательной и трудовой деятельностью человека, но и с вычислительными машинами, которые составляют основу современной информатизации общества, информационных технологий. Узбекские учёные внесли большой вклад в расширение “пространства возможностей” познания, обогатив научными концепциями понятие **алгоритм**. «Возникают новые смыслы в пространственно-временных описаниях больших саморегулирующихся систем. В ряде ситуаций требуется наряду с представлениями о «внешнем» времени вводить понятие «внутреннего времени» (биологические часы и биологическое время, социальное время)» [4, с. 6].

Современная наука использует такие новые понятия, как гиперпространство, насчитывающего десять измерений, включая время, теорию пространства потоков, вневременное время, темпоральность и т. д. И. Пригожин в термодинамику необратимых процессов вводит понятие внутреннего или второго времени, в корне отличающееся от астрономического времени. Внутреннее время возникает из-за случайного поведения траекторий, встречающееся в неустойчивых динамических системах [3, с. 46].

Пространство придаёт форму времени. Социальные формы времени и пространства... несводимы к нашим сегодняшним представлениям, основанным на социотехнических структурах, вытесняемых нынешним историческим опытом. «И пространство, и время трансформируются под совместным влиянием информационно-технологической парадигмы и социальных форм и процессов, ... вызванным текущим процессом исторических изменений» [2, с. 354].

Итак, сегодня новые технологии кардинально изменили не только окружающий мир, но и наши представления о пространстве возможностей, о таких базовых категориях, как пространство и время. Использование понятий темпоральности и принципа фрактальности обогащают наши знания об этих категориях. По мнению многих исследователей, формирующееся информационное общество обладает большим потенциалом для улучшения качества жизни всего человеческого сообщества и каждого человека в отдельности. Оно расширяет возможности для малого и среднего предпринимательства, для оптимального использования местных условий и ресурсов, для развития сложных услуг образования. Развитие информационного общества формирует предпосылки для значительного повышения эффективности производства, для экономии природных ресурсов и защиты окружающей среды, для перехода к устойчивому развитию.

Библиографический список

1. Кабулов В. К., Файзуллаев А. Ф., Назиров Ш. А. Ал-Хорезми, алгоритм и алгоритмизация. –Т. : Фан, 2006.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общества и культура. – М., 2000.
3. Пригожин И., Стенгерс И. Время, хаос, квант. К решению парадокса времени. – М., 2000.
4. Степин В. С. Саморазвивающиеся системы и постнеклассическое рациональности // Вопросы философии. – Москва, 2003. – № 8.
5. Хайруллаев М. М. О Мировоззрении и научных идеях ал-Хорезми // Великий учёный средневековья ал-Хорезми. – Ташкент, 1985.

МОДЕЛИ ИТ-АУТСОРСИНГА, ПРИМЕНЯЕМЫЕ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Ю. О. Кузнецова, В. И. Любченко, В. В. Вихман
Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия

Summary. IT-outsourcing is a transfer of the various functions related with information technologies, from customer to third-party company. This service allows the client company to reduce costs and significantly decrease the labour content and IT-operation costs. Also it helps customer focus on the core business processes of the company that is focused on supporting. Despite this, currently in Russia IT-outsourcing is just a small percentage of the total cost of information technology.

Key words: IT-outsourcing; customer; third-party company; labour content; logistic business; software; competitive market; marginality; commercial viability.

Аутсорсинг – это передача организацией определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области, что позволяет компании заказчика сосредоточиться на основном предмете своей деятельности.

Аутсорсинг ИТ (Аутсорсинг информационных технологий) – это передача всех или некоторых ИТ-функций компании-заказчика другой компании, которая на этом специализируется (компании-аутсорсеру).

Под ИТ-аутсорсингом следует понимать не только деятельность, направленную на решение прикладных задач и обслуживание оборудования, но и целый спектр работ по решению административных и организационных проблем. Сюда относятся, в частности, вопросы, связанные с логистикой, а также с взаимным согласованием оперативных задач по разработке программного обеспечения и техническому сопровождению оборудования.

Как показывает практика, заказчиков услуг ИТ-аутсорсинга можно разделить на две группы. Первая из них – это средние и круп-

ные компании, работающие на высококонкурентных сегментах рынка: банки, финансовые, страховые и инвестиционные компании, представители индустрии путешествий и авиаперевозок, для которых критично важна быстрая реакция на происходящие во внешней среде изменения. Добиться этого можно только при стабильной работе ИТ-решений, поддерживающих выполнение ключевых бизнес-процессов. Вторая группа – компании, бизнес которых характеризуется низкой маржинальностью: для них наиболее актуально сокращение затрат, когда каждый рубль важен для повышения рентабельности.

Сегодня на российском рынке существует три модели аутсорсинга разработки и развития информационных систем. Это модели проектного аутсорсинга: «фиксированная стоимость» (fixed cost) и «фактические трудозатраты» (time and materials), – и модель, при которой на аутсорсинг практически полностью отдаются процессы разработки или поддержки систем и которая подразумевает долгосрочный характер партнёрства между подрядчиком и заказчиком, — «выделенный центр разработки» (Dedicated Development Center – DDC, Offshore Development Center – ODC).

Модель фиксированной стоимости подразумевает, что до начала проекта чётко определяются объём работ, которые должен выполнить поставщик услуг, и сумма, в которую они обойдутся заказчику. Если в ходе проекта становится ясно, что решить надо гораздо больше задач, чем это было запланировано изначально, то аутсорсинговая компания покрывает разницу в стоимости проекта из собственных ресурсов или договаривается об изменении бюджета проекта с клиентом.

Особенность второй модели – фактические трудозатраты – заключается в отсутствии точно определённой стоимости проекта: заказчик оплачивает фактический объём работ, выполненных аутсорсером, в соответствии с затраченным на них временем и почасовыми ставками специалистов исполнителя. Таким образом, обе стороны могут гибко подходить к изменению требований, условий и приоритетов проекта и, как следствие, способны оперативно перепланировать работы.

Принципиальное отличие третьей модели – выделенный центр разработки (DDC, ODC) – от двух остальных состоит в её долгосрочном характере: партнёрские отношения между заказчиком и исполнителем заключаются на длительный срок, могут подразумевать выполнение не одного, а комплекса проектов, или полную передачу аутсорсеру целого процесса (например, сопровождения информационных систем).

В рамках модели выделенного центра разработки (или центра компетенции) аутсорсер с учётом потребностей компании-клиента подбирает команду ИТ-специалистов и на базе одного из своих отделений создаёт необходимую инфраструктуру для её работы.

Сформированная команда концентрируется исключительно на работах для этого заказчика. Набор и объём услуг, предоставляемых центром, выбирает сам заказчик: это может быть разработка новых решений, развитие функционала существующих информационных систем, миграция на другие платформы, тестирование, поддержка программного обеспечения и др.

Целесообразность использования ИТ-аутсорсинга в финансовом плане очевидна: значительно снижаются или вовсе исчезают прямые (соцпакет, расходные материалы, оборудование и т. д.) и косвенные (трудозатраты на управление штатом сотрудников, содержание помещений и т. д.) затраты, которые при собственном штате ИТ-специалистов просто неизбежны.

CROSS-PROMOTION – СИМБИОЗ В ПРОДВИЖЕНИИ

М. А. Ефимова[1]
Филиал Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Набережные Челны, Татарстан, Россия

Summary. This article is about saving the advertising budget. Cross-promotion – one of the variant for saving. The most important element of cross-promotion is the choice of partner.

Key words: cross-promotion; advertising campaign.

Сегодня, когда конкуренция компаний – главная реальность рекламного рынка, особую роль играет продвижение. Пользуясь большим спросом на проведение рекламных кампаний, рекламные агентства устанавливают высокие цены на свои услуги. В этой ситуации существенно сэкономить свои бюджеты фирмам помогает cross-promotion.

Cross-promotion – технология перекрестного продвижения кампании (товара или услуги), когда две или более компаний реализуют совместные рекламные программы.

Экономия бюджета – далеко не единственная выгода от использования перекрёстного продвижения. В комплекте фирма получает такие преимущества, как повышение осведомлённости о компании, увеличение объёма продаж, расширение клиентской базы, снижение стоимости рекламного контакта, доступность дорогостоящих видов рекламы, объединение «маркетинговых умов» партнёров.

Наиболее важный элемент cross-promotion – это выбор партнёра. При выборе партнёра необходимо руководствоваться несколькими критериями. Во-первых, партнёры не должны быть конкурен-

[1] Научный руководитель Ю. С. Кузнецова

тами. Во-вторых, партнёры должны иметь общую целевую аудиторию. И, наконец, в-третьих, они должны быть в одном ценовом сегменте [1]. Ну и, конечно, при разработке совместных акций продвижения необходимо учитывать также саму ситуацию покупки, то есть удачно сочетать бренды. Эти критерии очень важны, так как именно от правильного выбора партнёра зависит успешность и эффективность кампании.

Любая кампания начинается с определения целей своей деятельности (и увеличение объёмов продаж является одной из основных). Cross-promotion – это средство их достижения, только экономически более эффективное, нежели одиночное продвижение. Такой партнёрский подход к продвижению очень похож на симбиоз – выгодно всем [2]. Ну, а формы сотрудничества могут выражаться в чём угодно: от совместных рекламных кампаний до дисконтных программ.

Библиографический список

1. Продвижение и маркетинговые коммуникации: cross-promotion. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Cross-promotion
2. Cross-promotion как фактор эффективного продвижения товара. URL: http://www.freebtl.com/cross-promo.htm

ТЕХНОЛОГИЯ GPON И ЕЁ ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

А. Ю. Халиулин
ЗАО “Энвижн Груп”, г. Новосибирск, Россия

Summary. PON technology standardization going on for the past 15 years, during which time rate increased to 2.5 Gb / s and a leader out GPON technology. This article discusses the technical aspects of GPON, as well as practical implementation.

Key words: GPON technology; advantages of GPON; development of PON; passive optical network; Nvision group.

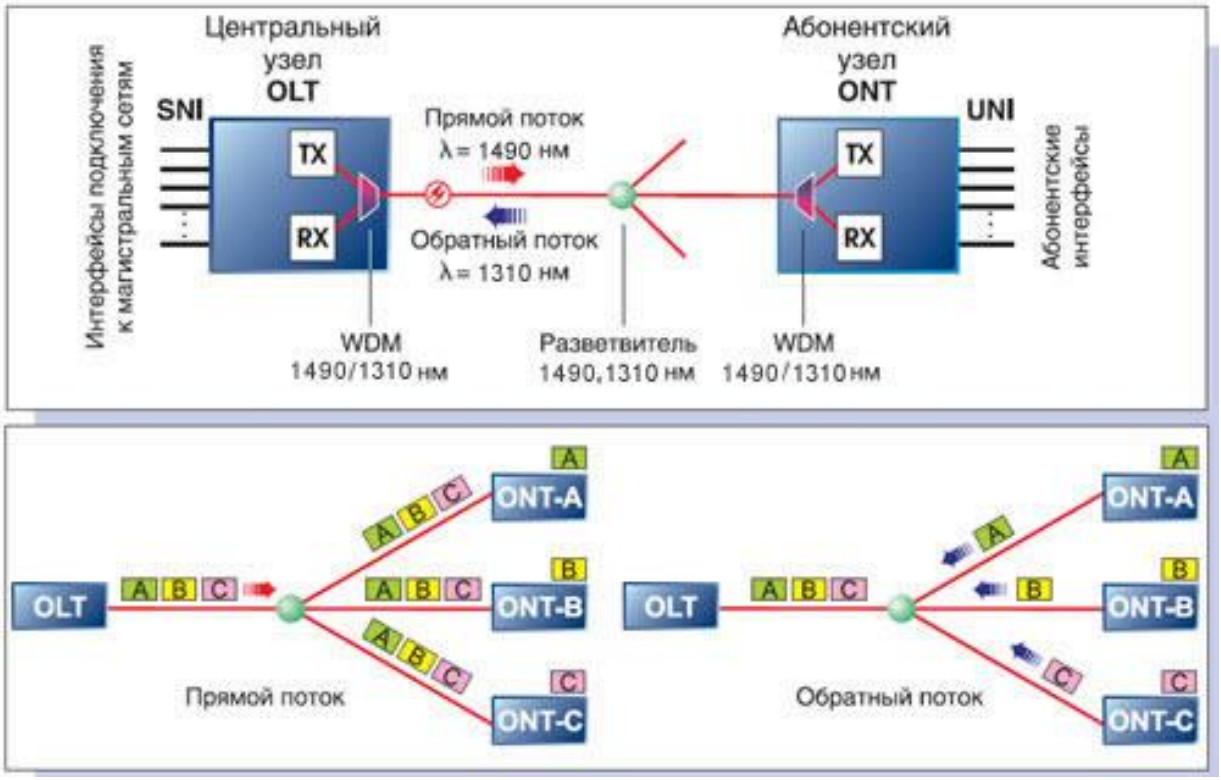
Первые шаги в технологии PON были предприняты в 1995 году, когда группа из 7 компаний (British Telecom, France Telecom, Deutsche Telecom, NTT, KPN, Telefonica и Telecom Italia) создала консорциум для реализации идеи множественного доступа по одному волокну. Эта организация, поддерживаемая ITU-T, получила название FSAN(англ. full service access network). Много новых членов, как операторов, так и производителей оборудования, вошло в неё в конце 1990-х годов. Целью FSAN была разработка общих рекомендаций и требований к оборудованию PON для того, чтобы производители оборудования и операторы могли сосуществовать вместе на конкурентном рынке систем доступа PON. На сегодня

FSAN насчитывает 40 операторов и производителей и работает в тесном сотрудничестве с такими организациями по стандартизации, как ITU-T, ETSI и ATM Forum.

Технология PON делится на следующие стандарты:

- APON (ATM Passive Optical Network),
- BPON (Broadband PON),
- GPON (Gigabite PON),
- EPON или GEPON (Ethernet PON),
- 10GEPON (10 Gigabit Ethernet PON).

Наиболее перспективным стандартом из этого семейства является стандарт GPON. Его суть заключается в том, что между приёмопередающим модулем центрального узла OLT (optical line terminal) и удалёнными абонентскими узлами ONT (optical network terminal) создаётся полностью пассивная оптическая сеть, имеющая топологию дерева. В промежуточных узлах дерева размещаются пассивные оптические разветвители (сплиттеры) – компактные устройства, не требующие питания и обслуживания. Число абонентских узлов, подключённых к одному приёмопередающему модулю OLT, может доходить до 128 в радиусе 60 километров. Для передачи потока информации от OLT к ONT – прямого (нисходящего) потока, используется длина волны 1490 нм. Потоки данных от разных абонентских узлов в центральный узел, совместно образующие обратный (восходящий) поток, передаются на длине волны 1310 нм. В OLT и ONT встроены мультиплексоры WDM, разделяющие исходящие и входящие потоки.



Поток к абоненту передаётся в широковещательном режиме (broadcast). Пропускная способность динамически распределяется между абонентами. Каждый абонентский узел ONT, читая адресные поля, выделяет из этого общего потока предназначенную только ему часть информации. Все абонентские узлы ONT ведут передачу в обратном потоке на одной и той же длине волны, используя концепцию множественного доступа с временным разделением TDMA.

При достаточно высокой скорости передачи до 2,5 Гбит/с в обоих направлениях GPON обеспечивает прозрачный транспорт для любых сервисов (ATM, SDH, TDM, Ethernet). За счёт полной изоляции каждого сервиса и поддержки встроенных средств шифрования контента достигается высокий уровень безопасности сети.

GPON имеет ряд существенных преимуществ над обычным “медным” Ethernet, как основные можно выделить следующие:

- Высокая скорость передачи данных до 2,5 Гбит/с.
- Полное отсутствие активного оборудования между OLT и ONT.
- Эффективное использование полосы пропускания.
- Древовидная структура сети доступа даёт возможность подключать новых абонентов самым экономичным способом.

Таким образом, достоинства пассивных оптических сетей и ряд уникальных возможностей определяют преимущества технологии GPON перед технологиями SDH и Ethernet в решениях оптической «последней мили» и её дальнейшее распространение для организации высокоскоростных оптических сетей доступа в городских мультисервисных сетях связи.

Технологию GPON, для предоставления услуг физическим и юридическим лицам, используют такие операторы, как: Ростелеком, ТТК и другие. Услуги на базе GPON имеют достаточно широкий спектр применения с точки зрения функциональных возможностей и потребительских характеристик. Эта технология является стабильной и перспективной, удобной для пользователя. Также в настоящее время происходит модернизация сетевой инфраструктуры медицинских учреждений по технологии GPON.

Библиографический список

1. Леонов А., Конышев В. Технология PON – эффективная сеть доступа. // CONNECT - 2007. – № 7. – С. 110–114.
2. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/PON
3. URL: http://wi-tel.ru/texnologiya-gpon/
4. URL: http://www.skomplekt.com/tovar/1/0/pon/

ТЕХНОЛОГИЯ MPLS И ЕЁ ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

О. Е. Шнуренко
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, г. Новосибирск, Россия

Summary. This work is devoted to the question of the Multiprotocol Label Switching. The article presents an overview of the technology, its advantages and prospects of development. Also it highlights the main areas of application and implementation.

Key words: Multiprotocol Label Switching; Traffic Engineering; QoS, Virtual Private Network.

На сегодняшний день развитие отрасли телекоммуникаций является одной из самых стремительных в мире. Одним из шагов на пути развития мультисервисной сети является появление методов многоуровневой коммутации. Решения, положенные в основу данной группы методов, к концу 90- х годов предложили сразу несколько производителей. Это, в частности, IP Switching (Ipsilon/Nokia), Tag Switching (Cisco Systems), Aggregate Route-Based IP Switching – ARIS (IBM) и др. Все предложенные технологии имели своей целью совместить достоинства IP-маршрутизации и ATM-коммутации, оставаясь при этом ориентированными на применение в IP-сетях, и, таким образом, позволить мультисервисной сети развиваться эволюционно в сторону упрощения её инфраструктуры, путём интеграции функций второго и третьего уровней [1, с. 5].

Последним словом в развитии средств маршрутизации и коммутации для магистралей Интернет является технология многопротокольной коммутации на основе меток (Multiprotocol Label Switching – MPLS).

В основу методов положен принцип разделения функций управления процессом пересылки пакетов и пересылки пакетов. Это новая архитектура построения магистральных сетей, которая значительно расширяет имеющиеся перспективы масштабирования, повышает скорость обработки трафика и предоставляет огромные возможности для организации дополнительных услуг.

Кроме того, технология MPLS позволяет интегрировать сети IP и ATM(Asynchronous Transfer Mode), за счёт чего поставщики услуг смогут не только сохранить средства, инвестированные в оборудование асинхронной передачи, но и извлечь дополнительную выгоду из совместного использования этих протоколов.

Главная особенность технологии MPLS – отделение процесса коммутации пакета от анализа IP-адреса в его заголовке, что позволяет осуществлять коммутацию пакетов значительно быстрее. Лю-

бой передаваемый пакет ассоциируется с тем или иным классом передаваемой информации, каждый из которых идентифицируется определённой меткой. Значение метки уникально лишь для участка пути между соседними узлами сети MPLS. Метка передаётся в составе любого пакета, причём способ её привязки к пакету зависит от используемой технологии канального уровня. В ATM-сетях метка размещается в полях VCI или VPI заголовка ATM. Однако, если фрейм относится к типу Frame Relay, метка размещается в поле DLCI заголовка Frame Relay. Технологии 2-го уровня, такие как Ethernet, Token Ring,FDDI и каналы «точка-точка», не могут использовать адресные поля второго уровня для переноса меток. Эти технологии переносят метки во вспомогательных промежуточных заголовках. Промежуточный заголовок для метки вставляется между заголовками канального и сетевого уровня. Использование промежуточного заголовка позволяет поддерживать средства MPLS в большинстве технологий второго уровня [2, с. 69]. В рамках архитектуры MPLS вместе с пакетом разрешено передавать не одну метку, а целый их стек. Результат коммутации задаёт лишь верхнюю метку стека, нижние же передаются прозрачно до операции изъятия верхней. Такой подход позволяет создавать иерархию потоков в сети MPLS и организовывать туннельные передачи. Стек может включать любое число меток. Метка может принимать любое значение, кроме нескольких зарезервированных.

Вся операция коммутации по меткам требует лишь одноразовой идентификации значений полей в одной строке таблицы. Это занимает гораздо меньше времени, чем сравнение IP-адреса получателя с наиболее длинным адресным префиксом в таблице маршрутизации, которое используется при традиционной маршрутизации. Таким образом, главная особенность MPLS – отделение процесса коммутации пакета от анализа IP-адресов в его заголовке, что открывает ряд привлекательных возможностей. В результате технология MPLS позволяет эффективно поддерживать требуемое качество обслуживания, не нарушая предоставленных пользователю гарантий.

На сегодняшний день можно выделить три основные области применения протокола MPLS. Это управление трафиком, поддержка классов и качества обслуживания и виртуальные частные сети.

1) управление трафиком (Traffic Engineering, TE) – это возможность управления направлением прохождения трафика с целью выполнения определённых условий (резервирование каналов, распределение загрузки сети, балансировка и предотвращение перегрузок). Управление потоком передаваемой информации позволяет направлять потоки данных не по кратчайшему пути, вычисленному с помощью традиционного протокола маршрутизации, а через менее загруженные узлы и каналы связи. При правильном моделировании потока нагрузка на все физические каналы связи, маршрути-

заторы и коммутаторы должна быть сбалансирована таким образом, чтобы ни один из этих компонентов не был недогружен или перегружен. В результате сеть будет работать более эффективно, стабильно и предсказуемо.

Основной механизм TE в MPLS – использование однонаправленных туннелей (MPLS TE tunnel) для задания пути прохождения определённого трафика. Так, для разного вида трафика можно проложить разные пути следования через сеть. Так как туннели – однонаправленные, то обратный путь может быть совершенно другим.

Одной из ценнейших опциональных функций подсистемы TE является «Быстрая ремаршрутизация» (FastReRout, FRR). Она позволяет восстанавливать прерванную связь по причине аварии на звене или узле и осуществлять передачу данных по LSP(Label Switched Path) в пределах десятков миллисекунд, путём направления трафика на временный обходной маршрут [1, с. 35]. Дополнительно в рамках MPLS TE производителем могут быть реализованы такие функции, как автоматическое назначение полосы пропускания для TE-туннелей; выбор подходящего туннеля в зависимости от передаваемого трафика; создание межзональных туннелей; исключение ресурса, имеющего определённый IP-адрес, при расчёте маршрута LSP и некоторые другие.

2) одно из основных преимуществ предоставляемых MPLS кроется в возможности управления QoS. Именно коммутация на основе меток делает MPLS столь полезным и уникальным. Frame relay и ATM обеспечивают QoS за счёт выбора маршрута, на протяжении которого сеть будет поддерживать требования трафика к QoS благодаря выделению ресурсов на каждом узле линии в целях гарантии того, что трафик получит необходимые для достижения требуемого QoS ресурсы. Фиксированные пути MPLS могут быть явным образом маршрутизированы через сеть вдоль любого желаемого пути, а устройства вдоль пути могут задействовать различные средства управления ресурсами, чтобы каждый путь MPLS получил необходимые ресурсы. Таким образом, MPLS способен обеспечивать контроль QoS, эквивалентный предоставляемому frame relay или ATM.Технология MPLS может оказать помощь при внедрении дифференцированных услуг (DiffServ). Сама модель DiffServ определяет целый ряд механизмов для разделения всего трафика на небольшое число классов обслуживания. Как известно, пользователи нуждаются в Интернет как в сети общего пользования для самых разных целей и приложений – от неприхотливой электронной почты до передачи голоса и видео, весьма чувствительных к задержкам. Чтобы удовлетворить их требования, необходимо использовать не только управление трафиком, но и средства для его классификации.

3) виртуальная частная сеть (Virtual Private Network, VPN) моделирует работу корпоративной территориально распределённой

сети с помощью инфраструктуры пакетной сети общего пользования. Но передача корпоративных данных через публичную пакетную сеть, представляет собой очевидную угрозу в рамках безопасности сети любого предприятия. Помимо этого, в каналах публичной связи достаточно сложно добиться требуемого уровня производительности, надёжности и качества обслуживания. Для решения этих проблем используют технологию виртуальных частных сетей VPN. В её основе лежит идея использования сетей общего пользования для защищённой передачи трафика территориально удалённых филиалов заказчика, с использованием идеологии построения частных сетей.

Технология MPLS позволяет реализовать услуги виртуальных частных сетей нового поколения. Она способна эффективно обеспечить качество передачи по IP-сетям, передачу чувствительного к задержкам трафика и тем самым стать фундаментом для внедрения в корпоративной сети новых услуг телекоммуникаций – таких, как передача в реальном масштабе времени голоса и видеоизображения. MPLS VPN обеспечивает возможность использования таких сервисов, как видеотелефония, видеоконференц-связь, удалённое видеонаблюдение и т. п. Благодаря тому, что VPN строятся на базе архитектуры MPLS, добавление новых узлов виртуальной сети не привносит сложностей с масштабированием.

От других способов построения виртуальных частных сетей, таких, как ATM/FR или IPSec, MPLS VPN выгодно отличает высокая масштабируемость, возможность автоматического конфигурирования и естественная интеграция с другими сервисами IP: доступом к Интернет, Web, почтовыми службами, хостингом и т. п.

В публичной сети помимо клиентов VPN есть ещё большое количество других пользователей. Поэтому одним из ключевых требований к организации услуг VPN является обеспечение защищённости виртуальной сети заказчика, путём предотвращение кражи трафика клиентов VPN при передаче через сеть провайдера, предотвращение доступа злонамеренного пользователя к ресурсам, расположенным на сайтах клиента, а также предотвращение раскрытия топологии пользователя.

Технология многопротокольной коммутации меток для VPN предоставляет ту же степень защиты, что и соединения второго уровня, но без сложностей, присущих шифрованию. Поскольку при пересылке данных по сети MPLS IP-адреса не используются, внутренние адреса можно сделать конфиденциальными [1, с. 37–38].

Чтобы различать трафик VPN, LSR-маршрутизаторы снабжают пакеты дополнительными метками. Таким образом, в MPLS VPN используется двухуровневый стек меток. Нижняя метка переносит полезную нагрузку виртуальной сети между пограничными маршрутизаторами. Передача информации по сети MPLS осуществляется по верхней метке, т. е. LSR-маршрутизатор только считывает и

заменяет верхнюю метку. Чтобы гарантировать уникальность маршрутов VPN через магистральную сеть MPLS, каждому из них приписывается отличительный признак маршрута (Route Distinguisher,RD). Трафик VPN между двумя маршрутизаторами LSR вообще не виден устройствам, не входящим в VPN. Этот уровень безопасности эквивалентен тому, который предоставляется виртуальными соединениями второго уровня.

На транснациональном уровне технология MPLS побеждает всех своих конкурентов в области передачи данных и интегрированного трафика. Практически все глобальные операторы, включая AT&T, BT, Equant, Cable & Wireless, Infonet, Sonera и Worldcom, построили MPLS-сети и приступили к предоставлению услуг на их базе. Среди передовиков по освоению MPLS на национальном уровне в Россия стали операторaторы федерального масштаба, такие как "Транстелеком" и "Эквант", которые построили соответствующие сети и ввели их в коммерческую эксплуатацию. Другие крупнейшие компании: ("Ростелеком"; "Мегафон"(с учётом сетей "Синтерра"); "МТС"; "ВымпелКом"(Билайн); "ТрансТелеКом"(ТТК); "Старт Телеком" и др. , тоже используют технологию MPLS. Также в данный момент идёт реализация проекта по построению MPLS-сети правительства НСО, которая объединит между собой 33 муниципальных района. Данная сеть позволит передавать трафик различных учреждений и сервисов по отдельным маршрутам с заданным качеством обслуживания, при этом используя механизм резервирования.

Помимо сетей крупных операторов, MPLS находит также свой путь в крупных корпоративных сетях организаций, таких как предприятия розничной торговли (Компания "Руссо";ТИГ "Эльдорадо"; группа компаний "Евросеть"), инвестиционные компании, правительственные органы (Поздразделения Министерства по налогам и сборам (МНС) и вооружённые силы, организации здравоохранения ("Ингосстрах"), промышленные предприятия (ООО "ЕвразХолдинг; ОАО "ЛУКОЙЛ"; ОАО "Газпром") др.

Библиографический список

1. Бубенцова Л. В. Технология MPLS. – Одесса : ОНАС им. А. С. Попова, 2010. – 44 с.
2. Олвейн В. Структура и реализация современной технологии MPLS / пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. – 480 с.
3. Вычислительные сети. Технология MPLS. URL: http://ien.izi.vlsu.ru/teach/books/907/theory.html
4. Магистральная технология XXI века. URL: http://www.setevoi.ru/cgi-bin/text.pl/magazines/2003/4/70

USE OF GIS FOR ECOLOGICAL PURPOSES

V. N. Anpiligov, L. A. Gerasimova, A. I. Kuklina
Siberian state aerospace university named after academician M. F. Reshetnev, Krasnoyarsk, Russia

Summary: The article is devoted to the problem of using a geographic information system in ecology. Some unique possibilities for its application in a wide range of tasks connected with the analysis and prediction of the phenomena and events of the surrounding world are considered.

Key words: geographic informational system (GIS); mapping; analyzing; prognosis; database; predict; calculate; eliminate.

Geographic informational system (GIS) gives us a possibility to see the surrounding world in a new light. Strictly speaking, GIS is a modern computer technology for mapping and analyzing both objects of a real world and events, occurring on our planet. This technology combines traditional work operations on databases such as inquiry and statistical analysis with the advantages of high-grade visualization and geographical (spatial) analysis that the map gives. These possibilities distinguish GIS from other information systems and provide unique possibilities for its application in a wide range of tasks connected with the analysis and prediction of the phenomena and events of the surrounding world , with understanding and separation of main factors and reasons as well as their possible consequences, with planning of strategic solutions and current consequences of undertaken actions [1].

Maps creating and geographic analysis are not something absolutely new. However, GIS technology provides an innovative, more corresponding to the requirements of the present time, more effective, convenient and fast approach to the analysis of problems and solving of tasks which the mankind as a whole or a concrete organization or a group of people in particular faces. It automates the procedure of analysis and prognosis. Prior to the beginning of GIS application there existed only a few ways to combine the skills of generalization and high-grade analysis of geographical information for the purpose of reasonable making of optimum decisions based on modern approaches and means [2].

GIS can be applied in different spheres.

Problems of management of municipal services is one of the largest areas of GIS applications. In any field of activity of local administration (inspection of lands, management of land use, replacement of existing paper records, resource management, the accounting of a condition of property (real estate) and highways) GIS can be applied. They can be used also on management command points of the centers for monitoring and in services of fast reaction. GIS is an integral component (a tool, technological or program one) of any municipal or regional information control system.

The organizations providing public services use GIS most actively for creation of a database about fixed assets (pipelines, cables, pumps, distributive stations, etc.) which is the central part in their strategy of information technology. In this sector there usually dominate GIS providing the modeling of behavior of networks in reply to various deviations from the norm. The systems of mapping automation and management of fixed assets for «external planning» support in the organization, such as laying of cables, arrangement of latches, boards of service, etc. are most widely used.

GIS have a huge potential to be applied on transport. Planning and support of transport infrastructure is an obvious field of application. The interest in using new technologies, for example navigation, to control the movement of super size cars increases nowadays. The display of their location on the digital map of displays in a driver's cabin and in a transport control center demands support from GIS.

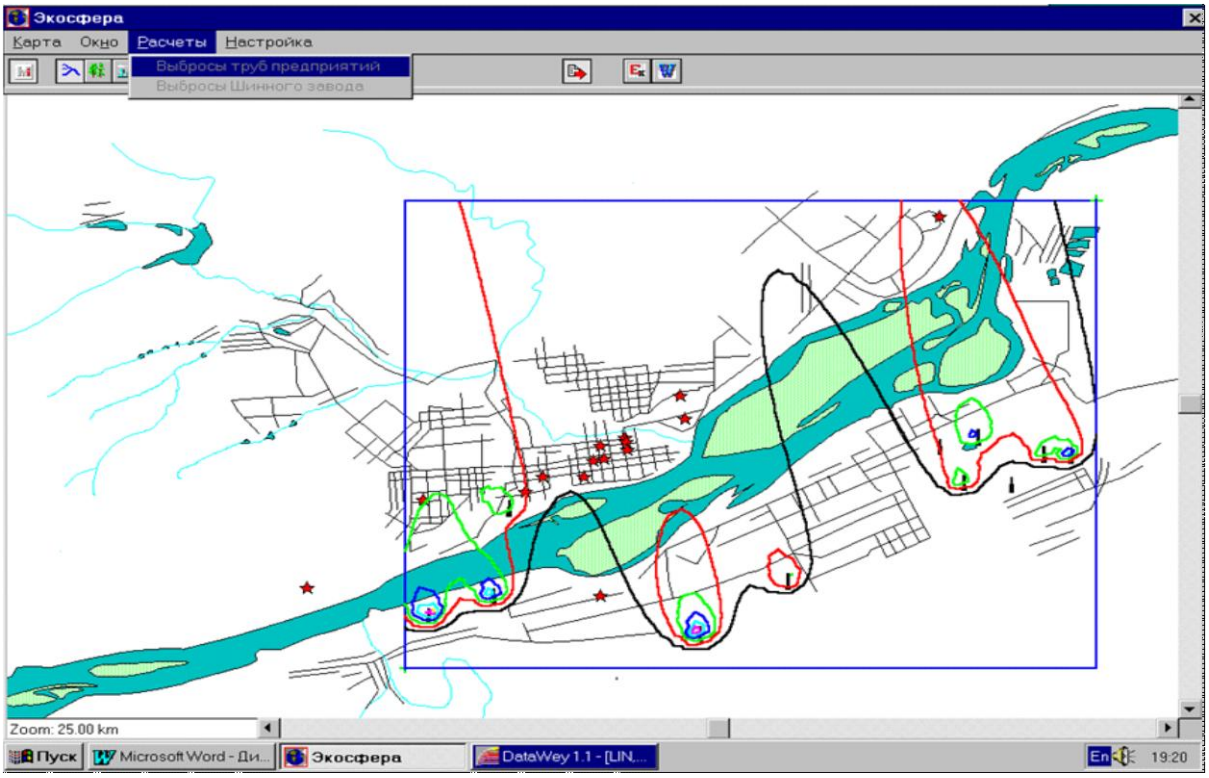
Now more and more attention in the world is paid to ecological issues.

According to Federal Service for Supervision of Natural Resource Usage (Rosprirodnadzor), Krasnoyarsk Territory takes the first place in the country by the quantity of harmful substances released into the atmosphere (45 %),the volume of water taken away from water bodies (30 %) and volume of sewage

dumping (32 %). In a rating of «Green patrol» Krasnoyarsk Territory got into the group of ten ecologically most dangerous regions of Russia – the 73rd place

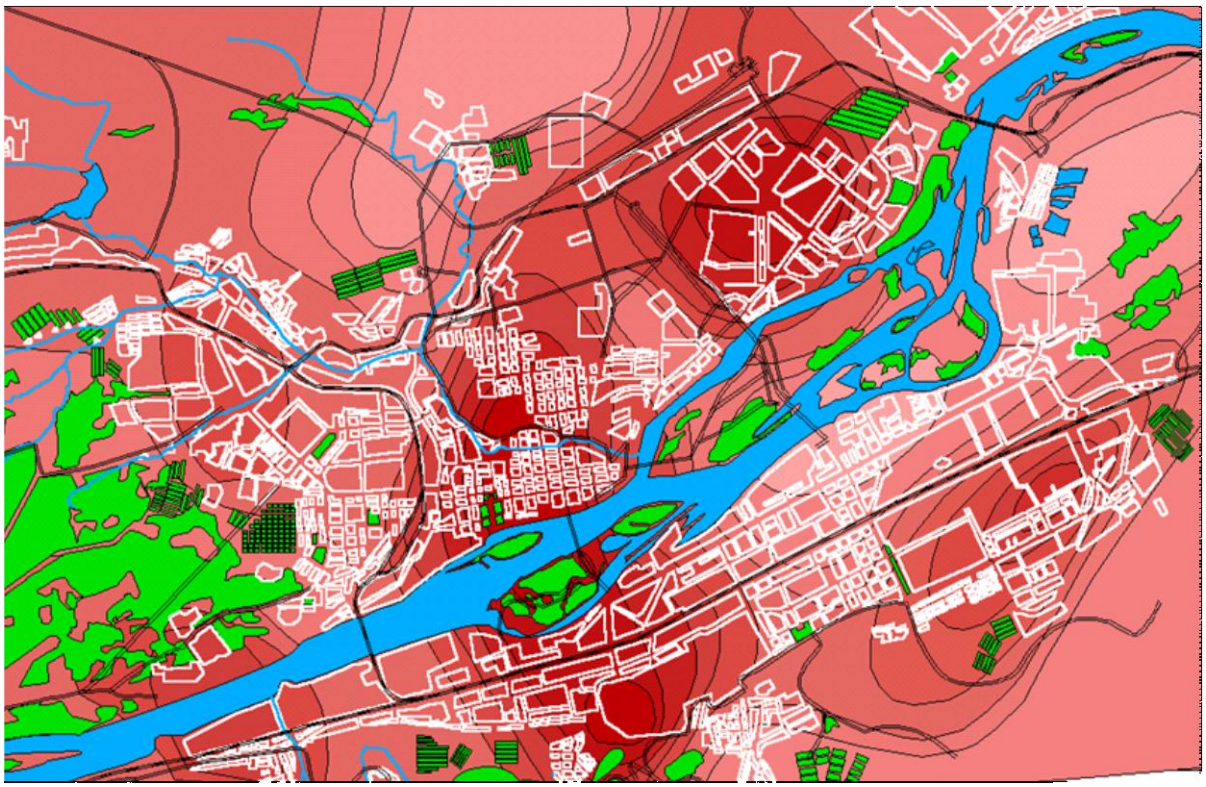
from 83. [3] In this regard there is more and more need to apply GIS for ecological purposes.

Actually, the first users of GIS were the organizations interested in environmental protection. At the elementary level they were interested in research of a state of environment (for example, location and state of woods, rivers). More complicated applications use analytical possibilities of GIS to model processes in environment, such as erosion of soils or overflow of rivers in case of a large amount of precipitation, distribution of emissions of polluting substances of the industrial enterprises into the atmosphere (pic. 1). After collecting basic cartographical data their analytical processing in GIS is made [4].



Pic. 1. Modeling of distribution of polluting substances emissions of industrial enterprises in the atmosphere of Krasnoyarsk. The applied program developed on Borland Delphi uses Microsoft Excel spreadsheets for storage of information on sources of emissions and GIS MapInfo for visualization of results.

In addition to usual tasks of fixed assets management analytical possibilities of GIS are used in health protection, for example, to define the shortest way from an ambulance station to a patient taking into account the current situation on roads, and also in the analysis of epidemiological situations: nature of distribution of various diseases and reasons of their emergence (pic. 2).



*Pic.2.*The map of distribution of cancer diseases according to materials of complex researches of a number of scientific and medical institutions of the city. The project of KSTU students executed in the Interuniversity center of information technologies in ecological education.

So, by means of GIS experts can efficiently predict possible places of pipelines breaking, track the ways of pollution distribution on the map and estimate probable damage for the environment, calculate the amount of money necessary to eliminate the consequences of failures. With the help of GIS it is possible to select industrial enterprises which emit harmful substances into the atmosphere, to display a wind rose and ground waters in the district surrounding them and to simulate distribution of emissions in environment.

Bibliography

1. http://moslesproekt.roslesinforg.ru/activity/023gil-inform
2. S.S. Zamay, O. Yakubaylik. Software and technologies of geoinformation systems: Tutorial / Krasnoyarsk state university. – Krasnoyarsk, 1998, 110 p.
3. http://ecoreporter.ru/node/227.
4. http://old.mosmap.ru/stat/gis-ecologicheskogo-sorovojdeniya.shtml.

ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА ПАКЕТА MICROSOFT OFFICE ДЛЯ ДОМА И РАБОТЫ

И. Ю. Горохова, А. Д. Омарова
Георгиевский технологический институт,
филиал СКФУ, г. Георгиевск, Ставропольский край, Россия

Summary. In this article it is spoken about using of Microsoft Office's packet for professional activity and also for home. General possibilities of MS Word, MS Access, MS Outlook, MS PowerPoint, MS OneNote, MS Excel's programs are considered.
Key words: Microsoft Office; using of packet.

Microsoft – это ключ к успеху в вашей профессиональной деятельности и помощь в повседневной жизни. Образованная в 1975 году, Microsoft Corporation является признанным мировым лидером в производстве программного обеспечения для персональных компьютеров. Компания предлагает широкий спектр программных продуктов и услуг для делового и личного применения. Каждый такой продукт создан для того, чтобы пользователи могли легко, просто и эффективно работать с персональными компьютерами в своей повседневной практике.

В Microsoft Office входят программы: Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, Publisher, InfoPath, OneNote и другие компоненты. С помощью программ пакета Microsoft Office люди, разделённые работой в разных организациях и местом проживания, могут эффективно сотрудничать, обмениваться информацией и разрабатывать совместные проекты. Пакет Microsoft Office для дома и учёбы содержит все средства, необходимые для эффективного выполнения учебных и домашних задач – от создания замечательных учебных презентаций до управления домашними финансами.

Microsoft Office Word – самый известный и популярный текстовый редактор. Служит для создания, редактирования и печати текстовых документов любой сложности. WORD позволяет быстро создать документ любой сложности из разрозненных заметок и довести до совершенства информационный бюллетень или брошюру. С помощью встроенных шаблонов оформления в приложении Word можно быстро создавать профессионально оформленные документы – от школьных отчётов до семейных бюллетеней.

Следующее по популярности приложение – электронные таблицы Microsoft Office Excel. С помощью этого процессора обеспечивается создание различные электронных таблиц для вычисления, есть возможность работы с различными формулами, инструментами и функциями. Готовые шаблоны в приложении Excel 2010 помогут легко составить бюджет и отслеживать расходы. Удобные инструменты анализа, такие как спарклайны (миниатюрные диаграм-

мы, размещаемые в ячейках), помогут выявить важные тенденции в данных, а условное форматирование позволит легко обнаружить разброс значений.

Microsoft Office Outlook – персональный коммуникатор. В состав Outlook входят: планировщик задач, календарь, записки, адресная книга, а также менеджер электронной почты.

Microsoft Office PowerPoint – приложение для создания презентаций под Windows. PowerPoint – позволит профессионально подготовить презентацию, щегольнув броской графикой и эффектно оформленными тезисами. Если ваша работа состоит в том, чтобы рекламировать изделия, идеи или проекты, то вы просто влюбитесь в PowerPoint. С помощью удобных инструментов PowerPoint можно добавлять в свои презентации привлекательные эффекты и различные элементы мультимедиа, включая видеоролики, звук и фотографии. Можно транслировать свои презентации PowerPoint 2010 через веб-браузер для удалённой аудитории, даже если у зрителей не установлено приложение PowerPoint.

Microsoft Office Access представляет собой мощную программу управления базами данных. Access поставляется в составе профессионального издания пакета Office. СУБД Microsoft Access обеспечивает удобное и надёжное управления данных, которые хранятся в таблицах.

Создать цифровую записную книжку можно в приложении OneNote, чтобы систематизировать идеи и важные сведения о любом проекте – от перепланировки дома до принятия решения о крупной покупке. В записной книжке OneNote фиксируйте все материалы и элементы мультимедиа для проекта – текст, изображения, видео- и аудиозаписи, вырезки экрана и другие объекты – и предоставляйте к ним общий доступ.

Предоставляйте общий доступ к своим документам в сети, чтобы упростить совместную работу с сокурсниками и членами семьи.

Библиографический список

1. Возможности и преимущества пакета Microsoft Office для дома и учебы 2010. URL: http://office.microsoft.com/ru-ru/home-and-student/HA101810385.aspx
2. Джойнс К., Кёртис Ф., Стив Л., Джоан П., Кэтрин М.. Microsoft Office System 2007. – М. : ЭКОМ Паблишерз, 2007.
3. Microsoft Office. URL: http://ru.wikipedia.org/ wiki/Microsoft_Office

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ ИННОВАЦИЙ

Ю. В. Корокошко, Н. Ю. Моторкина
Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарёва, г. Саранск,
Республика Мордовия, Россия

Summary. The article discusses the importance of the communication policy of the company, and specifically for the promotion of innovative products.
Key words: innovation; communication; promotion of high-tech products.

На мировых рынках перспективным товаром всё больше становится высокотехнологичная инновационная продукция. Поэтому на современном этапе развития компаний усиливается зависимость темпов экономического роста от производства и конкурентоспособности инноваций. Технологические процессы происходят в условиях усиливающейся глобализации при монопольном действии на мировом рынке транснациональных корпораций, которые определяют главные направления инновационных преобразований в мире [2]. При этом в условиях мирового НТП и усиления межнациональной конкуренции определяющим фактором экономического развития инновационно-активных предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности становится их коммуникационная политика.

Коммуникационный менеджмент выступает частью общей системы управления организацией [1]. Основная роль коммуникационной политики заключается в поддержании всей организационной системы предприятия путём построения эффективных коммуникаций во внешней среде, а также оптимизации коммуникаций между его внутренними подсистемами. Можно выделить 3 основных способа продвижения инновационной продукции: 1) узкоспециализированные выставки, конференции, семинары, на которых представитель предприятия может быть докладчиком, информирующим об инновационной продукции, или имеет возможность взаимодействия с интересующими его лицами (экспертами, инвесторами), чтобы получить оценку новшества до или после мероприятия; 2) адресная рассылка и именные письма потенциальным покупателям из числа промышленных компаний с целью назначения встречи или представления идеи с учётом специфики предприятий; 3) презентация идей с демонстрацией прототипа или опытного образца перед потенциальными клиентами или инвесторами.

В этой связи особенно важным и актуальным является учёт особенностей продвижения и реализации инноваций на рынке. Жизненный цикл многих перспективных инновационных продуктов не доходит до стадии роста и зрелости вследствие того, что

предприятие не обеспечило их эффективную продажу и продвижение, не представило потребителям аргументов, убеждающих в их преимуществах. Сложность в продвижении инновационных продуктов заключается в их сущности, поскольку на стадии внедрения часто есть только прототип новой продукции, а для запуска производства новшеств или его финансирования требуется уже определить потребительский спрос. Поэтому, чтобы успешно функционировать и превосходить конкурентов в процессе разработки и выведения на рынок новых продуктов, предприятие должно осуществлять эффективную коммуникационную политику в продвижении инноваций на рынке.

ОАО «Электровыпрямитель» является единственным предприятием в России, выпускающим с 2006 года высоковольтные мощные фототиристоры, осуществляя при этом грамотную коммуникационную политику продвижения инновационных разработок. Согласно аналитическим и обзорным источникам информации о состоянии энергетики за рубежом полупроводниковые управляемые вентили являются определяющими в устройствах с силовой электроникой [3]. Основными активными элементами для полупроводниковых преобразователей являются мощные тиристоры (ETT), запираемые тиристоры (GTO, IGCT), биполярные транзисторы с изолированным затвором (IGBT). На сегодняшний день фототиристоры ОАО «Электровыпрямитель» представлены на рынке как высокоразвитых, так и развивающихся стран. ОАО «Электровыпрямитель» использует следующие методы в коммуникационной политике продвижения фототиристоров:

1) организация международной конференции «Современное состояние развития приборов силовой электроники и преобразовательной техники», в работе которой приняли участие 67 представителей от 40 организаций РФ и Ближнего Зарубежья;

2) участие в крупнейших российских и зарубежных выставках («Силовая Электроника», «Технология из России», «Сварка» «Энергетика и Электротехника»);

3) научные публикации в специализированных журналах «Силовая электроника», «Компоненты и технологии», «HiT. Разработки в электронике», «Новости приводной техники», «Электронные компоненты»;

4) видеоролики, посвящённые применению преобразователей на основе фототиристоров в промышленности, на транспорте, ЖКХ и др.;

5) прямая почтовая рассылка каталогов реальным и потенциальным клиентам с целью выявления проблем, возникших при эксплуатации фототиристоров, и помощи в их разрешении.

Таким образом, в результате успешной коммуникационной политики по продвижению продукции ОАО «Электровыпрямитель»

осуществляется сотрудничество с порядка 60 фирмами разных стран мира. На предприятии происходит активное фокусирование усилий не только на качестве, надёжности и инновациях в производимой продукции, но и на формировании коммуникационного потенциала и имиджа инноватора среди покупателей.

Библиографический список

1. Корокошко Ю. В. Коммуникационный менеджмент как стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями. Актуальные проблемы менеджмента : моногр. / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С. Д. Резника. – Пенза : ПГУАС, 2012. – 288 с. – С. 46–55.
2. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент. – М. : Инфра-М, 2005. – 295 с.
3. Митенков Ф. М. Энергетика России: проблемы и перспективы // Атомная стратегия. – 2006. – № 20.

ВЫДЕЛЕНИЕ БИЗНЕС-КРИТИЧЕСКИХ IT-СЕРВИСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

С. В. Ткаченко, В. В. Вихман
Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия

Summary. IT-service is an IT service in the support, control and management of the enterprise business processes which is provided by IT service of the enterprise or an external provider to consumers. This article is written for the evident identification of business and critical IT services.

Key words: IT service, business and critical, analysis.

В наши дни основой успешного бизнеса является отлаженная информационная система, бесперебойное функционирование которой обеспечивает конкурентоспособность и прибыльность компании.

Основная задача IT-службы – поддержка бизнес-процессов информационным обеспечением заданного качества с использованием соответствующих информационных технологий.

В данный момент многие предприятия и организации для своего эффективного функционирования используют определённые IT-сервисы, позволяющие хранить информацию, обрабатывать её. Набор IT-сервисов, необходимых организации достаточно индивидуален и в значительной степени зависит от отрасли, размеров организации, уровня автоматизации. Изучая устройство различных предприятий, можно заметить наличие сервисов, являющихся основополагающими и общими для групп предприятий. Такие сервисы необходимо вынести из общего списка и детально исследовать. Это поможет унифицировать информатизацию предприятия.

IT-сервис – это IT-услуга по поддержке, контролю и управлению бизнес-процессами предприятия, которую предоставляет IT-служба предприятия или внешний провайдер своим потребителям.

В общем случае IT-сервис характеризуется рядом параметров:

- функциональность;
- время обслуживания;
- доступность;
- надёжность;
- производительность;
- конфиденциальность;
- масштаб;
- затраты [1].

IT-сервисы можно разделить на 3 группы:

IT-сервисы верхнего уровня:

– Active Directory;
– Электронная почта;
– Файервол;
– Планирование (Microsoft Project);
– Бухгалтерский учёт;
– Бизнес аналитика.

IT-сервисы среднего уровня:

– Контроль качества;
– CRM;
– Service Desk;
– Файловый сервер;
– СКУД (биометрия, турникеты, сканеры);
– Видеонаблюдение.

IT-сервисы нижнего уровня:

– Телефония;
– Видеоконференцсвязь;
– Портал.

Для выявления бизнес-критических IT-сервисов необходимо провести анализ всех сервисов, рассмотренных выше. Анализ будет проводиться по следующим критериям:

1. Актуальность:

- Высокая;
- Средняя;
- Низкая.

2. Совокупная стоимость владения (англ. *Total Cost of Ownership*, TCO, ($)):

- До 1000;

- До 5000;
- До 10000;
- До 50000;
- До 100000.

3. Последствия в случае отказа:
- Критические;
- Значительные;
- Незначительные.

4. Интегративность с бизнесом:
- Высокая;
- Средняя;
- Низкая.

Таблица 1.

Выявление бизнес-критических IT-сервисов

	IT-сервис	**Актуальность**	**TCO**	**Последствия в случае отказа**	**Интегративность с бизнесом**
	Active Directory	Средняя	До 1000	Критические	Высокая
	Файервол	Средняя	До 1000	Значительные	Высокая
	СКУД	Средняя	До 50000	Значительные	Высокая
	Видеонаблюдение	Низкая	До 10000	Значительные	Вредняя
	Электронная почта	Средняя	До 1000	Критические	Высокая
	CRM	Средняя	До 10000	Значительные	Высокая
	Бухгалтерский учёт	Высокая	До 5000	Критические	Высокая
	Портал	Низкая	До 10000	Незначительные	Низкая
	Бизнес-аналитика	Высокая	До 50000	Значительные	Высокая
0	Планирование (Microsoft Project)	Высокая	До 1000	Критические	Высокая
1	Контроль качества	Средняя	До 5000	Значительные	Средняя
2	Service Desk	Средняя	До 5000	Значительные	Средняя
3	Файловый сервер	Средняя	До 50000	Незначительные	Средняя
4	Телефония	Средняя	До 50000	Незначительные	Средняя
5	Видеоконференцсвязь	Низкая	До 10000	Незначительные	Низкая

Благодаря данной таблице можно определить, какие IT-сервисы являются бизнес-критическими для определённого предприятия.

Библиографический список

1. URL: http://www.osp.ru/win2000/2010/10/13005953/

PR- КОНСАЛТИНГ КАК НАПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Г. И. Пономарева
Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск, Россия

Summary. This article is about modern management processes in non-manufacturing business. There is information about consultant services in different business spheres. The main idea of the article is that organization success depends on a correctly structured communication policy.

Key words: management; PR; consulting; business process.

Организации различных направлений ведут жёсткую борьбу за право быть первыми на рынке товаров и услуг. Руководители готовы использовать различные современные методы и технологии по продвижению своего бизнеса.

Менеджмент представляет собой совокупность принципов эффективного управления. В бизнес среде успешное управление предполагает наличие грамотной политики, следовательно, процесс её создания должен быть комплексным и направленным абсолютно на все компоненты бизнес цепочки.

При создании благоприятных условий для развития бизнеса немаловажным является и создание обратной связи, разработка ключевых посланий, а также избавление от коммуникационных барьеров. В связи с этим всё большую популярность приобретают услуги PR-консультантов.

Название профессиональной деятельности PR-консультирование или PR-консалтинг говорит само за себя, не составляет труда понять, что в данном случае речь идёт о взаимодействие консалтинга и паблик рилейшнз. Стоит отметить, что на сегодняшний день консалтинг и связи с общественностью пользуются огромной популярностью абсолютно во всех сферах жизнедеятельности.

Паблик рилейшнз является своего рода визитной карточкой современного бизнеса, поскольку внутренние и внешние коммуникации выстраиваются во многом с помощью применения различных PR-технологий. Как всем известно, правильно выстроенные комму-

никации со своими целевыми аудиториями – это залог успеха любой компании.

Сегодня консалтинговая деятельность является важным фактором формирования конкурентных преимуществ организации. Услуги консультантов открывают новые возможности для субъектов конкретных рынков.

Популярность консалтинговых услуг обусловлена несколькими обстоятельствами. Устоявшиеся принципы и методы управления изменяются естественным образом в связи с социально-экономическим прогрессом и в связи с распространением наукоёмких технологий. Субъекты предпринимательской деятельности сегодня функционируют в условиях динамичной внешней среды, поэтому они вынуждены оперативно и гибко реагировать на изменение её параметров. Необходимо одновременно учитывать большое количество природных, социальных и экономических факторов – больший эффект гарантирован в случае обращения к внешним специалистам-консультантам. Немаловажно и то, что спрос на консалтинговые услуги носит периодический или эпизодический характер. Руководителям не требуется постоянная помощь консультантов, им необходим всего лишь толчок, а далее они действуют самостоятельно. Гораздо проще один раз оплатить услуги консультанта, чем превращать своих сотрудников в консультантов на местах. Более того, консультанты на местах через некоторое время превратятся в прежних сотрудников, поскольку работа в одной и той же организации притупляет отношение к некоторым проблемам, которые вскоре становятся обыденностью для сотрудников. Ещё одно обстоятельство, обеспечивающее популярность консалтинговых услуг, – влияние услуг консультанта на деятельность предприятия несёт в себе большую долю риска, поэтому они должны быть выполнены высококвалифицированными профессионалами.

Проблемой многих владельцев бизнеса является отсутствие диалога и обратной связи с целевыми аудиториями. PR-консультанты обучают руководителей, сотрудников выстраивать грамотные коммуникации со всеми целевыми аудиториями, это могут быть: партнёры, конкуренты, СМИ, клиенты, поставщики, спонсоры и т. п. Такая коммуникация подразумевает разработку верных ключевых посланий для конкретных аудиторий. Таким образом, PR-консультанты помогают производителям услуг избавиться от коммуникационных барьеров.

Библиографический список

1. Кадария Ф. Д. Взаимодействие консультанта и руководителя в современном консалтинге // Общественные науки. – 2007. – № 9. – С. 33–35.

2. Кулагина Г. М. Особенности консалтинга как части деловых услуг // Вестник ОГУ. – 2007. – № 9. – С. 91–96.
3. Сурма И. В. Внутренний и внешний консалтинг делят рынок – тенденции развития современного рынка консалтинговых услуг // Государственное управление. – 2011. – № 27. – С. 40–51.
4. Фраймович А. В. Инновационный консалтинг: терминология, актуальность, роль и место в инновационном цикле // Инновации. – 2007. – № 7. С. 95–98.

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ B2B РЫНКА

Ю. В. Корокошко, М. А. Кандратьева
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, г. Саранск, Республика Мордовия, Россия

Summary. The article discusses the features of marketing research in the sphere of industrial enterprise B2B. The example of the organization of a market research technology of hot-dip galvanizing.

Key words: marketing; marketing research; B2B market; industrial products; hot-dip galvanized.

На современном этапе развития экономики проблемы эффективной деятельности промышленных предприятий приобретают особую значимость. Производителям сегодня невозможно занять устойчивые позиции на рынке без необходимого информационного обеспечения и проведения полноценных маркетинговых исследований продукции производственно- технического назначения. Поступление качественной, своевременной информации и конкурентоспособность отечественных предприятий на этой основе становится проблемой национальной государственной безопасности и имеет особую значимость, так как от конкурентоспособной промышленной продукции, отвечающей актуальным требованиям рынка, напрямую зависит благосостояние России и её населения. Маркетинговые исследования на современном промышленном B2B рынке (*англ.* Business to Business) являются важным инструментом достижения успеха предприятия в отрасли, повышения его конкурентоспособности, качества производимой продукции и получения максимальной прибыли в долгосрочной перспективе.

Организация маркетингового исследования на промышленном рынке – это вид деятельности предприятия, который с помощью информации позволяет производителю эффективно взаимодействовать с потребителями, покупателями и общественностью. Информация используется для выявления и определения маркетинговых возможностей и проблем предприятия сферы B2B, выработки, совершенствования и оценки его маркетинговых действий,

отслеживания результатов маркетинговой деятельности и улучшения процесса управления маркетингом компании в целом.

Целью маркетингового исследования на промышленном B2B рынке является не только исследование внутренней и внешней среды промышленного предприятия, но и целевая направленность решения определённой проблемы или комплекса проблем. Правильная организация маркетингового исследования промышленного рынка позволяет определить критерии выбора различных товарно-рыночных возможностей предприятия с точки зрения их соответствия основной компетенции конкретной B2B компании.

Так, ОАО «Орбита» является представителем промышленной отрасли Республики Мордовия (РМ), выступает лидером в производстве полупроводниковых выпрямительных блоков и регуляторов напряжения всех типов генераторов отечественных автомобилей. Основными покупателями электрооборудования ОАО «Орбита» являются частные предприятия (теплицы, птицефабрики, заводы, торговые центры), а также предприятия электроэнергетики [2]. За годы своего существования ОАО «Орбита» были выпущены миллиарды полупроводников и микросхем. При этом разработка и производство выпрямительных блоков и регуляторов напряжения является основным, но не единственным направлением компании [3]. Так, на основе результатов маркетингового исследования рынка горячего цинкования и выявленных перспектив в ОАО «Орбита» было принято решение по организации нового производства оцинкованных металлоконструкций.

Технологии горячего цинкования являются новыми для ОАО «Орбита», поэтому для получения информации использовались как первичные, так и вторичные источники. Для качественного анализа рынка горячего цинкования было проведено масштабное маркетинговое исследование, которое позволило определить ситуацию на мировом рынке горячего цинкования и тенденции его развития. Для получения информации о рынке были организованы личные встречи с ведущими предприятиями России в области цинкования, посещение тематических выставок, семинаров и конференций, налажены контакты с поставщиками оборудования для нового производства, организована рассылка писем-запросов на выявление потребности в услуге горячего цинкования и предварительных объёмах потребления. Совокупность полученной информации послужила основой для принятия решения ОАО «Орбита» о перспективности нового B2B направления.

В рамках проведения Чемпионата мира по футболу в 2018 году в РМ планируется строительство большого количества спортивных объектов, поэтому для обеспечения нужд региона и выполнения требований международных стандартов качества необходимо применение оцинкованных металлоконструкций. В связи с этим орга-

низация производства оцинкованных металлоконструкций ОАО «Орбита» будет также способствовать и социально-экономическому развитию региона [1].

Таким образом, организация систематических маркетинговых исследований B2B рынка позволяет промышленным компаниям получать сведения о контролируемых и неконтролируемых факторах среды и интересах различных групп, что повышает эффективность принимаемых решений.

Библиографический список

1. Горина А. П., Россеева Т. В. Развитие рынка услуг горячего цинкования в контексте устойчивого развития промышленного предприятия и региона // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». – 2012. – № 6 (26). – С. 119–125.
2. Корокошко Ю. В., Додонов А. Н. Организация ярмарочно-выставочной деятельности в системе торгового маркетинга предприятия. Торговля в XXI веке : тр. Междунар. науч.-практ. конф. – Кемерово : Кемеровский ин-т (филиал) РГТЭУ. – 2012. – С. 263–268.
3. Официальный сайт ОАО «Орбита». URL: http://www.orbita.su/

КОММУНИКАЦИИ EVENT-МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ

Ю. В. Корокошко, А. А. Салихова
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, г. Саранск, Республика Мордовия, Россия

Summary. The article discusses the features of event-marketing communications in services. Is an example of such a tool organization event marketing as a beauty contest in the company to provide services.

Key words: event marketing; promotion of services; a beauty contest.

В настоящее время всё большее количество российских и зарубежных компаний используют способ донесения коммуникационных сообщений до потребителей, бизнес-партнёров и даже сотрудников через специальные событийные мероприятия. Поэтому сегодня event-маркетинг представляет собой уже целостную систему планирования, организации, проведения, анализа событийных мероприятий и шоу различного характера и масштаба. Для организаций сферы услуг коммуникации event-маркетинга выступают наиболее эффективным инструментом прямой коммуникации. Поэтому сегодня event-маркетинг представляет собой важную часть коммуникационной стратегии в системе продвижения услуг организаций.

Современная концепция маркетинга предполагает ориентацию экономики на более полное и эффективное удовлетворение потребительского спроса за счёт развития необходимых сервисных услуг и ориентации на них потребителей [2]. Управляющая компания ООО «Fox group» специализируется на оказании различного рода услуг в г. Саранске (рекламная деятельность, представительские функции, сопутствующая деятельность и др.). Событийный маркетинг – один из самых действенных инструментов создания и поддержания имиджа УК ООО «Fox group», также определяющий позиционирование её услуг.

Event-маркетинг, как правило, включает организацию различных развлекательных, праздничных мероприятий, шоу, конкурсов, фестивалей, вечеринок, показов мод, дефиле, концертов, церемоний открытия, соревнований, выставок, акций, дегустаций, корпоративных праздников, поездок, семинаров, тренингов, презентаций, конференций, круглых столов и др. [1]. В деятельности УК ООО «Fox group» особенно активно используется такой коммуникационный инструмент event-маркетинга, как организация и проведение конкурсов красоты, которые становятся финальной стадией какой-либо масштабной стимулирующей акции или являются частью интегрированной коммуникационной кампании по продвижению.

Так, важным событийным проектом УК ООО «Fox group» является ежегодный конкурс красоты «Мисс FOX magazine», организация которого обеспечивает УК ООО «Fox group» достижение следующих целей: выделение среди конкурентов; активизация внимания целевых групп; оптимизация и снижение затрат путём объединения бюджетов по рекламе, маркетингу и PR; развитие и укрепление отношений с партнёрами по бизнесу; усиление имиджа; создание основы для дальнейшего развития.

В 2012 году УК ООО «Fox group» предложила предприятиям и организациям Республики Мордовия провести краткосрочную комплексную рекламную кампанию на площадке финала ежегодного конкурса красоты «Мисс FOX magazine». Конкурс красоты «Мисс FOX magazine» являлся большим событием в жизни города, поскольку представлял собой ещё и стильное, светское мероприятие, не имеющее аналогов в регионе. В 2012 году финал конкурса «Мисс FOX magazine» проходил в обновлённом Республиканском Дворце культуры – на самой современной концертной площадке города. Ключевым лицом мероприятия был известный российский рэпер Тимати. Проведение финала конкурса «Мисс FOX magazine» было поддержано масштабной рекламной кампанией (ТВ, радио, КЦ «Киномакс-Победа», рекламные щиты, экраны в супермаркетах объединения «Деловой союз» и др.), которая стартовала за месяц до событийного мероприятия и включала в себя, вместе с рекламой, непосредственно мероприятия с рекламой всех его спонсоров и

партнёров. В итоге конкурс красоты «Мисс FOX magazine» имел ярко выраженный социальный характер, событие носило характер крупного проекта, где принимали участие несколько ведущих предприятий и организаций в качестве партнёров и спонсоров. Участницам конкурса красоты были вручены подарки (денежные сертификаты, сертификаты на покупку в магазинах, косметика, бытовая техника, одежда, ювелирные изделия и пр.), предоставленные компаниями-спонсорами. Руководителям компаний, оказавших конкурсу спонсорскую поддержку, были выделены пригласительные билеты на мероприятие как предложение, действующее вне рамок спонсорских пакетов.

Таким образом, организация специальных мероприятий – неизменная составляющая жизни общества на всех этапах его развития [3]. Конкурс красоты «Мисс FOX magazine», как коммуникационный инструмент event-маркетинга, позволил УК ООО «Fox group» создать условия для развития партнёрских отношений, привлечь новые инвестиции для проектов организации, наладить непосредственные контакты с представителями СМИ и другими общественными структурами города, а также обеспечил высокую лояльность целевых групп локального рынка.

Библиографический список

1. Корокошко Ю. В. Event-маркетинг: теория и практика успешного продвижения продукции компании (часть 1) // Event-маркетинг. – М. : ЗАО «ИД „Гребенников”», 2013. – № 1.
2. Корокошко Ю. В. Маркетинговое исследование рынка услуг: особенности, методы и практика организации // Маркетинг услуг. – М. : ЗАО «ИД „Гребенников”», 2010. – № 3 (23). – С. 194–212.
3. Назимко А. Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей. – М. : Вершина, 2007. – 224 с.

ИННОВАЦИИ В РАЗВИТИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И КОММУНИКАЦИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

А. С. Кисельникова, Ю. В. Корокошко
Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарева, г. Саранск,
Республика Мордовия, Россия

Summary. The article examines the nature and types of high-tech and innovative tools that are used in modern communication system merchandising.

Key words: merchandising; innovative technology; new POS-materials; virtual promoter; sensory marketing.

Новые маркетинговые технологии предоставляют значительные преимущества при их использовании в современной розничной торговле. Их специфика заключается в том, что они создают для потребителей большие возможности в выборе и приобретении товара, а для производителей – перспективы получения большей прибыли с меньшими затратами. Поэтому в условиях значительной динамики роста розничных продаж и высокой конкуренции актуальным является применение инновационных технологий мерчандайзинга в информационно-коммуникационном пространстве.

В настоящее время цифровая природа информации приводит к возможности её безграничного хранения и обработки, к неограниченным возможностям её применения и управления в необходимом направлении с помощью компьютерных средств информационных технологий [3]. Это способствовало тому, что информация стала играть ключевую роль в маркетинговом процессе, а практическое использование новых информационно-коммуникационных технологий в принятии маркетинговых решений является определяющим фактором успешной деятельности компании на рынке.

Так, в развитии коммуникационных средств мерчандайзинга сегодня можно выделить ряд инновационных инструментов, основанных на новых информационных технологиях: виртуальные промоутеры, голограммы и лазерные проекции, магазинные тележки с компьютерным дисплеем, витрины и экраны в формате 3D, виртуальные полки и интерактивные дисплеи, интерактивный пол, туманный экран, технологии сенсорного и аромамаркетинга, инновационные POS-материалы и многое другое. Поэтому в настоящее время мерчандайзинг обладает значительным арсеналом высокотехнологичных средств маркетинговых коммуникаций для компаний.

Компания «ADIDAS», активно используя в качестве новых POS-материалов интерактивные дисплеи и табло, в одной из точек продаж установила виртуальную стену обуви (от англ. Virtual Footwear Wall) с сенсорным управлением. На электронном прилавке

покупатель выбирает модель обуви, задаёт нужные цветовые и размерные параметры, управляет изображением и может детально рассмотреть её [2].

Инновационной разработкой в мерчандайзинге является виртуальный промоутер, представляющий видеомодель живого промоутера, изготовленную с использованием новых технологий. Виртуальный промоутер является проекционным видеоэкраном или голограммой, в точности повторяющей контуры живого человека. Виртуальный промоутер работает на протяжении дня в торговой точке, качественно доносит для посетителей промотекст и использует 3D-графику для более наглядной демонстрации особенностей продвигаемых продуктов. На российском рынке виртуальные промоутеры являются новинкой, однако многие известные компании уже применили технологии в практике («РЖД», «Сбербанк России», «Beam Electrolux», «Shell», «Трансаэро», «Шереметьево» и «Домодедово»).

Важным инновационным направлением в мерчандайзинге является сенсорный маркетинг, и главное его направление в настоящее время аромамаркетинг, основанный на целенаправленной ароматизации воздуха с использованием различных запахов и ароматов с целью сенсорного стимулирования продаж и продвижения товара путём благоприятного влияния на обонятельные рецепторы потребителя специальными технологиями. Сегодня уже появился ряд компаний, специализирующихся на новом коммуникационном средстве мерчандайзинга (компании «L'arom», «Aroma Business Technologies», «Aroma-room»), которые предоставляют 3 основных варианта прибора ароматизации: жидкостный, гелевый и аэрозольный.

Следует отметить, что мерчандайзинг некоторых отраслей имеет свои специфические особенности и особенно требует применения различных коммуникационных новшеств. Так, алкогольные компании, в силу законодательных запретов традиционной рекламы, активно используют инновационные технологии мерчандайзинга в продвижении алкогольной продукции [1]. Для компании Bacardi был разработан специальный стенд, реагирующий на изъятие бутылки. Стенд Bacardi, размещаемый в торговых точках, был оснащён сенсорной панелью, позволяющей покупателю получить дополнительную информацию о продукции и рецептах коктейлей, в основе которых используется ром. Полки стенда Bacardi также снабжали датчиками, реагирующими на изъятие бутылок, установленное программное обеспечение позволяло фиксировать детальные данные о покупке рома, а плазменная панель, расположенная на центральной части конструкции стенда, постоянно демонстрировала рекламные видеоролики Bacardi.

Таким образом, высокотехнологичные продукты мерчандайзинга, основным преимуществом которых является интерактивность, позволяют компаниям не только увеличивать интерес к

своему продукту, но и расширяют целевую аудиторию, обеспечивая лояльность к продвигаемым брендам.

Библиографический список

1. Глагольева А. С., Корокошко Ю. В. Особенности мерчандайзинга алкогольной продукции. Маркетинг и общество : сб-к мат-лов VII Междунар. науч.-практ. конф. – Казань : Отечество, 2012. – С. 43–45.
2. Инновационные технологии в мерчандайзинге. URL: http://www.merchandising.ru/
3. Корокошко Ю. В. Новые технологии в маркетинге // Вопросы структуризации экономики : науч. журнал. – 2012. – № 2. – С. 143–146.

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В БИЗНЕС-СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ)

М. А. Шилкина
Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск, Россия

Summary. This article is about the effectiveness of information sharing consumers and producers. The main objective to achieve long-term competitive advantages of the company is the use of a competent differentiated approach to the choice of means and channels of communication in the context of the selected target group.

Key words: information sharing; consumers; communication.

Рынок молочной продукции является одним из самых перспективных и массовых. По мнению консалтинговой компании KPMG, основные потребительские рынки России, за исключением молочного, сравнительно отстают от европейских рынков по уровню среднедушевого потребления. Россия входит в число стран с высоким уровнем потребления молочных продуктов, поэтому изучение коммуникаций потребителей и производителей весьма актуально. Основной задачей производителей является «расширение географии сбыта, продвижение товаров в торговых сетях и изучение предпочтений потребителей» [1, с. 7]. Потребительские предпочтения на рынке молочных продуктов за последние годы сильно изменились; они всё больше индивидуализируются, меняются под влиянием образа жизни, привычек питания, гендерных и возрастных стереотипов.

По результатам проведённого нами исследования предпочтений покупателей молочных продуктов (Ульяновск, 2012 г., выборка 580 чел.), лидерами продаж остаются традиционные молочные продукты – молоко, кефир, ряженка, сметана. На их долю приходится около 83 % продаж, из них 49 % занимает питьевое молоко, на втором месте – йогуртно-десертная группа. Самым продаваемым

продуктом является кефир. Ежегодно на 40-50 % растёт спрос на йогурты с кусочками фруктов, молочно-соковые коктейли. Кисломолочные продукты пользуются стабильным потребительским спросом. Весьма популярными являются творог и творожные сырки – эти продукты выбирают соответственно 38 и 21 % потребителей, ежедневно потребляющих молочные продукты.

Набирает обороты сегмент инновационных продуктов. Активная рекламная политика ведущих брендов «био-продуктов», «имуно-защищающих коктейлей» влияет на потребительские предпочтения. В начале 2000-х годов необычные продукты с новыми названиями и оздоравливающим эффектом предпочитали только 10 % потребителей; сейчас доля таких покупателей составляет более трети (35–36 %). Происходит так называемое замещение продукта, то есть изменение привычек питания за счёт активизации коммуникаций потребителей и производителей. Особенно данная модель потребительского поведения характерна для «регионального среднего класса, который в каждом регионе отличается более высоким уровнем инновационной активности не только в профессии, образовании, но и в потреблении» [4, с. 64].

Производители молочной продукции вкладывают весомые средства в развитие интегрированных коммуникаций (pr-технологии, реклама, промо-акции), а также активно используют такую форму коммуникации, как экспертиза качества продукта и его полезных свойств. Приоритеты натуральности, полезности и свежести являются одним из эффективных PR-ходов [3, с. 27]. Популярность здорового образа жизни помогает продвигать молочные продукты. Распространённым содержанием коммуникации производителей молочных продуктов и производителей является обещание важных составляющих качества жизни: здоровья, красоты, хорошего настроения и самочувствия. Однако напрямую эти обещания не работают.

В ходе фокус-групповых дискуссий, проведённых нами с потребителями, они согласились: PR-реклама может изменить отношение покупателей к производителям, но для этого она должна быть *«такой, чтобы подтверждала – продукция всегда свежая, полезная и произведена в конкретном российском регионе»*. Сейчас реклама не всегда срабатывает, *«акции на местах продаж надоели; информация должна быть в первую очередь понятной, а затем – привлекательной»*.

Таким образом, в условиях стремительного развития рынка эффективность информационного обмена потребителей и производителей быстро меняется. Основной задачей для достижения долгосрочного конкурентного преимущества предприятия становится использование грамотного дифференцированного подхода к выбору

средств и каналов коммуникации в контексте выделенных целевых групп потребителей.

Библиографический список

1. Васина В. Н, Маракулина И. В. Сегментирование потребителей молочной продукции региона // Регионология. – 2011. – № 4.
2. Гиринович О. О тенденциях в пищевой промышленности // Молочная промышленность. – 2008. – № 3. – С. 77.
3. Куприянова Е. Главное – свежесть // RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET. – 2008. – № 8.
4. Шиняева О. В., Власова Е. М. Перспективы развития среднего класса в российских регионах: социально-профессиональный аспект // Труд и социальные отношения. – 2012. – № 10.

БРЕНД РЕГИОНА КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА РОССИИ

Т. О. Пинчук
Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск, Россия

Summary. This article observes the brand of some region as the key element of sociocultural space of Russia. Improvement of branded communications can promote a region brand in consciousness of various generations and form positive sociocultural space in the region.

Key words: regional brand; sociocultural space; cultural capital

В современных условиях отчётливо выражено стремление рассматривать регионы России не только в качестве административных субъектов, но и как базовый компонент социокультурного пространства со своей культурой, ценностями, символикой и историей.

Социокультурное пространство социума в целом или его отдельных территориальных сегментов является самодостаточной средой, конструируемой с целью интеграции внутренней общественности и повышения привлекательности для внешних аудиторий. Оно дифференцированно, но в то же время неделимо, поскольку социальные и культурные символы, наполняющие это пространство, находятся в постоянном взаимодействии между собой и с базовыми условиями развития региона – экономической инфраструктурой, демографическим составом, культурными ресурсами.

Наличие современного образа региона придаёт ему органическую целостность. Разработка бренда территории в настоящее время становится модным трендом российской региональной политики. Являясь носителем идеальных значений и символов, образ города

связывает мировосприятие горожан с ценностями и культурными нормами. Развиваются конкурсные механизмы участия муниципалитетов в федеральных целевых программах по развитию областей и регионов России.

Одна из основных региональных идей, продвижением которой в настоящее время занимаются региональные и муниципальные структуры Ульяновской области – «Ульяновск – культурная столица постсоветского пространства». «Культурная столица» – не разовый номинальный проект, а перспективная региональная политика, система взаимодействия государственной власти и населения, которая позволяет не только осуществлять культурные мероприятия, но и изменять социокультурную атмосферу в регионе: повышать уровень включённости населения в социальную жизнь, развивать условия для реализации творческого потенциала жителей, создавать поводы для позитивного отношения граждан к региону и конкретному поселению. Наличие региональной консолидирующей идеи в виде бренда способно не только повысить статус региона для внешних партнёров, но и сформировать благоприятную атмосферу, позитивный культурный фон для информационно-коммуникативных отношений.

Культурный «апгрейд» имиджа Ульяновской области захватил не только органы управления, но и различные слои населения. Однако анализ социальных настроений показал, что современный имидж Ульяновска поливариантен и противоречив: родина историка Карамзина и политика Ульянова (Ленина); место творчества реалиста Пластова и модерниста Сафронова, производства известных «уазиков» и новейших самолетов «Руслан». Поэтому региональные органы власти поддержали многогранность современного бренда территории.

«Ульяновск – культурная столица постсоветского пространства», как показывает анализ идей бренда, – это комплексная идея развития социокультурного пространства, включающая в себя три компонента.

СРЕДА: уникальный ансамбль городской архитектуры XIX–XX веков; комплекс музеев с интерактивными площадками (семейными праздниками, национальными ремёслами, археологическими раскопками); территория сохранения наследия талантов (Д. Давыдов, И. Гончаров, Н. Карамзин, Н. Языков, А. Пластов, А. Сахаров) и поддержания новых талантливых людей.

РЕСУРС: формы консолидации этнических и профессиональных сообществ на постсоветском пространстве; технологии передачи культуры молодому поколению; способы воспитания толерантности и национальной терпимости; формы презентации талантов и продвижения продуктов их творчества (художников, дизайнеров, поэтов, фотографов).

ДВИЖЕНИЕ: изменение психологии жителей города («город нуждается в наших талантах»); проектирование благоприятной городской среды; апробация молодых талантов; разработка инвестиционных проектов; предоставление широкого выбора инвесторам для вложения в объекты культурного и экологического туризма.

Это оказало и негативное влияние на развитие региона, поскольку наличие большого количества новых символов, в стремлении «разрекламировать» город и преодолеть традиционный бренд родины В. И. Ленина, а также стремление муниципалитетов привлечь внимание к развивающейся Ульяновской области.

Результаты проведённого нами исследования «Влияние бренда региона на социальную интеграцию населения» (2012г.; n=675) говорят о том, что жители Ульяновска с долей сомнения относятся к проявлению культурного развития региона: 65 % респондентов сомневаются в том, что улучшилась культура жителей; четверть жителей пока не определились со своим отношением к новому бренду. Данные результаты свидетельствуют о том, что мало предложить интересную имиджевую идею, нужно уметь её продвинуть в сознание жителей, сплотить вокруг неё население.

С одной стороны, в Ульяновской области уже идёт процесс конструирования социокультурного пространства с помощью бренда и его идей. В 2012 году юбилей И. А. Гончарова, известного уроженца области, стал ярким социокультурным поводом продвижения нового бренда. В регионе был проведён второй Международный культурный форум, собравший представителей разных культур России и зарубежья.

С другой стороны, население Ульяновска занимает, скорее, позицию наблюдателя. Это связано с низкой информированностью жителей о событиях города. По результатам нашего социологического опроса, более чем половина жителей ощущает недостаток сведений о жизни региона (63 %). Только треть жителей информирована о событиях, происходящих в регионе.

Проблема коммуникационной открытости и интеграции населения в современной России относится к приоритетным сферам деятельности региональных органов власти, активно разрабатывающих стратегии развития социокультурного пространства своих территорий. Работа по развитию и продвижению бренда региона неизбежно должна формировать новое коммуникационное пространство и брендовые коммуникации органов власти. Во всех территориальных проектах и мероприятиях органы управления должны предусматривать внутренний PR, а именно формирование информационных сообщений по доступным для местного сообщества каналам; сегментацию населения на целевые группы, различающиеся своими ценностями и жизненным опытом.

Несмотря на то, что накоплен опыт реализации проектов, сближающих позиции власти и населения, выстроить эффективную систему нелегко. Коммуникативные каналы должны дифференцироваться по разным сегментам населения на основе критериев «доверия, доступности, регулярности, объективности» [1, с. 211]. Совершенствование каналов брендовых коммуникаций позволит успешнее продвигать бренд региона в сознание различных поколений и формировать позитивное социокультурное пространство в регионе.

Итак, в контексте развития социокультурного пространства современной России необходимо сближение предлагаемых брендов регионов с представлениями и ценностями жителей через системный диалог. В связи с этим представляется важным формирование новой культуры информационно-коммуникативных отношений внутри административных субъектов. Основными способами преодоления информационных барьеров могут стать Интернет-технологии: выход с брендовой рекламой на известные сайты и порталы; создание Интернет-сообществ по решению актуальных проблем; расширение информационной активности «электронного правительства» с учётом запросов разных сегментов целевых аудиторий.

Библиографический список

1. Дмитриева Л. М. Социальная реклама. – М. : ЮНИТИ, 2009. – 271с.

РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ ПРОГРАММНО-АППАРАТНОГО КОМПЛЕКСА «БЕЗОПАСНЫЙ ГОРОД»

М. А. Панков, В. И. Любченко, В. В. Вихман
Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия

Summary. A modern city is a complex structure which comprises a set of subsystems. To ensure control over operation of all urban systems as well as rapid response to emergencies, integration of all existing information systems and security systems into a unified compound is required. In the article we consider problems of Novosibirsk, the resolution of which by introduction of the hardware-software complex "Safe City" will facilitate increased safety of inhabitants and city infrastructure.

Key words: software and hardware system; urban infrastructure; video recording; subsystem; urban systems; safety; integrated information system; rescue services; law enforcement authorities.

Современный город представляет собой сложную многоуровневую структуру. Он состоит из множества подсистем – транспортной, телекоммуникационной, систем электро- и водоснабжения, а также многих других, которые функционируют и взаимодействуют между собой. Для контроля работы всех городских систем, обеспе-

чения безопасности каждого жителя и всех уязвимых точек городской инфраструктуры, получения и архивирования информации обо всех важных событиях и оперативного предоставления этой информации всем заинтересованным службам необходима комплексная информационная система, способная аккумулировать, объединять, анализировать и группировать разнородные данные, поступающие от множества источников. Именно такую систему представляет собой «Безопасный город», успешно внедряемый во многих городах России и ближнего зарубежья [1].

Проблемы, которые необходимо решить для наиболее полного обеспечения безопасности в городе Новосибирске, можно разделить на категории, связанные со следующими аспектами:

- применяемое оборудование:
  - различные технические характеристики применяемого оборудования не позволяют своевременно получать необходимую информацию;
  - используемое оборудование не удовлетворяет потребностям городских округов Новосибирска как качественно, так и по необходимому количеству;
  - оборудование, применяемое для видеорегистрации, не позволяет сохранять информацию на длительное время, запись осуществляется в круглосуточном режиме, срок хранения информации составляет 14 дней;
  - имеющееся оборудование не позволяет в полном объёме осуществлять взаимодействие спасательных служб и правоохранительных органов при реагировании на дорожно-транспортные происшествия и другие нештатные ситуации;
- отсутствие единых центров управления и обработки информации:
  - отсутствие централизованной системы управления городскими системами;
  - отсутствие единого обработчика информации, данные, поступающие от различных городских систем, обрабатываются независимо друг от друга и не могут дать детальной картины происходящего;
  - отсутствие единого контролирующего элемента, способного оперативно оценить информацию и передать её в соответствующую службу;
  - отсутствие единого мониторингового центра обработки получаемой информации;
- финансирование:
  - недостаточное финансирование из федерального бюджета для внедрения технических средств;

– недостаточное финансирование для обеспечения прямой связи от социально значимых объектов к региональному информационному центру.

Исходя из целей внедрения программно-аппаратного комплекса и существующих проблем ПАК «Безопасный город» должен включать в себя следующие основные компоненты:

– подсистема мониторинга;
– подсистема сбора и обработки информации;
– подсистема управления силами и средствами региона;
– подсистема поддержки принятия решений;
– геоинформационная подсистема (ГИС);
– подсистема связи и оповещения;
– подсистема архивирования информации;
– подсистема взаимодействия с базами данных;
– подсистема часофикации;
– подсистема статистики и выдачи отчётов;
– подсистема администрирования.

Итогами внедрения ПАК «Безопасный город» в г. Новосибирске ожидаются объединение всех имеющихся разрозненных технических ресурсов, повышение оперативности реагирования на чрезвычайные ситуации и эффективность взаимодействия привлекаемых сил и средств. В свою очередь, это приведёт к повышению уровня безопасности населения и защищённости критически важных объектов от угроз природного и техногенного характера, созданию условий, способствующих устойчивому социально-экономическому развитию г. Новосибирска.

Библиографический список

1. Безопасность в масштабах мегаполиса / Безопасный город, 2003–2013. – URL: http://www.itv.ru/verticals/homeland_security/

МЕДИЦИНСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ РФ

И. В. Осипенко, И. Н. Швайкова, В. И. Любченко
Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия

Summary. In computerized environment it is important to provide informational compatibility between different HIS. To realize this proposed define and use common standard EHR and improvement normative legal documents. Also the paper is provided list of major complex HIS introduced at the federal level.

Key words: healthcare information system; informatization; medical standart.

С 2010 года в России в рамках государственной программы идёт активная информатизация учреждений здравоохранения. Ключевым звеном этого процесса является медицинская информационная система (МИС), которая обеспечивает формирование, сбор, обработку, передачу, хранение электронных персональных медицинских записей (ЭПМЗ), электронных историй болезни (ЭИБ), нормативно-справочной, финансовой и вспомогательной информации. Разработка различных МИС в Российских медицинских учреждениях ведётся с 1980-х годов. В стандарте организации СТО МОСЗ 91500.16.0002-2004 «Информационные системы в здравоохранении. Общие требования» [2] приводится следующая функциональная классификация МИС:

- Медико-технологические ИС (МТИС), предназначенные для информационного обеспечения процессов диагностики, лечения, реабилитации и профилактики пациентов в лечебно-профилактических учреждениях.
- Информационно-справочные системы (БИИС), содержащие банки медицинской информации для информационного обслуживания медицинских учреждений и служб управления здравоохранением.
- Статистические ИС (СМИС) органов управления здравоохранением.
- Научно-исследовательские ИС (НИИС), предназначенные для информационного обеспечения медицинских исследований в клинических научно-исследовательских институтах (НИИ).
- Обучающие ИС (ОМИС), предназначенные для информационного обеспечения процессов обучения в медицинских учебных заведениях.

Каждый из выделенных классов систем решает определённый сегмент задач и, как показывает практика развития медицинских информационных систем за рубежом, при разработке единого технологического основания появляется потребность создания обще-

принятых стандартов и технологий. Эта потребность на сегодняшний день в России разрешается в ходе разработки единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения (ЕГИСЗ), утверждённой приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 28 апреля 2011 № 364. В связи с запуском проекта ЕГИСЗ стала ощущаться проблема отсутствия актуальной общепринятой классификации и терминологии различных информационных систем для здравоохранения. Это обусловлено длительным периодом автономной информатизации медицинских учреждений и активным развитием комплексных систем, обеспечивающих широкий функционал и попадающих под несколько категорий принятой классификации.

В рамках ежегодного конкурса разработок в области информатизации здравоохранения «Лучшая медицинская информационная система» обратили на себя внимание тиражные МИС (Табл. 1). Как можно заметить, различными разработчиками активно развиваются информационные технологии в здравоохранении, которые на федеральном уровне внедряют комплексные МИС. По данным Ассоциация развития медицинских информационных технологий, по состоянию на 2012 г. Имеется более 600 программных решений для здравоохранения, из которых 23 – тиражные МИС. Но, как показывает детальный анализ разработок, большая часть продуктов были разработаны под решение узкого круга задач и по функциональности зачастую перекрывают друг друга, используя разные технологические основания. Между обособленными и зачастую несовместимыми программными средствами затруднены взаимный информационный обмен на уровне медицинских учреждений и получение сводной информации, необходимой для управления здравоохранением на уровне регионов и отраслью в целом.

Таблица 1

Комплексные интегрированные медицинские информационные системы

Наименование МИС	Масштаб реализованного внедрения	Средний показатель (2009-2011)		Разработчик
		внедрений	инсталляций	
AKSi-клиника	Федеральный (40 регионов)	58	512	ООО «АКСИМЕД»
MedWork	Региональный	85	1400	ООО «Мастер Лаб»
VS Cinic	ЛПУ	3	1200	ООО Вита-Софт
БАРС.Здравоохранение	Федеральный	17	1172	ЗАО «БАРС Груп»
Витакор ЕМИС	Федеральный	89	1800	ЗАО «Виакор»
Интерин PROMIS 2012	Федералный (20 регионов)	14	50	ООО «Интерин технологии»
ЛПУ-ЭМ	Региональный	300	13000	ООО «Электронная медицина»
МИС «КОРДИС»	ЛПУ	1	450	ФГБУ «Федеральный центр сердечно-сосудистой хирургии»
Региональная информационно-аналитическая медицинская система «ПроМед»	Федеральный	194	5320	ООО «СВАН»

Решением может выступить ориентированность МИС на работу в едином информационном пространстве и доработка единой нормативно-правой, организационной и методической базы функционирования и использования информационных систем, распространение технологий централизованной удалённой обработки данных, использование стандартов электронной медицинской карты как основного источника информации о пациенте.

Использование МИС, для которых структурные, технологические и информационные компоненты согласованы на государственном уровне, позволит повысить эффективность оказания медицинских услуг и оперативность обработки медицинской информации для оперативного принятия решений на уровне всего государства.

Библиографический список

1. Назаренко Г. И., Гуляев Я. И., Ермаков Д. Е. Медицинские информационные системы: теория и практика / под редакцией Г. И. Назаренко, Г. С. Осипова. Москва : ФИЗМАТЛИТ, 2005. – С. 320. – ISBN 5-9221-0594-9.
2. Стандарт организации «Информационные системы в здравоохранении». Общие требования СТО МОСЗ 91500.16.0002-2004. – Москва, 2004.

АНАЛИЗ МЕДИЦИНСКОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ «ЕДИНАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ»

И. С. Мутый, П. Е. Копысов
NVision Group Энвижн–Сибирь, г. Новосибирск, Россия

Summary. This article describes the need of introduction of information systems in a health care area. Also the purposes of information systems for medical institutions are considered in the article. The short analysis of a market of companies of medical information systems which are engaged in development is given.

Key words: medical information system; treatment-and-prophylactic establishment.

Здравоохранение является сложной системой, которая находится в постоянной динамике, что в свою очередь требует грамотной и своевременной оценки ситуации, и, что немало важно, быстрого принятия решений, а так же определения квалифицированности и результативности предпринимаемых действий. Так же существует постоянная необходимость в оценке показателей состояния здоровья граждан, состояния фармацевтического обеспечения необходимого для амбулаторного и стационарного лечения пациентов на всех стадиях оказания медицинской помощи.

Медицинская информационная система (МИС) – комплексная автоматизированная информационная система, в которой объединены электронные медицинские записи о пациентах, данные медицинских исследований в цифровой форме, данные мониторинга состояния пациента с медицинских приборов, средства общения между сотрудниками, финансовая и административная информация [1].

Назначение МИС

МИС предназначена для автоматизации управления лечебно-диагностической деятельностью типовых лечебно-профилактических учреждений, оказывающих амбулаторную, стационарную и прочие виды медицинской помощи, в рамках установленных процессов деятельности при обеспечении работы в едином информационном пространстве Государственной информационной системы персонифицированного учёта в здравоохранении Российской Федерации.

Цели создания МИС:

1. Обеспечение единого информационного пространства на территории Российской Федерации;
2. Качественное управление оказанием медицинской помощи в ЛПУ;
3. Повышения прозрачности деятельности медицинских учреждений;
4. Эффективное принятие управленческих решений;
5. Отслеживание экономических действий, направленных на оказание медицинской помощи;
6. Снижение времени, необходимого для обследования и лечения пациентов.

Повышение качества лечения пациента за счёт:

1. Сокращения времени, отводимого на «бумажную работу», соответственно врач больше внимания уделит пациенту;
2. Более быстрого доступа к диагностическим данным пациента, что, в свою очередь, повышает скорость назначения и эффективность соответствующего лечения;
3. Накопление данных о пациенте за любое количество времени с возможностью быстрого доступа к его предыдущим историям болезни;
4. Снижение риска потери информации о пациенте;
5. Возможность составления за минимальный промежуток времени оптимального графика посещений пациентом диагностических и процедурных кабинетов;
6. Отсутствие очередей у процедурных и диагностических кабинетов;
7. Быстрое получение результатов обследований и выписного эпикриза в печатном или электронном виде.

Оптимизация работы лечащего врача:

Эффективности лечения способствует:

- Возможность быстрого доступа к историям болезней пациента за прошлые годы;
- Доступность информации с аптечного склада предприятия о наличии лекарственных средств;
- Доступ к любой информации из истории болезни пациента в режиме On-Line;

Минимизация затраченного времени:

- За счёт электронного варианта истории болезни нет надобности переписывания одних и тех же данных;
- Быстрый доступ к справочным данным и облегчённая работа со справочной литературой;
- Кодирование диагнозов по установленным стандартам происходит в автоматическом режиме;

• Использование готовых шаблонных фраз (часто используемых фраз) при заполнении истории болезни.

Электронная отчётность ЛПУ перед Департаментом и Министерством здравоохранения:

• Сравнительный анализ деятельности различных ЛПУ на основе данных, поступивших из различных регионов РФ;

• Своевременное принятие важных решений по тем или иным вопросам на основе анализа данных, поступающих в On-Line режиме.

МИС, представленные сегодня на рынке

На сегодняшний день рынок информационных систем в области здравоохранения находится в постоянной динамике. В рамках федеральной программы «Единая государственная информационная система здравоохранения» многие IT-разработчики выпустили на рынок готовые решения для информатизации ЛПУ.

В настоящее время на рынке МИС, по данным Ассоциации развития медицинских информационных технологий (АРМИТ), представлено 290 фирм. Среди которых 83 % составляют коммерческие компании, 14 % – государственные учреждения и 3 % – некоммерческие организации. Большая часть разработчиков (68 %) располагается в Москве и Московской области, 11 % - в Санкт-Петербурге и 21 % – в других регионах России.

Каждая компания, предлагающая своё решение, старается как то выделиться среди конкурентов, ввиду чего нет единой системы. Но есть общие требования, предъявляемые к решению, которое разработчик предлагает ЛПУ. Каждая МИС должна включать в себя:

• Электронную регистратуру;

• Электронную амбулаторную карту пациента;

• Электронный документооборот всей ЛПУ;

• Электронный паспорт медицинского учреждения и паспорта системы здравоохранения субъекта РФ;

• Обеспечение защищённости хранимой информации с предоставлением доступа к ней доверенных, заинтересованных лиц.

По данным CNews Analytics, среди компаний, работающих в секторе автоматизации ЛПУ, по мнению участников исследования, лидируют "Пост Модерн Технолоджи" (МИС "Медиалог") – 27 %; КМИС ("Карельская МИС") – 27 %; "Интерин" ("Интерин PROMISE") – 15 %; "Аксимед" ("AKSi-клиника" – 7 %; "СофтТраст" (программные продукты семейства "ТрастМед") – 4 %.

Среди компаний, работающих в региональных проектах, были отмечены КИР – 62 %; "БАРС Груп" – 25 %; "Парус" – 13 %.

При анализе компаний по числу регионов, в которых разработчикам удалось реализовать свои проекты, места распределились

следующим образом: "Пост Модерн Технолоджи", КМИС, "Софт-Траст", "Интерин", СП.АРМ (МИС qMS).

Распределение разработчиков по количеству реализованных проектов (самых разнообразных, не ограничиваясь комплексной автоматизацией ЛПУ), позволило определить 5 лидеров: "СофтТраст", "Пост Модерн Технолоджи", "Ристар" (МИС "Ристар"), "Самсон-Виста" (МИС "Самсон-Виста"), "Информационно-медицинский центр" (МИС ИМЦ: ЛПУ).

Пятёрка лидеров по числу автоматизированных рабочих мест выглядит следующим образом: "Пост Модерн Технолоджи", КМИС, "Интерин", "СофтТраст", "Самсон-Виста".

Рассмотренные выше компании разрабатывают не только медицинскую информационную систему, но и другие программные комплексы для здравоохранения (42 %), которые также включают в себя системы записи к врачу через интернет (34 %) и решения для региональных проектов (18 %) [2].

На данный момент и в последующие годы, развитию рынка МИС будет служить стимулом государственная политика, помимо этого, важность в повышении качества медицинского обслуживания, оптимизации работы ЛПУ и наличия на рынке МИС, в действительности облегчающих деятельность мед. персонала, будет стоять на первом месте.

Исходя из этого, можно утверждать, что МИС, которые состоят из нескольких специализированных частей, помогают в одновременном решении диагностических, терапевтических, управленческих, финансовых и любых других задач, стоящих перед ЛПУ. Равным образом, всё это, в конечном счёте, способствует достижению искомой цели деятельности каждого лечебно-профилактического учреждения – оказание медицинских услуг на должном уровне.

ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

А. А. Федяева
Детский сад № 252 комбинированного вида,
г. Новокузнецк, Россия

Summary. A global computer network, the Internet, provides at present tremendous opportunities for technical interpersonal and mass communication. However, such a complex system occurs practically in the absence of a formal legal regulation.

Key words: Internet; communication; and the right regulation; risk; safety.

В настоящее время глобальная компьютерная сеть (всемирная информационная служба, WWW), известная под английским назва-

нием INTERNET, приобрела огромную популярность – прежде всего, благодаря тому, что, по сравнению с традиционными средствами, предоставила широчайшие технические возможности для межличностного и массового общения. Электронная почта, всевозможные форумы, организованные в сетевом пространстве, многочисленные Интернет-журналы и т. п. для многих стали важным аспектом повседневности.

Согласно исследованию «Интернет-общение без опасности», проведённому на базе нашего учреждения среди родителей воспитанников, Интернет оценивается ими преимущественно как пространство общения и развлечений, но при этом 86 % родителей осознаёт, что в Сети можно встретиться и с агрессивной, вредоносной информацией. Большая часть из них считает правильным ограничивать доступ детей к глобальной компьютерной сети. 11 % родителей указали, что часто сталкиваются в Интернете с информацией, которая раздражает их и вызывает неприятные эмоции, и от которой они бы хотели предостеречь своего ребёнка.

Здесь отметим, что Интернет представляет собой интереснейший пример того, насколько удачно и эффективно может развиваться столь сложная техническая система практически в отсутствие формального правого регулирования. Эту ситуацию можно охарактеризовать следующим образом:

Во-первых, нормы, которые можно было бы применить к отношениям по поводу Интернета, "разбросаны" по законодательным актам иных отраслей права. Среди них выделяют Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации», Федеральный закон «О связи», Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности», Федеральный закон «Об электронной цифровой подписи», Федеральный закон «О средствах массовой информации», Федеральный закон «О защите прав потребителей» и др. [1]. Специальные нормативно-правовые акты по поводу регулирования отношений, касающихся использования сети Интернет, отсутствуют.

Во-вторых, регулирование отношений между участниками Интернета не носит чёткого правового характера. Помимо регламентов и стандартов технического характера к «Интернету» применимы лишь нормы, которые относятся к обычным (традиционным), корпоративным или даже этическим отношениям [2]. Нарушение подобных правил не влечёт отказа в доступе к передаваемой информации, а может привести лишь к тому, что нарушителю будет сделано замечание в виде посылки сообщения, осуждающего его действия. Причём подобное сообщение может быть послано любым недовольным, а их число может достигнуть сотен и даже тысяч. Наконец, нарушитель может быть исключён из списка рассылки, если решение об этом примет администратор сайта. Однако это не озна-

чает, что подписчик-нарушитель не сможет вновь стать участником этого же сайта (например, под иным именем и адресом) или любого иного. Если действия нарушителя "этикета" нельзя признать компьютерным преступлением (к примеру, попыткой взлома системы защиты сервера, с которого происходит рассылка сообщений по списку), то никаких иных, кроме вышеперечисленных, мер наказания к нему применить нельзя. Очень показательными в данном случае являются слова из раздела пользовательского соглашения электронной почты Mail.Ru: «Любые материалы, полученные Пользователем с использованием Почты и иных Сервисов Mail.Ru, Пользователь может использовать на свой собственный страх и риск» [3]. Да, именно так.

По своей природе Интернет противится любым ограничениям в распространении информации. По словам В. О. Калятина, свободное движение информации – это «философия Интернета» [4]. Но для обеспечения свободного обмена информацией, свободного общения необходимо уважение и соблюдение прав лиц, использующих Интернет.

Библиографический список

1. Калятин В. О. Право в сфере Интернета. – М. : НОРМА, 2004. – 127 с.
2. Серго А. В. Интернет и право. – М. : Бестселлер, 2003. – 274 с.
3. Пользовательское соглашение с электронной почтой mail.ru. URL: http://www.mail.ru/pages/help/182.html
4. Калятин В. О. Персональные данные в Интернете // Журнал российского права. – 2002. – № 5. – С. 31–34.

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДОВ АНАЛИЗА ЗАЩИЩЁННОСТИ

Р. В. Распутин, В. И. Любченко, В. В. Вихман
Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия

Summary. This article explains what is security analysis of computer networks and what is it for. Also described are the methods of analysis of security for specific stages of building computer networks.

Key words: vulnerability; security; security analysis; methods of analysis.

На сегодняшний день актуальность необходимости защиты информации неоспорима, т. е. любая спроектированная и сданная в эксплуатацию система должна нести в себе функции защиты и предотвращения несанкционированного доступа. Очевидно, что защита информации должна носить комплексный характер, но также необходимо учитывать и возможность возникновения (или не

возникновения) угроз, специфичных для данной конкретной информационной системы. На этом этапе анализа важно не упустить существенных деталей и в тоже время не переоценить некоторые из них, ибо это может повлечь неоправданные финансовые и материальные расходы на организацию системы предотвращения возникновения подобных ситуаций.

Защищённость вычислительной сети – совокупность состояний, в которых обеспечивается безопасность её информационных активов, то есть их конфиденциальность, целостность и доступность.

Нарушение информационной безопасности компьютерных сетей может быть вызвано множеством различных причин: наличием уязвимостей в операционных системах и приложениях; неверной конфигурацией аппаратного и программного обеспечения; ошибками, допущенными при настройке контроля доступа; наличием уязвимых или легко атакуемых сервисов и вредоносного программного обеспечения и т. д.

Используя комбинации имеющихся уязвимостей и недостатки в конфигурации сети и применяемой политике безопасности, нарушители (как внешние, так и внутренние), в зависимости от своих целей, могут реализовать разнообразные стратегии нападения. Эти стратегии могут быть направлены на различные критические ресурсы сети и включать многошаговые цепочки атакующих действий. В рамках этих цепочек может осуществляться компрометация различных хостов и реализация различных угроз безопасности.

Поэтому при проектировании и эксплуатации компьютерных сетей перед проектировщиком и (или) администратором сети возникает задача проверки того, обеспечивают ли планируемые для применения или уже используемые параметры конфигурации сети, политика безопасности и механизмы защиты необходимый уровень защищённости. Кроме того, на этапе эксплуатации компьютерных сетей довольно часто происходят изменения в её конфигурации и составе используемого программного и аппаратного обеспечения, поэтому необходимо постоянно производить мониторинг сети, анализ имеющихся уязвимостей и оценку уровня защищённости. На этапе проектирования основными исходными данными для анализа защищённости выступают спецификации проектируемой сети и политики безопасности, а на этапе эксплуатации – параметры реальной сети.

На этапе *проектирования* могут использоваться различные методы анализа защищённости и определения общего уровня защищённости, например, базирующиеся на основе количественных и качественных методик анализа риска, в том числе на основе математического аппарата теории вероятностей, байесовских сетей, теории возможностей, нечётких множеств и т. п. Перспективным направлением в оценке уровня защищённости являются подходы,

основанные на построении представления возможных действий нарушителей в виде деревьев или графов атак и последующей проверки свойств этого дерева (графа) на основе использования различных методов, например, методов верификации на модели (model checking), а также вычисления на базе данного представления разнообразных метрик защищённости.

На этапе *эксплуатации* компьютерных систем используются пассивные и активные методы анализа уязвимостей. Пассивные методы реализуются на основе анализа журналов регистрации событий, настроек программного и аппаратного обеспечения и т. п. Активные методы сводятся к «тестированию сетей на проникновение», которое выполняется путём реализации различных атакующих действий. Пассивные методы не позволяют оценить возможные трассы проникновения нарушителей, а активные не всегда могут быть применены, так как приводят к нарушению работоспособности отдельных сервисов или системы в целом. Комбинирование пассивного метода (для получения соответствующих данных о текущей конфигурации и реализуемой политике безопасности), процедур построения графов атак и автоматического вывода и проверки (анализа) свойств построенного графа позволяет частично решить две указанные проблемы.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

А. А. Аникин, В. И. Любченко
Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия

Summary. The title of the article is “Security of cloud services”. The article is four pages in length. The article is written in Russian. As the title implies, the article describes provisioning security for cloud services. The article deals with threats to information security and legal protection of information.

Key words: cloud technology; security; threatening security; threat model; regulations; CSA; law.

Облачные технологии – это возможность использования вычислительных мощностей удалённо – с какого либо устройства, например, ноутбука, планшета, коммуникатора, при условии подключения к сети. Не вдаваясь в архитектуру и топологию размещения серверов, пользователь получает доступ к требуемому сервису. Данная технология в настоящее время получила широкое распространение и активно развивается. Причина использования облачного сервиса может быть различная: нехватка собственных мощностей вычислительной техники, отсутствие оборудованного

помещения для развёртывания собственного сервера и другие. Сама структура и условия предоставления сервиса предполагает использование каналов связи, находящиеся за пределами организации, вследствие чего возникает необходимость защиты передаваемых данных от клиента к серверу и обратно. А также устранение угрозы несанкционированного доступа, перехвата данных, умышленного искажения информации, и другие.

Облачные сервисы предоставляют удобную среду для работы, данные находятся в одном месте, сервис доступен из любой точки, существенно ниже стоимость получения услуги, нежели содержание собственного парка машин. Нет необходимости обновления ПО, всё делает провайдер услуг. Но кроме достоинств, также имеются и недостатки: доступность данных зависит от провайдера услуг облачного сервиса и сетевого провайдера; за сохранность данных отвечает провайдер, так как данные целиком находятся у него; качество работы сервиса зависит от пропускной способности провайдера связи. Существуют риски перехвата аутентификационных данных злоумышленниками, потери доступа к сервису из-за повреждения канала связи, утеря или кража данных на стороне провайдера услуг, невозможность использования сервиса из-за DDoS-атак.

Организацией Ponemon Institute проведено исследование, под названием Security of Cloud Computing Providers Study. В ходе исследования были опрошены 103 поставщика облачных сервисов в США и 24 в Европе касательно их взглядов и практик по обеспечению безопасности данных, доверенных им клиентами. Среди них 65 % респондентов являются поставщиками "публичных" облаков, оставшиеся - "приватных" или "смешанного типа". Наиболее популярным предложением является программное обеспечение как услуга (SaaS), затем следуют инфраструктура как услуга (IaaS) и платформа как услуга (PaaS). Ответы персонала, работающего в сфере облачных вычислений, показывают, что более половины не считают обеспечение безопасности облачных сервисов важнейшей задачей и что их продукты или сервисы в значительной степени защищают важную конфиденциальную информацию. В общем поставщики облачных услуг полагают, что клиенты обращаются к ним по большому счёту чтобы уменьшить затраты и получить "лучшее время развёртывания". Более 60 % опрошенных заявили о недостаточной уверенности в безопасности предоставляемых ими ресурсов. В действительности 91 % сообщил, что они сегодня не обеспечивают услугу security-as-a-service для облака, но около 1/3 планируют внедрить эту практику в ближайшие 2 года.

При использовании облачного сервиса необходимо обеспечение безопасности информации, например, для

организаций, работающих с персональными данными, содержащей информацию о банковских счетах, медицинские данные о болезнях и прочие данные субъектов, находящиеся на обработке в информационных системах. Это обязательно, так как оператор несёт правовую ответственность за вверенные данные, и нарушения конфиденциальности данных может принести существенные убытки владельцу этой информации. Также требует обеспечение безопасности персональных данных действующее законодательство, а именно федеральный закон № 152 «О персональных данных», федеральный закон № 149 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

На сегодняшний день лучшим экспертом в сфере облачной безопасности является CloudSecurityAlliance (CSA). Эта организация выпустила и недавно обновила руководство, включающее описание сотни нюансов и рекомендаций, которые необходимо принимать во внимание при оценке рисков в облачных вычислениях. Ещё одной организацией, деятельность которой затрагивает аспекты безопасности в облаке, выступает TrustedComputingGroup (TCG). Она является автором нескольких стандартов в этой и других сферах. При работе с клиентом, провайдер услуг облачного сервиса заключает соглашение об уровне услуг (ServiceLevelAgreement, SLA) или контракта, или другого письменного документа, где будут чётко прописаны обязательства провайдера. Перечислим основные обязательства провайдера для обеспечения защиты информации.

Сохранность хранимых данных – данные, находящиеся в хранилище, должны быть зашифрованы для предотвращения неправомерного доступа. Безвозвратное удаление данных, когда они больше не нужны.

Защита данных при передаче от клиента и внутри облака – передаваемые данные должны шифроваться и быть доступными после аутентификации. Алгоритмы и протоколы шифрования должны быть стандартизированные, например TLS (TransportLayerSecurity), AES (AdvancedEncryptionStandard), IPsec.

Аутентификация – клиент должен себя идентифицировать с помощью каких-либо средств. В худшем случае это пароли для авторизации, в лучшем – сертификаты и токены.

Изоляция пользователей – во избежание доступа одних пользователей к информации других, они должны быть разделены виртуальными сетями и/или каждый пользователь иметь собственную виртуальную машину.

Соблюдение нормативно-правовых аспектов – обеспечение защиты информации должно соответствовать регламентированным нормам в основных нормативно-правовых актах РФ, о некоторых из них говорилось выше.

Перечисленное частично совпадает со стандартом взаимодействия открытых систем, выпущенным в 1988 году ISO 7498-2 Security Architecture (*Архитектура безопасности*).

Для обеспечения безопасности необходимо создать модель угроз, относительно которой будет произведено устранение актуальных угроз информационной безопасности, используя средства защиты. Такие, как межсетевые экраны, системы предотвращения вторжений, средства шифрования трафика, антивирусы, системы аутентификации пользователя, системы сканирования уязвимостей сети и т. д. Необходимо определить взаимоотношение сторон, составить нормативные документы, определяющие взаимные обязанности круга лиц, задействованных в предоставлении сервиса, регламентировать возможности и ограничения системы защиты. Все нормативные документы должны удовлетворять законодательству РФ.

ВЛИЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СОТРУДНИКА ПОЛИЦИИ

О. Н. Горячева, Р. Т. Миннегалиев
Набережночелнинский институт Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Набережные Челны, Татарстан

Summary. The role of public opinion in the formation of an image of a police officer is considered in an article. The given sociological research contains an assessment of activity of police officers of Naberezhnye Chelny. Authors planned the perspective directions in creation of the positive image of police officers.

Key words: image, police officer, public relations.

В настоящее время значение имиджа сотрудников органов внутренних дел резко возрастает. Позитивный имидж полицейского формирует у людей психологическую установку на конструктивное взаимодействие с представителями правоохранительных органов.

Деятельность органов внутренних дел, как и любого другого органа системы государственного управления, испытывает на себе влияние множества социально-психологических факторов, среди которых общественному мнению отводится определяющее место. Специфика функционирования общественного мнения заключается в том, что оно воздействует на все стороны деятельности органов внутренних дел, повышая либо снижая её эффективность. В ходе исследования имиджа сотрудника полиции у жителей Набережных Челнов было опрошено 69 респондентов.

Опрошенные являются достаточно образованными людьми, среди них большинство имеют высшее образование 19 % и 33 % – это респонденты с незаконченным высшим образованием. В соот-

ветствии с собранными статистическими данными наиболее необходимыми личностными качествами, которыми должен обладать сотрудник полиции, по мнению населения, является: умение общаться с людьми (23 %) и порядочность (21 %). Надёжность (10 %), приветливость (9 %), неравнодушие и отзывчивость (по 8 %), справедливость и умение слушать (по 7 %) оказались средними по значимости. Терпимость отметили 3 % , и по 2 % – дипломатичность и внимательность.

Из профессиональных качеств, наиболее необходимых в работе сотрудника полиции, респонденты выделили: профессионализм (26 %), умение общаться с людьми (19 %), ответственность (14 %), исполнительность (11 %), мобильность (9 %) и дисциплинированность (7 %). К наименее значимым отнесли: коммуникабельность (4 %), точность в работе и стремление к нововведениям (по 3 %), организационный талант, высокий интеллект и эрудиция (по 2 % каждый).

Полученные данные свидетельствуют о том, что сотрудники полиции частично не соответствуют тем качествам (характеристикам, параметрам) которые были представлены в первом вопросе – так ответили 48 % граждан. 27 % респондентов считают, что сотрудники полиции не соответствуют вышеперечисленным характеристикам. И только 25 % опрошенных ответили, что сотрудники полностью соответствуют выше названным характеристикам.

Большинство респондентов связывают формирование имиджа служащего внутренних дел на основании информации полученной из: СМИ – 44% ; пиар-акции, пропаганда – 12 %; общественное мнение – 28 %, личный опыт общения был только у 16%. Имидж сотрудников полиции оценивают как положительный – 27 % респондентов; скорее положительный, чем негативный – 32 %; негативный – 18 %; скорее негативный, чем положительный – 23 % опрошенных. Исходя из предыдущего опыта взаимоотношений (как их приняли, как к ним отнеслись, как разговаривали и как помогли в решении проблемы) респонденты указали на следующие отрицательные черты в поведении сотрудников полиции: равнодушие – 6 %, грубость – 4 %, неумение общаться – 3 %, безответственность – 2 %, нетерпимость и ненадёжность – 1 %.

В ходе проведённого социологического исследования также выяснилось, что всю информацию о деятельности сотрудников полиции жители города получают через 3 основных средства массовой информации: телевидение, газеты и радиостанции. Среди газет выделяют «Челны ЛТД» (12 %), «Вечерние Челны» (8 %), радиостанции и «Брежнев ФМ» (5 %) и «Милицейская волна» (3 %) , телеканал «ТНТ-Эфир» (79 %).

С тем, что СМИ предоставляют достаточно информации о деятельности сотрудников полиции, согласились только 29 % респондентов, а 71 % считают, что предоставляемая информация СМИ не

очень объёмна. Немаловажную роль в формировании имиджа полицейского играет качество информации о его деятельности. Освещение деятельности сотрудников полиции в городских СМИ чаще носит положительный характер, иногда присутствует нейтральная информация, очень редко негативно-критическая. Местные СМИ тем самым конструируют в глазах общественности положительный образ полицейского.

Проведённое социологическое исследование свидетельствует о том, что уровень информированности граждан о деятельности муниципальных служащих крайне низок (33 % опрошенных считают свою информированность удовлетворительной, плохой – 17 %, хорошей – 16 %, очень хорошей – 11 %, очень плохой – 9 %, затрудняются ответить – 14 %).

Таким образом, учитывая недостаточную информированность населения о деятельности сотрудников полиции, вследствие чего складывается ошибочное мнение как об имидже сотрудников полиции, так и об их деятельности, необходимо наладить информационную связь.

III. ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ

М. С. Андакова, О. В. Шиковец
Уральский государственный педагогический университет, г. Алапаевск, Россия

Summary. The article focuses on the development of information technologies and their rapid penetration into the sphere of education. A new stage in the development of the education system and poses new challenges in training teachers tenure computers. Today it is not enough simply to master the computer, we need serious techniques and the use of information technology resources in the learning process, they need to be effectively and organically combined with the traditional activities of teachers.

Key words: information technology; educational process; information; computerization.

Современная ситуация в российском образовании характеризуется активным поиском средств и способов повышения его эффективности. Очевидно, что активная позиция всех субъектов образовательного процесса является необходимым условием. Как следствие – создание и освоение новшеств, ведущих к изменениям в учебной, административной, профессиональной педагогической деятельности, стиле мышления, которые с этими новшествами связаны. Информация и коммуникация приобретают при этом не только познавательный смысл, но и становятся мощной преобразующей силой в организации инновационной деятельности, связанной с широким использованием современных информационно-коммуникационных технологий и возможностей, предоставляемых глобальной сетью Интернет. В этой связи решающее значение имеют удалённый доступ к образовательным ресурсам и возможность оперативного общения всех участников образовательного процесса.

Информатизация образования определена как приоритетное направление в различных федеральных программах, направленных на решение актуальных задач информатизации, включая развитие инфраструктуры единого образовательного пространства, разработку электронных образовательных ресурсов, повышение квалификации педагогов в области применения информационных и коммуникационных технологий, их внедрение в организацию учебного процесса, практику управления образовательными учреждениями.

Таким образом, необходимо по-новому позиционировать информационные технологии в сфере образования и объективно подойти к процессу информатизации.

Данной проблеме посвящены работы Д. Ш. Матроса, И. Г. Захаровой, Б. П. Сайкова, Е. С. Полат и других учёных и педагогов-практиков. Они считают, что в обучении информационные технологии использовались всегда. Так как «любые методики или педагогические технологии описывают, как переработать и передать информацию, чтобы она была наилучшим образом усвоена учащимися» [2], то любые педагогические технологии, по их мнению, – это информационные технологии, которые оказывают влияние на все стороны жизнедеятельности образовательного учреждения: на содержание образования, на деятельность педагогических кадров, определяют систему ориентиров и точек роста этого учреждения. Это связано с тем, что образовательный процесс, представляющий собой педагогически организованное взаимодействие его участников, является информационным процессом, связанным с производством, хранением, обменом и потреблением различной информации. В силу этого обстоятельства среду, в которой он протекает, можно рассматривать в качестве информационной среды.

Однако внедрение информационных технологий в образовательное учреждение влечёт за собой формирование такой среды, особенностью которой является наличие трёх компонентов:

1) программно-аппаратная организация информационной среды;

2) учебно-методическое наполнение её информационных ресурсов;

3) организация деятельности педагогического коллектива в самой среде.

Самообразование, способность и стремление привлекать и эффективно использовать все доступные информационные условия являются важнейшим ресурсом образования для управленцев, педагогов и воспитанников образовательных учреждений. Задача управления этим процессом состоит в обеспечении доступности всех существующих информационных ресурсов, их концентрации и развитии с учётом инфраструктуры образовательной системы, потребностей субъектов образования.

Парадигма гуманистического, развивающего, личностно ориентированного образования определяет новые требования к принципам и методам психолого-педагогического сопровождения образовательного процесса. Необходим переход системы на принципы опережающего (превентивного) сопровождения, формы и способы работы не столько для образования, сколько с самим образованием: его процессами и участниками. Парадигма развивающего, личностно ориентированного образования предполагает также новые под-

ходы к организации диагностической, коррекционной и развивающей работы в системе сопровождения. Наряду с традиционной селективной психодиагностикой (диагностикой отбора), необходимо шире применять на практике методы и методики диагностики развития, что позволит от констатации наличных психологических особенностей ребёнка перейти к исследованию условий оптимального развития ребёнка в образовательных процессах, обоснованию оптимальной тактики и стратегии работы с ним, выступить в качестве «ориентатора детского развития» (А. Г. Асмолов). Актуальными становятся разработка и применение в системе сопровождения психодиагностических методов, имеющих «высокую педагогическую валидность» (Ю. Гутке, У. Вольраб). В системе сопровождения появляется особый предмет диагностики: ситуация развития ребёнка, отношения возникающие между участниками учебно-воспитательного процесса, процесс сотрудничества ребёнка с взрослыми и сверстниками. Осуществить данный переход возможно только при использовании информационных технологий. Традиционные системы анализа уровня воспитанности и достижений ориентированы на оценку, а ценностно-ориентационная, деятельностно-коммуникативная составляющие образованности отслеживаются не в системе. Один из вариантов решения данного противоречия представлен в работах А. В. Хуторского «Технология проектирования ключевых и предметных компетенций» и А. Г. Бермуса «Проблемы и перспективы реализации компетентностного подхода в образовании».

Это комплексная многофакторная система мониторинга, направленная на выявление эффективности деятельности всех субъектов образовательного процесса, которая должна найти отражение не столько в функциях и технологиях мониторинга, сколько в его элементах, т. к. использование новых информационных технологий даёт возможность и воспитанникам, и педагогам право выбора информационных ресурсов, контроля, методов и форм работы, индивидуальной образовательной траектории.

Кроме того, данное программное обеспечение не только помогает принять вовремя управленческие решения, но и строить систему педагогического прогнозирования, что является специально организованным комплексом «научных исследований, направленных на получение достоверной опережающей информации о развитии соответствующих педагогических объектов с целью оптимизации содержания, методов, средств и организационных форм учебно-воспитательной деятельности» [4].

Основным этапом информатизации образовательного учреждения является формирование и развитие медиатеки, располагающей средствами новых информационных технологий и предоставляющей свободный доступ воспитанникам и педагогам к любому виду информации для их самостоятельной работы и учебной деятельности.

Книга давно уже перестала быть единственным источником знаний. Видео- и аудиоматериалы, компьютерные сети и программы разрушили её информационную монополию и всё активнее внедряются во все сферы человеческой деятельности. Научиться пользоваться информационными ресурсами для решения поставленной проблемы (электронными учебниками, энциклопедиями и справочниками на CD, компьютерными тестами, телекоммуникационными сетями, в т. ч. Интернетом) – это не столько веяние времени, сколько насущная необходимость любого участника образовательного процесса.

Использование информационных технологий в педагогической практике расширяет возможности маркетингового управления (новых управленческих технологий) для эффективного внедрения образовательных ресурсов, в частности для повышения качества педагогического сопровождения.

Профессиональная деятельность педагога за последние несколько лет претерпела значительные изменения. Многие проблемы современного образования, а именно повышение профессионального уровня педагога, освоение новых образовательных технологий, переход от принципа «образование на всю жизнь» к принципу «образование через всю жизнь», сегодня оказываются напрямую связанными с информационными и коммуникационными технологиями. Однако это вовсе не означает, что наличие в образовательных учреждениях современных средств ИКТ автоматически влечёт за собой рост профессионального мастерства педагогов и качества образования. Вовлечение педагогов в процесс информатизации образовательного учреждения идёт не такими быстрыми темпами, как растёт уровень требований к профессиональной компетентности и квалификации педагогического коллектива. Чтобы процесс информатизации проходил успешно, формирование единого информационно-образовательного пространства решало задачи педагогического коллектива, надо понимать:

1. Всё определяется личностью педагога и его мотивами, а не только видом и количеством техники.

2. Необходимо создание в учреждении особых условий, чтобы педагог захотел и смог применить (или получить) компьютерные знания для своей педагогической деятельности.

Обновление образования сегодня требует от педагогов уверенного владения современными педагогическими концепциями и технологиями, развитых дидактических умений, технологической культуры, рефлексивных и прогностических способностей, а не просто теоретической и методической подготовки. Лишь педагоги, достигшие определённого уровня профессионального развития, могут осознанно и активно включиться в новационный поиск или в процесс освоения и введения новшеств в практику, что может стать дей-

ственным фактором обновления практики образования. Поэтому необходимы оптимизация методической деятельности, формирование мотивационной, содержательной и технологической готовности педагога к инновационной деятельности.

Информатизация – это достаточно длительный процесс изменений, в ходе которого ОУ последовательно решает задачи своего развития, используя для этого средства ИКТ.

Компьютеризация – это необходимое условие информатизации, где «компьютер является инструментом, применение которого должно привести к кардинальным изменениям в области переработки информации...» [1].

Таким образом, компьютеризация – это внешний фактор развития процессов информатизации в образовательном учреждении. Он зависит от бюджетного финансирования, а значит, оснащения учебного заведения необходимым компьютерным, периферийным и проекционным оборудованием. «Когда в школе введено систематическое обновление средств ИКТ (подобно обновлению школьной мебели и учебного оборудования или покраске полов), процесс компьютеризации можно считать завершённым» [3].

Одной из составляющих ЕИОС (единой информационной образовательной среды) образовательных учреждений являются технические средства мультимедиа. Компьютерная и проекционная техника широко используется при проведении различных публичных мероприятий.

Недостаток материально-технической базы не позволяет разнообразить формы внедрения НИТ в образовательную практику: организовать школьный радиоузел, внутришкольную телевизионную сеть, реализовать проектно-исследовательскую деятельность, а также заложить основы перспективного дистанционного обучения.

Создание локальной сети образовательного учреждения, наполнение и развитие сайта, появление новых видов педагогической деятельности требуют внесения существенных изменений в штатное расписание, которое отстаёт от потребностей сегодняшнего дня. Технические специалисты, специалисты по мультимедиа, руководители радио- и телестудии, редакторы радиопередач или школьной газеты, координаторы проектной и сетевой работы являются непосредственными создателями единой информационной образовательной среды, теми людьми, которые в тесном взаимодействии развивают и поддерживают эту среду.

Например, создание газеты, телевизионных программ, радиопередач, работа видеоклубов, создание Web-страниц приобщают воспитанников и педагогов к мультимедиакультуре, формируют коммуникативные умения и навыки, открывают возможности для творческого самовыражения. Для выполнения этой большой и

сложной работы в детском доме должен работать мультимедиаспециалист.

Системный администратор поддерживает работу локальной сети образовательного учреждения и интернет-сервера. Он осуществляет контроль над оптимальным использованием локальной сети, обеспечивает хранение сетевого программного обеспечения и ресурсов Интернет; обеспечивает контроль за надёжностью работы сетевых ресурсов и сети Интернет, их антивирусную защиту и своевременное восстановление, обеспечивает распределение прав доступа, установку и настройку новых сетевых ресурсов, своевременно информирует обо всех случаях несанкционированного доступа, поломки и утраты программного обеспечения.

Развитие сетевых образовательных проектов, объединяющих многие образовательные учреждения страны, ставит вопрос о специалисте, который координировал бы эту работу, – координаторе сетевой работы.

Современная ситуация в российском образовании характеризуется активным поиском средств и способов повышения его эффективности. Как следствие – создание и освоение новшеств, ведущих к изменениям в учебной, административной, профессиональной педагогической деятельности, стиле мышления, которые с этими новшествами связаны. Информация и коммуникация приобретают при этом не только познавательный смысл, но и становятся мощной преобразующей силой в организации инновационной деятельности, связанной с широким использованием современных информационно-коммуникационных технологий и возможностей.

Образовательный процесс, представляющий собой педагогически организованное взаимодействие его участников, является информационным процессом, связанным с производством, хранением, обменом и потреблением различной информации. В силу этого обстоятельства среду, в которой он протекает, можно рассматривать в качестве информационной среды. Внедрение информационных технологий в образовательное учреждение влечёт за собой формирование такой среды. Таким образом, создание и внедрение системы многоуровневого мониторинга, обеспечивающего педагогов детского дома качественной информацией, необходимой для выбора педагогических технологий, адекватных целям воспитания и индивидуальным особенностям личности каждого воспитанника, приводит к образованию единого информационного пространства взаимодействия всех субъектов образовательного процесса.

Библиографический список

1. Бухаркина М. Ю. Формирование школьного информационного пространства на основе современных ИТ единой информационной образовательной среды. – «Кирилл и Мефодий».

2. Информатизация общего среднего образования : науч.-метод. пособие / под ред. Д. Ш. Матроса. – М. : Педагогическое общество России, 2004. – 384 с.
3. Информационное пространство школы // Специальное приложение к журналу «Лицейское и гимназическое образование». – М., 2001.
4. Сайков Б. П. Организация информационного пространства образовательного учреждения : практическое руководство. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. – 406 с.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ

И. Е. Мельникова, Н. В. Анциферова
Ачинский техникум нефти и газа, г. Ачинск Россия

Summary. This publication contains the description of use of a digital resource for production of printed-circuit boards in educational institutions of professional education

Key words: programs Sprint-Layout; information technologies; printed-circuit boards.

В связи с техническим прогрессом и совершенствованием производства требуются высококвалифицированные специалисты с расширенным производственным профилем, профессиональной компетентностью, коммуникативностью, понимающие экономические аспекты, проявляющие инициативность, новаторство, владеющие компьютерными программами. Поэтому будущему рабочему необходимо в процессе обучения привить навыки использования информационных технологий в своей работе. Большая роль в реализации поставленных целей принадлежит предметам технологии, профессионально-технического цикла.

Государственное общеобразовательное учреждение «Ачинский техникум нефти и газа» готовит рабочих производственного профиля и включает в учебный процесс работу со специализированным программным обеспечением. К такому программному обеспечению относится программа Sprint-Layout.

В целях повышения уровня профессиональной подготовки будущих рабочих следует в ходе теоретического и производственного обучения большое внимание уделять изучению информационных технологий в своей работе. Данные вопросы должны найти своё место в содержании образовательных программ.

Программа Sprint-Layout предназначена для:

1. Создания чертежа для печатной платы;
2. Создания монтажных схем;
3. Создания всевозможных схем для различных печатных плат.

Sprint-Layout представляет собой новую программу по изготовлению чертежей для печатных плат.

Главной задачей Sprint-Layout является создание монтажа схем, с различными полупроводниковыми элементами включает в себя весь комплекс задач: от планирования до изготовления. Основная цель данной методической разработки – познакомить учащихся с возможностями программы Sprint-Layout, научить их профессионально выполнять чертежи, монтажные схемы, грамотно подбирать нужные элементы. Полученные навыки работы в программе учащиеся должны использовать на уроках производственного обучения и при дальнейшей работе непосредственно на рабочих местах предприятий. Для реализации индивидуального подхода в обучении, главным условием является изучение программы. Каждому учащемуся выдаются инструкционные карты. Учащийся имеет возможность во время объяснения преподавателя опираться на текст инструкционной карты.

Активность учащихся во время усвоения нового материала, повышается т. к. стимулирующим инструментарием является мультимедийная презентация, позволяющая продемонстрировать и реализовать принцип наглядности.

Методическая разработка подготовлена мною для реализации ИКТ.

Методическая разработка по курсу Sprint-Layout содержит:

1. Инструкционную карту.
2. Презентацию по шаговому изучению работы с программой.
3. Учебный фильм.

Инструкционная карта включает теоретический и практический материал по изучению программы Sprint-Layout. Теоретический материал раскрывает основные понятия и возможности программы Sprint-Layout. Практический материал включает в себя задания:

I. Задания для совместной работы преподавателя и учащихся;
II. Задания для самостоятельной работы учащихся с целью закрепления изученного материала.

Методическая разработка входит в состав производственного обучения по теме: «Полупроводниковые приборы» изучается учащимися 2 курса профессионального начального образования по профессиям «Слесарь по контрольно-измерительным приборам и автоматике», и учащимися 2 курса среднего профессионального образования по профессиям «Автоматизация технологических процессов и производств». На изучение программы Sprint-Layout отводится 12 часов.

Данной методической разработкой могут воспользоваться преподаватели учебных заведений, которые активно внедряют информационные технологии в профессиональную деятельность уча-

щихся, а также привлекают школьников элективными курсами по данной программе.

Современные промышленные предприятия оснащены автоматизированными системами управления, к рабочему предъявляются новые требования, он должен быть ИКТ компетентен. Поэтому будущему рабочему уже в процессе обучения необходимо привить навыки использования информационных технологий в своей работе.

Использование программы Sprint-Layout в образовательном процессе способствует формированию ИКТ- компетентности будущих рабочих. Повышает уровень преподавания физики, электротехники, технологических дисциплин с учётом современных требований к учебному процессу. Полученные навыки позволят будущим специалистам легче адаптироваться на высокотехнологичном производстве, оборудованным АРМ. У ИКТ- компетентных выпускников расширятся возможности трудоустройства по профессии.

Данное учебно-методическое пособие позволит создать формы и приёмы организации учебного процесса. Повысит интерес и мотивацию учащихся, а также реализует воспитательные функции:

- формирование культуры создания и чтения схем;
- воспитание чувства ответственности.

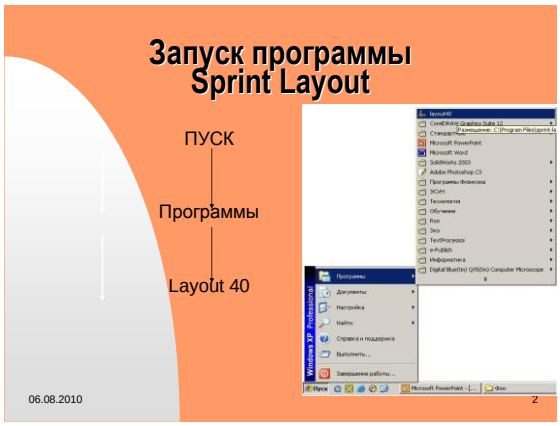
В дальнейшем, планируется включить в учебный процесс задания более сложного характера, разработанные совместно с педагогами других учебных заведений.

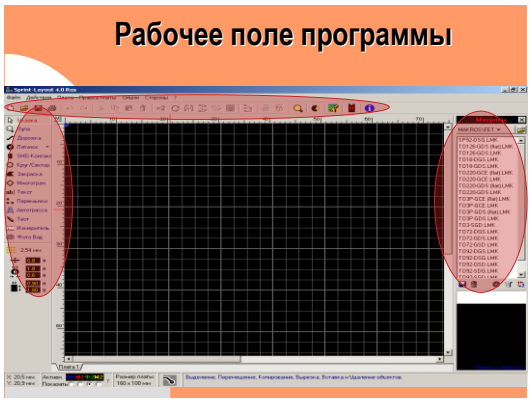
ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА № 1

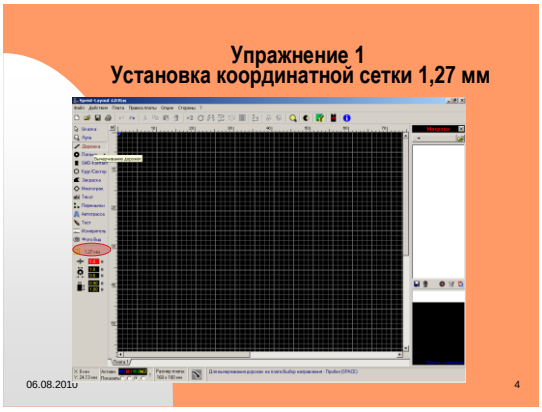
№ п/п	Содержание Упражнений по изготовлению чертежа для печатной платы
1	Запуск программы «Sprint – Layout»
2	Упражнение № 1 – Установка координатной сетки. Курсором наводим на значок координатной сетки и устанавливаем размер сетки – 1,27
3	Упражнение № 2 – Установка размера платы. Наводим курсор на вкладку РАЗМЕР ПЛАТЫ, нажимаем левой кнопкой мышки, появляется диалоговое окно, затем устанавливаем размер платы: ширина 70 мм, высота 50 мм, нажимаем ОК
4	Упражнение № 3 – Чертёж дорожки. Курсором выбираем в панели инструментов дорожку и устанавливаем размер шириной 1,0 мм. (по умолчанию установлено 0,8 мм). Выполняем 3 дорожки длиной 30 мм. Дорожки расположить горизонтально по образцу на экране. Курсором наводим на место начала дорожки, нажимаем на левую кнопку мышки и ведём на место оконча-

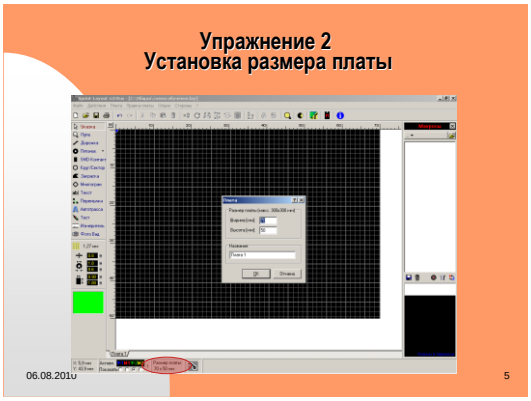
	ния дорожки. Нажимаем на левую кнопку и далее нажимаем на правую кнопку
5	Упражнение № 4 – Установка контактов (пятачок). Курсором выбираем в панели инструментов пятачок и устанавливаем размер контактов: наружный диаметр – 2,0 мм., внутренний диаметр – 0,8 мм. Выполняем 8 контактов (пятачков)
6	Упражнение № 5 – Установка элементов. Курсором в библиотеке макросов выбираем элементы: диод Д 226, резистор МЛТ – 0,5 Вт. Курсором, удерживая левую кнопку мыши, переносим на рабочее поле данные элементы из библиотеки макросов в любое свободное место
7	Упражнение № 6 – Текст (подписать элементы латинскими буквами). Курсором выбираем в панели инструментов – инструмент – ТЕКСТ – открывается диалоговое окно, настройки ТЕКСТ, устанавливаем параметры: **шрифт – толщина – норма интервал – узкий**, **высота – 3 мм**. В поле **текст,** вводим надпись латинскими буквами R1 (резистор), нажимаем ОК и устанавливаем над элементом. После установки надписи автоматически открывается диалоговое окно. В поле **текст** вводим наименование следующего элемента VD1 (диод). ОК. Так как все элементы подписаны – диалоговое окно закрываем кнопкой Отмена
8	Упражнение № 7 – Сохранение документа. Файл – сохранить как – сохранить в папке **Мои документы** под именем «Печатная плата 1»
9	Упражнение № 8 – Печать полученного чертежа. Курсором выбираем команду Файл – печать, снимаем галочки со сторон Ф1 и М2, выбираем вкладку **кол-во**, в диалоговом окне « Кол-во страниц» устанавливаем X – 2; Y – 3 выбираем команду **печать**

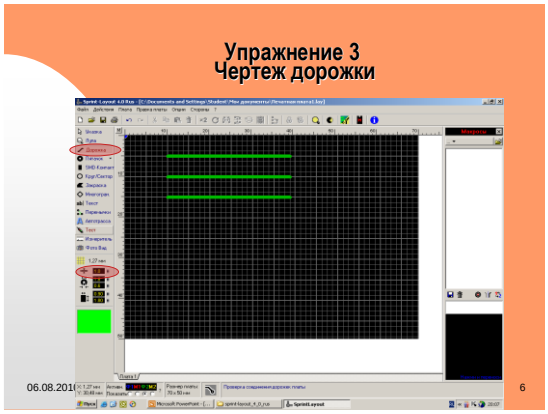
Презентация к программе

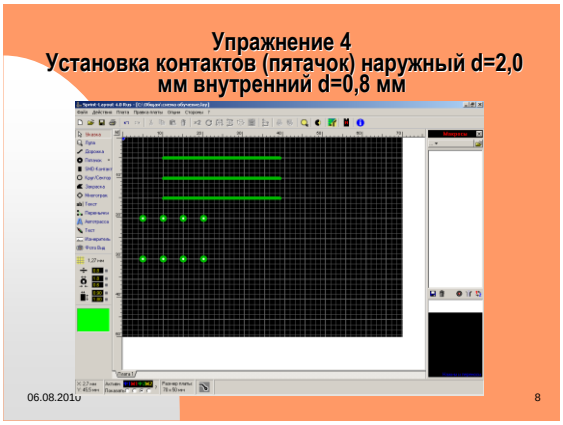


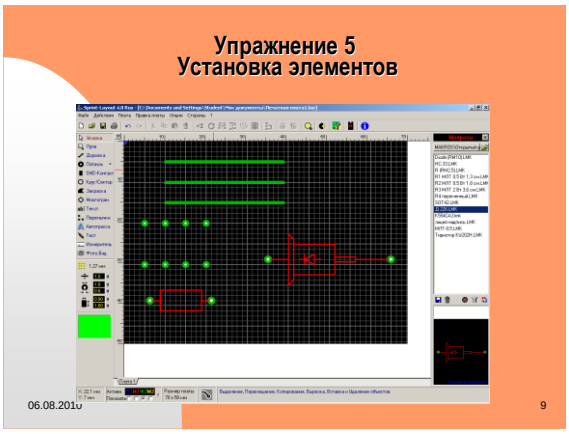


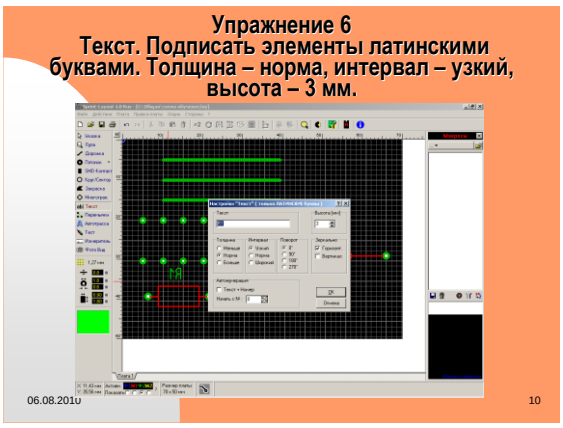


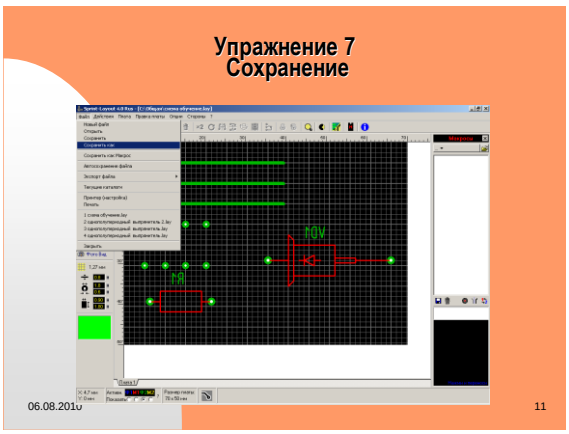


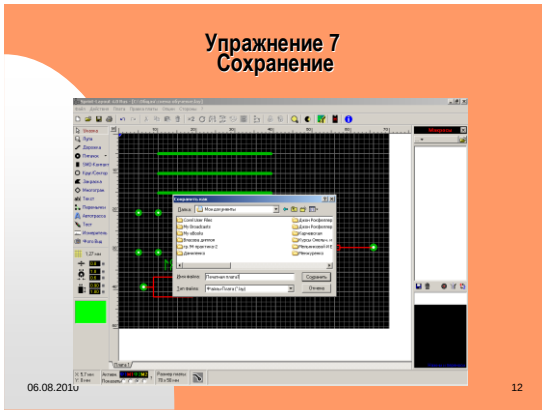


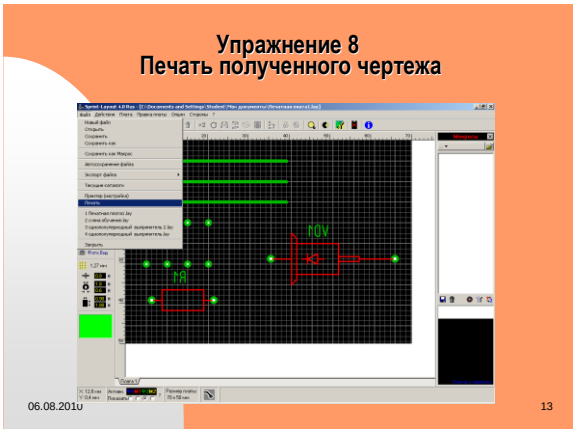


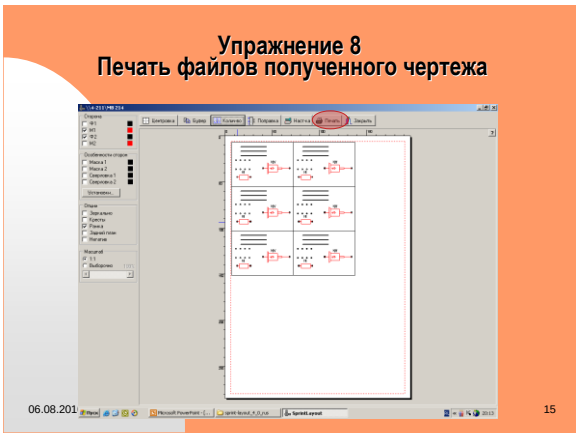


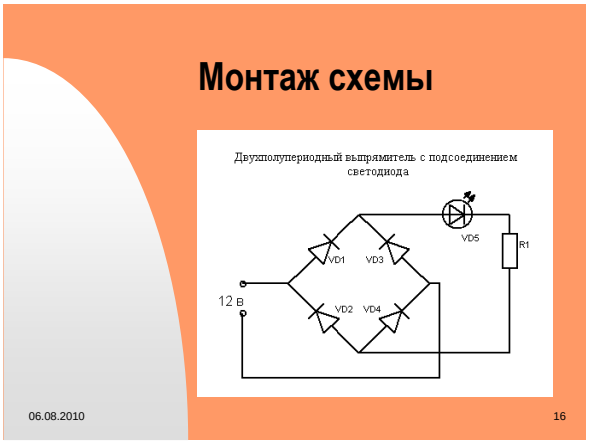












Библиографический список

1. Ползик П. В., Молчанов Л. Г., Вороницын В. К. Автоматика и автоматизация производственных процессов предприятий. – М. : Химическая промышленность, 1987.
2. Леонов Л. В., Молчанов Л. К. Основы автоматизации производства. – М. : Лесная промышленность, 1982.
3. Петровский В. С., Харитонов В. В. Автоматизация производственных процессов нефтеперерабатывающих промышленных предприятий. – М. : Перерабатывающая промышленность, 1990.
4. Маковский Н. В. Основы автоматизации производства. – М. : Нефтехимическая промышленность, 1972.

АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНИКОВ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

А. И. Триппель
Костанайский индустриально-педагогический колледж, г. Костанай, Казахстан

Summary. This article looks at concepts such as e-learning, electronic books, the stages of development of e-books, the advantages of their use in the process of learning.

Key words: e-learning; electronic book; Kazakhstan.

Электронное обучение (e-learning) на сегодняшний день является одной из прогрессивных форм обучения, которая динамично внедряется в системы образования многих стран мира.

В Казахстане электронное обучение признано ключевым направлением инновационного развития системы образования. С 2011 года в рамках государственной программы развития образования, утверждённой Указом Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаевым, началась реализация масштабного проекта e-learning, который уже дал положительные результаты. По словам вице-министра образования и науки РК С. Шаяхметова, в школах, где внедряется e-learning, успеваемость учеников повышается на 15 % (из интервью С. Шаяхметова. г. Астана, 19.03.2013 г.).

E-learning – это система электронного обучения посредством информационно-коммуникационных технологий.

Одним из механизмов реализации системы E-learning является разработка и использование электронных учебников [2].

Электронный учебник (ЭУ) – это компьютерное педагогическое программное средство, выполняющее функции обучения, самообучения, демонстрации нового материала, тренировки в применении изученного материала, контроля и самоконтроля, систематизации усвоенных знаний

Электронный учебник является удобным инструментом для самостоятельного обучения, а также современным ресурсом мультимедийных образовательных материалов для студентов.

По определению Л. Х. Зайнутдиновой: «Электронный учебник – это обучающая программа комплексного назначения, обеспечивающая непрерывность и полноту дидактического процесса обучения, предоставляющая теоретический материал, обеспечивающая тренировочную учебную деятельность и контроль уровня знаний, а также информационно-поисковую функцию, математическое и имитационное моделирование с компьютерной визуализацией и сервисные функции при условии интерактивной обратной связи» [1].

Разработка электронных учебников состоит из нескольких этапов. Первый этап – это подбор материала, тщательный его анализ, а также систематизация. Этот этап является очень трудоёмким, занимает значительное время и выполняется преподавателем (или группой преподавателей), ведущим дисциплину. В качестве материала выступает не только текстовая информация, но и демонстрационный материал (картинки, схемы, графики, презентации), аудио- и видео- информация, флэш-ролики, анимации, тестовые задания, контрольные вопросы по каждой теме, практические задания и многое другое.

Следующим этапом является выбор форм представления и средств реализации ЭУ. Форма представления ЭУ – это то, как будет выглядеть будущий учебник и какие функции выполнять. Электронный учебник может быть выполнен в форме энциклопедии (содержит только справочную информацию), в форме тестника или задачника (содержит краткую теоретическую информацию по теме и контрольно-измерительные средства), в форме автоматизированной системы обучения (содержит не только полную развёрнутую теоретическую информацию, но и тестовые задания по каждой теме, итоговый контрольный тест, практические задания, позволяет преподавателю автоматически контролировать процесс обучения и т. д.), в форме интерактивной обучающей системы (содержит лекционный материал, интерактивные лабораторные и практические задания, контрольно-измерительные средства в режиме онлайн, предоставляет возможность проведения интерактивного эксперимента и т. д.). В качестве средств реализации ЭУ выступают всевозможные программные средства, с помощью которых можно представить материал в удобной для обучаемого форме, а также разработать оболочку самого электронного учебника. Например, для подготовки изображений, схем, графиков могут быть использованы редакторы растровых и векторных изображений – Adobe Photoshop, CorelDRAW и другие; для подготовки презентаций – Microsoft Office PowerPoint и др.; для подготовки видеороликов подойдут как простейшие редакторы, такие как Windows Movie Maker, так и мощные инструменты создания видеофильмов – Adobe After Effects; анимации и флэш-ролики удобней всего создавать в Macromedia Flash (или Adobe Flash); оболочку электронного учебника можно разработать либо с помощью визуальных языков программирования – Delphi, Visual Basic, Visual C++ и многих других, либо с помощью универсальных конструкторов ЭУ – например, Constructor Electronic books. На этом же этапе продумывается дизайн электронного учебника, разрабатывается его структура, взаимосвязь входящих в состав модулей. Исполнителями этого этапа являются преподаватель и программист (разработчик).

После того, как будут определены формы представления и средства реализации ЭУ программист приступает к непосредственной разработке учебника. На этом этапе преподаватель выступает в роли заказчика программного средства и вносит предложения и коррективы в процесс разработки. Эта стадия считается завершающей стадией разработки электронных учебников. Готовый электронный учебник должен пройти апробацию (обычно не менее года), лицензирование и выпуск для массового использования.

Использование электронных учебников в процессе обучения позволяет оптимизировать образовательный процесс и повысить качество подготовки специалистов. Применение ЭУ на занятиях способствует активизации познавательной деятельности обучаемых (за счёт компьютерной визуализации учебной информации, интерактивности заданий), индивидуализации процесса обучения (каждый обучающийся индивидуально работает с ЭУ), дифференциации процесса обучения (каждый обучающийся может сам выбрать уровень сложности изучения материала и выполнения заданий), оперативной диагностике ошибок (преподаватель, как и обучаемый, может на любом этапе просмотреть результаты выполнения заданий, а также ознакомиться с соответствующими комментариями компьютерного обучающего средства), объективной оценке учебной деятельности обучаемого (исключается человеческий фактор при контроле знаний, умений и навыков), развитию самостоятельности и самоконтроля (обучаемый сам изучает новый материал, сам контролирует процесс обучения), повышению эффективности и качества процесса обучения (за счёт использования различных функций ЭУ).

Несмотря на все преимущества, которые вносит в учебный процесс использование электронных учебников, следует учитывать, что ЭУ являются только вспомогательным инструментом, они дополняют, а не заменяют преподавателя.

Библиографический список

1. Зайнутдинова Л. Х. Создание и применение электронных учебников (на примере общетехнических дисциплин) : монография. – Астрахань : Изд-во «ЦНТЭП», 1999. – 364 с
2. Концепция системы электронного обучения на 2010–2015 годы.

ОПЫТ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КАК ОСНОВА БЛАГОПРИЯТНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ РЕБЁНКА К ДОШКОЛЬНОМУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМУ УЧРЕЖДЕНИЮ

А. Н. Евдокимов
Георгиевский технологический институт,
филиал Северо-Кавказского федерального университета,
г. Георгиевск, Ставропольский край, Россия

Summary. The article is devoted to the role of interpersonal interaction in the system “a parent – a child”, “a child – a teacher”, “a child – a child” for favorable social adaptation of the child to the condition of vital activity in the preschool institution.
Key words: communication; interpersonal interaction; social adaptation.

Без общения невозможно формирование полноценно здоровой личности. Недостаток общения ведёт к депривации, к различным видам задержки умственного и психического развития и в конечном итоге к социальной дезадаптации личности.

Каждый ребёнок несёт в себе свой опыт общения. Всё, что он хочет и умеет, возникло в общении с взрослыми, а позже и со своими сверстниками. Всё, чем ребёнок овладел вначале жизненного пути, обязательно проходит стадию совместной, коммуникативной деятельности в рамках межличностной коммуникации, и только после этого может быть освоено им индивидуально.

Исследователи М. И. Лисина, Г. А. Урунтаева, Э. Фромм отмечают, что общение детей основано на их личностных, конкретных отношениях, симпатии друг к другу и взрослым. Опыт общения в совместной коммуникативной деятельности, приобретённый, в первую очередь, в семье – это активность ребёнка, его потенциал, на фундаменте которого строится всё здание дальнейшего личностного развития ребёнка.

Личностное развитие ребёнка, по мнению А. А. Бодалева, коренным образом взаимосвязано с личностью взрослого (родителя, воспитателя). Взрослый не должен ограничивать своё общение с детьми только указаниями. Он должен способствовать накоплению опыта межличностного и межгруппового взаимодействия, ориентироваться на личность ребёнка в общении. Для такого общения взрослый использует подходящие моменты повседневной жизни: шутит, делится своими проблемами, доступными их пониманию, играет с ребёнком, учит его выполнять как главные, так и второстепенные роли, что способствует формированию игровых умений и навыков.

Главной и основной причиной затруднений при адаптации детей в детском саду является отсутствие у ребёнка опыта межличностного и межгруппового взаимодействия.

Научить ребёнка вступать в общение с взрослыми и детьми – одна из основных задач родителей при подготовке малыша к поступлению в дошкольное учреждение. На это должна быть направлена работа детского сада с семьёй.

Установление контакта воспитателя с ребёнком «новичком» – это одна из самых трудных задач в работе воспитателя. И здесь ему не поможет даже самая идеальная программа, если он не сумеет перейти от учебно-дисциплинарной модели воспитания к личностно-ориентированной, т. е., не перестанет относиться к ребёнку как к низшему рангом, более простому, нежели он – взрослый. Суть в том, что педагог должен воспринимать ребёнка, как равного себе, но со своими желаниями, проблемами, интересами. Он не ограничивает общение с детьми только дисциплинарными указаниями, связанными с выполнением учебных задач или режимных моментов.

Воспитатель настолько значим для дошкольника, что у него сразу же возникает желание приобщаться к его делу, если последний не отталкивает его от себя и если ребёнку уже не внушили установку, что воспитатель «занят своими делами».

Именно в этом направлении – организация свободного общения с детьми в процессе межличностного взаимодействия – для воспитателя возникает возможность наиболее полно использовать свой творческий потенциал. Процесс адаптации ребёнка успешно идёт там, где основу составляет определённый «фундамент коммуникативной деятельности», заложенный в его жизни до поступления в детский сад. И только знание этого «фундамента» позволит психологу, педагогу осуществить индивидуальный подход к ребёнку на основе личностно-ориентированного общения.

Психолог совместно с воспитателями должен составить на основе получения информации от родителей социально-психологический анамнез жизни ребёнка в семье, уделив особое внимание информации о проявлении как положительных, так и отрицательных эмоций в различных ситуациях межличностного взаимодействия с взрослыми членами семьи, братьями, сёстрами, сверстниками и др. моментов.

Таким образом, мы можем сказать, что накопленный опыт межличностного взаимодействия ребёнка перед поступлением в дошкольное образовательное учреждение, способствует достижению единства здоровья и психологического благополучия, социальная адаптация ребёнка к дошкольному учреждению проходит менее болезненно или безболезненно. Ребёнок быстро вливается в детский коллектив, весел и здоров.

Библиографический список

1. Бодалев А. А. Личность и общение. – М. : Просвещение, 1994. – 263 с.
2. Добрович А. Б. Воспитателю о психологии и психогигиене общения. – М. : Просвещение, 1987. – 230 с.

МЕДИАСКАЗКА КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

И. Ю. Верчёнова, О. Н. Синёва
Детский сад комбинированного вида № 1 «Семицветик», г. Тамбов, Россия

Summary. In the information society information and communication technologies have become an essential part of the educational process in preschool education.
Key words: information; technology; development; child; fairy tale.

Информационно-коммуникационные технологии считаются способом передачи знаний, который соответствует качественно новому содержанию обучения и развития ребёнка. Введение информационных объектов и технологий в образовательный процесс дошкольного образовательного учреждения может дать необходимый социальный и эффект [2, с. 1].

Актуальной педагогической проблемой в настоящее время является социализация личности дошкольника. Правильно организованный воспитательно-образовательный процесс создаёт реальные психолого-педагогические условия для формирования условий социальной адаптации: развития коммуникативных способностей, социальных умений и навыков поведения, устойчивых позитивных межличностных отношений и нравственных качеств личности ребёнка, которые в полной мере определяют его внутренний мир [1, с. 3–4].

Использование культурных традиций русской народной сказки в педагогической деятельности способствует развитию свободного детско-взрослого общения, развитию литературной речи, художественного восприятия и эстетического вкуса, развитию эмоциональной сферы и нравственно-эстетических чувств и представлений.

Медиасказка – это совершенно новая и, несомненно, очень увлекательная форма совместной деятельности ребёнка и взрослого. Как вид цифрового образовательного ресурса медиасказка способствует повышению наглядности, зрелищности, формированию новых видов деятельности, реализации компететностного подхода, индивидуализации в процессе коллективной творческой деятельности.

Технология создания медиасказки предполагает несколько этапов: дети, предварительно договариваются, кто какой фрагмент сказки изображает, взрослые (педагог или родители) сканируют все

изображения, составляя из них или комбинируя с готовыми изображениями сказку, используя при этом возможности Microsoft PowerPoint. Затем дети озвучивают сказку. Взрослые соединяют сказочные рисунки со звуковым и музыкальным сопровождением. Демонстрация медиасказки проходит на совместном мероприятии. Дети в восторге осознают собственный вклад в общее дело, узнают свой рисунок или свой голос. Родители ощущают эмоциональное единение со своими малышами.

Таким образом, сочетание результатов продуктивной детской деятельности с уникальными возможностями современных информационно-коммуникационных технологий, воплощённое в форме медиасказки и реализованное в совместной детско-взрослой деятельности, способствует социализации личности ребёнка.

Библиографический список

1. Блинова Л. Ф. Социально-личностное развитие детей старшего дошкольного возраста. – Казань., 2007.
2. Денякина Л. М. Информационно-коммуникационные технологии и интерактивное оборудование в обучении дошкольников. URL: http://sdo-journal.ru/sdo/info/13432.html

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «АНГЛИЙСКИЙ АЛФАВИТ ДЛЯ ДЕТЕЙ»

Н. Э. Щербак, Ю. А. Омельченко
Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, г. Томск, Россия

Summary. This article observes android application "English alphabet for children" as electronic source for studying English ABC. Application contains voiced letters and pictures of animals. It is a mobile and available everywhere for android devices. All advantages and disadvantages of this way of studying considered here.

Key words: development of mobile application "English alphabet for children"; promotion; evaluation and results; android application; development; ABC.

Создание мобильного приложения "Английский алфавит для детей" стало своеобразным экспериментом, как дети воспримут изучение алфавита не стандартным методом по книжке, а в новом формате в виде программы для мобильных устройств, таких как планшет, смартфон.

В век высоких технологий электронные экземпляры книг постепенно вытесняют традиционные печатные издания, а возможно, в скором времени и вовсе заменят их. В отличие от своих предшественников они абсолютно не занимают места в шкафу, размещаются в памяти устройства всего на нескольких мегабайтах, а с совер-

шенствованием новейших мониторов читать их стало возможно без излишнего напряжения глаз. Теперь всё достояние мировых литераторов и издателей может с лёгкостью уместиться у вас в кармане.

Значение английского языка в современном мире велико, и знание его является необходимостью. Английский язык изучается во всех странах, его использует более 1 млрд человек, из которых около 600 млн выбирают его в качестве иностранного. Выезжая за пределы своей страны невозможно знать все мировые языки стран, которые хотелось бы посетить. Но зная лишь английский, можно без проблем путешествовать по всему земному шару.

Направлением процесса глобальной информатизации общества является перевод всех социально значимых информационных ресурсов на электронные носители. В результате этого существенно повышается доступность информационных ресурсов для широкого социального использования. Это является необходимым условием дальнейшего научно-технического и культурного развития общества.

Разработанное нами приложение и выполняет все вышесказанные задачи. Оно позволяет начать изучение английского с ранних лет, является доступным для скачивания на мобильное устройство отовсюду, где есть интернет.

Для начала было проведено исследование рынка мобильных приложений и выделена область, нуждающаяся в информатизации, а именно средства обучения и развития детей. Было решено создать мобильное приложение "Английская азбука для детей". Основным инструментом при разработке стала среда разработки Eclipse. Данная среда обладает богатым набором функциональных средств, а также является наиболее оптимальной для разработки мобильных приложений.

В основу проекта было положено 5 окон: окно приветствия, окно главного меню, окно выбора буквы, окно буквы, окно о программе. Данный интерфейс программы является интуитивно понятным и позволяет легко ориентироваться в ней, что является ключевым для данной аудитории пользователей. Чтобы не уступать печатной азбуке, приложение должно содержать изображение букв алфавита, картинки животных к ним, слова, дополняться озвучиванием букв алфавита и названий животных. Что и было реализовано в данном проекте.

Рис.1

Рис.2

Рис.3

На главном окне буквы изображены буква алфавита, животное, чьё название начинается с данной буквы, само название. При нажатии на левую половину экрана устройства приложение воспроизводит название буквы, на правую – воспроизводит название животного. Перемещение между буквами осуществляется за счёт листания по экрану либо в окне выбора буквы.

В результате разработки было выпущено приложение "Английская азбука для детей". Для того чтобы оно стало доступным широкому кругу людей, было принято решение разместить его на информационном ресурсе Google play. Он является одним из наиболее популярных в сети Интернет. На нём располагается около 800 тысяч приложений.

С момента выпуска приложения прошло 4 месяца, и оно нашло своих пользователей. Об успешности данного продукта говорит статистика. Как видно из графика на рисунке 4, количество установок достигло 5879. А также имеет положительные оценки пользователей.

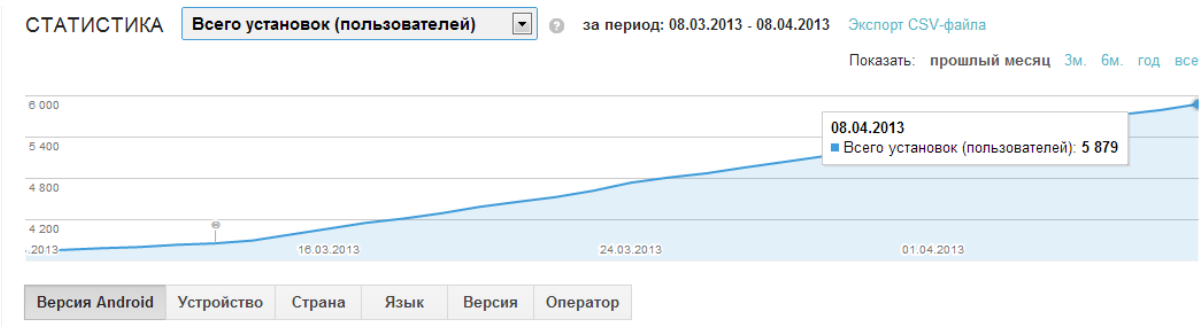


Рис. 4

Создание азбуки как мобильного приложения не является полной заменой азбук в печатной форме или всевозможных игровых образовательных средств (пазл и другие), ведь детям необходимы тактильные ощущения, развивающие моторику. Поэтому данное приложение выступает как мобильное дополнительное образовательное средство, удобное для использования в любом месте, так как не занимает пространства и всегда находится под рукой.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИКТ-ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДУКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С РОДИТЕЛЯМИ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА, ИМЕЮЩИХ НАРУШЕНИЯ РЕЧИ

Р. В. Акимова, С. В. Антонова
Детский сад комбинированного вида «Росиночка»,
Детский сад комбинированного вида № 60 «Заинька»,
г. Тамбов, Россия

Summary. Teaching practice shows that the conscious inclusion of parents in the joint with a speech therapist corrective process significantly more efficient [1, c. 174].
Key words: child; family; communication; speech; technology.

Продуктивное взаимодействие с родителями детей дошкольного возраста, имеющих речевые нарушения, в контексте организации целенаправленной коррекционно-развивающей работы, предполагает использование широкого спектра современных педагогических технологий социального взаимодействия, в том числе ИКТ-технологий [2, с. 17].

Эффективно применение компьютерных программ визуализации данных: Microsoft Power Point (мультимедийные презентации), программ создания публикаций Microsoft Publisher (буклеты, информационные бюллетени, листовки, брошюры и др.), программ создания фотофильмов Move Maker, слайд-шоу PhotoStage и др.

Значительно расширяют возможности установления обратной связи с родителями Интернет-ресурсы, общение online (электронная почта, скайп-связь, форум на сайте учителя-логопеда, sms-переписка и др.), социальные сети «Одноклассники», «Вконтакте», сервисы Web2.0 – сервис создания опросов, анкет Анкетер.ру, сервис коллективного создания гипертекстовых материалов ВикиВики, геосервис Foursquare, сервисы для хранения мультимедийных ресурсов Slideshare, DocMe, Picasa, видеосервис YouTube и др.).

Совместное с детьми участие в интернет-проектах, дистанционных конкурсах, марафонах, фестивалях, соревнованиях, турнирах позволяет заинтересовать родителей в реальных успехах своих детей, опосредованно влияющих на устранение речевых нарушений и позволяющих сформировать ключевые компетентности детского развития: технологическую, информационную и социально-коммуникативную.

По итогам совместной деятельности, выражающей общие интересы, проводятся презентации, организуются фотоэкспозиции, выпускается интерактивная газета, работает электронная мастерская с целью активизации полученных ранее впечатлений, стимулирующих детей к речевой активности и общению.

Таким образом, педагогически грамотное использование потенциала информационно-коммуникационных технологий при организации продуктивного взаимодействия с родителями детей, имеющих речевые нарушения, значительно повышает результативность логокоррекционной помощи дошкольникам и укрепляет взаимовыгодное партнёрство взрослых – участников образовательного процесса.

Библиографический список

1. Боровцова Л. А. Организация и содержание логопедической работы в дошкольном образовательном учреждении. – Тамбов, 2007. – 220 с.
2. Комарова Т. С, Комарова И. И. Информационно-коммуникационные технологии в дошкольном образовании. – М. : Мозаика-Синтез, 2011

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ СРЕДЫ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ – ПУТЬ К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

М. Н. Адашкевич, А. Ю. Кривочурова
Средняя общеобразовательная школа с углубленным изучением отдельных предметов № 8,
г. Ленинск-Кузнецкий, Кемеровская область, Россия

Summary. The paper considered carefully the impact of electronic media on the quality of education. Modern school bases its work on the electronic environment in the education and management. Information and communication among educational institutions created for that student to receive the new knowledge could actively use them, learned to think dialectically, socialize before, successfully adapted to a rapidly changing world.

Key words: electronic environment, information and communications technology, educational resources.

Одна из важнейших задач современного учителя начальной школы – это умение организовать профессиональную деятельность в условиях электронной образовательной среды. В соответствии с ФГОС результатами освоения основной образовательной программы начального общего образования должны быть в том числе и умения по использованию средств информационно-коммуникационных технологий для решения познавательных задач; овладение учащимися различными способами поиска информации (в справочных источниках, открытом учебном информационном пространстве сети Интернет) [5].

Информатизация образования, как и информатизация общества, претерпевает бурное развитие. Современная школа опирается в своей работе на электронную среду в образовательной и управленческой деятельности. В современных условиях информатизации образования происходит процесс более ранней интеграции компьютерных технологий в образовательный процесс начальной школы. Особенно остро стоит вопрос о необходимости целенаправленного формирования у младших школьников универсальных учебных действий (УУД), что может способствовать непрерывному самостоятельному пополнению и углублению знаний, в разнообразной учебной, творческой и практической деятельностях школьников. Для создания электронной образовательной среды используется модель «Один ученик – один компьютер» [1]. Под электронной образовательной средой понимается информационно-коммуникационное образовательное пространство, в котором происходит: взаимодействие учителя и ученика на основе использования ИКТ; общение учащегося с компьютером.

Отличие новых стандартов заключается в том, что целью является не предметный, а личностный результат. Важна, прежде всего, личность самого ребёнка и происходящие с ней в процессе обучения изменения, а не сумма знаний, накопленная за время обучения в школе. Качество образования – важнейший показатель школы и важнейшая, системообразующая задача и направление деятельности системы внутри школьного управления. Под качеством образования понимается совокупность существенных свойств и характеристик результатов образования, способных удовлетворить потребности школьников, общества и заказчиков образования. Можно выделить основные направления улучшения качества образования с помощью электронной среды. *Для учителя электронная среда* даёт наибольший эффект при использовании:

– в проектной деятельности, при создании материалов к урокам, повышается наглядность предъявляемого материала, расширяются рамки урока за счёт использования всего богатства электронной среды;

– в качестве контроля, применяя различные виды тестирования;

– при выступлении на родительских собраниях, педсоветах, методических объединениях, семинарах, появляется возможность обмениваться актуальной информацией, представлять свои собственные методические наработки и использовать передовой опыт коллег независимо от места их работы и региона страны;

– в процессе научной деятельности;

– при ведении школьной документации.

Мотивы, побуждающие педагога к использованию ИКТ на уроке, следующие: повышение уровня профессиональной культуры, процесса контроля и консультирования; развитие плодотворного сотрудничества с учащимися; переход от роли учителя-транслятора знаний к роли учителя-тьютора; возможность распространения собственного педагогического опыта; повышение авторитета среди учащихся.

Учащимся электронная среда помогает в следующих случаях:

– для более глубокого восприятия учебного материала, самостоятельному усвоению дисциплин, повышению мотивации к изучению тем;

– выявлять и развивать интеллектуальные и творческие способности;

– овладевать конкретными знаниями, необходимыми для применения в практической деятельности;

– для контроля качества самообразования;

– использовать формы организации школьной жизни, обеспечивающие ученику возможности выбора задания, способа его выполнения, материала, темпа, объёма, партнёров, расширить виды совместной работы учащихся, обеспечивающей получение детьми

коммуникативного опыта; прежде всего – в русле совместной предметной деятельности;

– формированию у учеников информационной, экологической и экранной культуры, творческой активности, высокой нравственности и толерантности, приобретению учащимися профессиональных навыков, необходимых для жизни и работы в информационном обществе, совершенствованию этики общения и письменной речи учащихся;

– повысить многообразие видов и форм организации деятельности учащихся в индивидуальной и групповой формах; самостоятельность работы с различными источниками и базами данных; с реальным социальным опытом;

– в презентационной деятельности и издательской, в проектной деятельности, при создании мультимедийных сочинений.

Информационно-коммуникационная среда образовательного учреждения создаётся ради того, чтобы учащийся мог получать самые новые знания, умел активно их применять, научился диалектически мыслить, раньше социализировался, успешно адаптировался к быстро меняющемуся миру. Возможности современных информационных технологий обучения позволяют учителю существенно интенсифицировать процесс овладения учеником учебной информацией, передав компьютеру роль транслятора учебного материала и беспристрастного экзаменатора, максимально высвободив при этом время на уроке [2]. На каждом уроке, на котором применяются информационно-коммуникационные технологии, в частности, компьютерная и мультимедийная техника, составляется свой план, чётко продумывается режиссура урока ещё на стадии его замысла. Проектируя мультимедийный урок, учитель продумывает последовательность технологических операций, формы и способы подачи информации на большой экран, решает вопрос о том, как он будет управлять учебным процессом, каким образом будет обеспечиваться педагогическое общение на уроке, постоянная обратная связь с учащимися, развивающий эффект обучения. Важным условием повышения качества обучения является систематический контроль за ходом учебной деятельности, её рефлексия и своевременная коррекция. Средства электронной среды обладают достаточно широкими возможностями для этого. Они помогают осуществлять текущую, тематическую и итоговую проверку, постоянно накапливать информацию о результатах учебной деятельности, в частности, результатах решения учебных задач и создания проектов. При этом компьютер позволяет представлять любое действие в развёрнутой последовательности операций, показывать его результат, условия выполнения, фиксирует промежуточные пооперационные результаты, обеспечивает интерпретацию каждого шага в построении и преобразовании объекта, выбор стратегии решения задачи. Такие виды кон-

троля могут выступать как средство формирования самооценки и самоконтроля учащихся. В процессе рефлексии и преподаватель, и обучаемые ставят перед собой вопросы: что, как и почему они делали, чем обусловлены те или иные учебные достижения или пробелы в знаниях, умениях, навыках. Прежде всего анализируется уровень продвижения в освоении учебного материала, в формировании умений целенаправленного поиска средств для решения возникающих проблем, а также характер взаимодействия учащихся между собой и с преподавателем. Современный учитель должен уметь конструировать электронную образовательную среду и направлять деятельность ученика в этом потоке информации [3]. Индивидуальный маршрут и индивидуальные образовательные программы невозможно осуществить без электронной среды. Повышается ценность ИКТ-компетентности учителя, такого, который владеет максимально возможным набором информационных инструментов, понимает, что без электронной среды работа не возможна.

Второй аспект использования электронной среды – внеурочная деятельность, в процессе которой и у учащегося, и у преподавателя появляется больше свободы в выборе средств, путей и способов достижения образовательных целей, реализации познавательных интересов, практического применения ранее полученных знаний, приобретения новых навыков, умений, компетентностей. Одной из форм использования компьютера во внеклассной работе является создание презентаций, докладов, учебных программ самими обучаемыми. При этом учащиеся не только углубляют и расширяют знания по теме, но и активно мыслят, привлекают для решения проблемы ранее полученные знания, проводят синтез, анализ, обобщение и выводы, способствующие всестороннему самостоятельному рассмотрению поставленной задачи. Всё это стимулирует мыслительную активность, развивает творческие способности учащихся, способствует эмоциональному удовлетворению и самоутверждению в глазах окружающих. В этом случае электронная среда выступает как инструмент творчества, но одновременно идёт процесс освоения, изучения богатых, часто скрытых возможностей электронной среды.

Для создания электронной среды в учебных кабинетах, как правило, устанавливаются: мультимедийный компьютер учителя, сканер, принтер, мультимедийный проектор, слайд-проектор, видеоплеер, экран на штативе или на специальной подвеске [4]. Оборудование, устанавливаемое в описанных выше классах, позволяет: просматривать учебные и другие программы, записанные на дисках и транслирующиеся по каналам телевидения; просматривать изображённые на бумаге материалы; вводить с помощью сканера текстовую или графическую информацию в компьютер с возможностью их редактирования; с помощью специальных компьютерных

программ моделировать различные процессы, которые невозможно показать в реальной ситуации; создавать на компьютере необходимые графические и текстовые материалы, демонстрировать их на экранах телевизоров с высоким качеством изображения, которое достигается благодаря специальной схеме стыковки телевизора с компьютером; заранее записывать на видеокамеру различные опыты для демонстрации их в классе. Кроме того, сегодня в школе появляется возможность взаимодействия с родителями через электронную среду. Электронные дневники позволяют донести единую информацию до всех родителей, учитель и родители могут взаимодействовать дистанционно, в том числе и во внеурочное время. Родители могут видеть качественные результаты обучения своих детей и оценку учителя с помощью электронной среды. Сайт школы является важным звеном единой информационной среды школы, отражающим для пользователей многие процессы, происходящие внутри учебного заведения.

Таким образом, электронные образовательные ресурсы и формируемая на их базе новая электронная среда имеют немалый потенциал для повышения качества обучения, позволяют добиться решения основных образовательных задач, развития познавательных навыков учащихся, умений самостоятельно конструировать новые знания, ориентироваться в информационном пространстве.

Библиографический список

1. Бурлакова А. А. Компьютер на уроках в начальных классах // Начальная школа плюс До и После. – 2007. – № 7. – С. 32–33.
2. Ефимов В. Ф. Использование информационно-коммуникативных технологий в начальном образовании школьников // Начальная школа. – 2009. – № 2. – С. 38–43.
3. Леванина Н. Н. В новый век с новыми технологиями (информатизация учебного процесса) // Начальная школа плюс До и После. – 2007. – № 7. – С. 28–30.
4. Марданова Е. У. Формирование навыков использования информационной среды // Начальная школа. – 2009. – № 4. – С. 21–24.
5. Требования к условиям реализации основной образовательной программы начального общего образования. URL: http://standart.edu.ru.

СОЗДАНИЯ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ШКОЛЫ

У. Н. Тайлаков
Министерство народного образования
Республики Узбекистан, г. Ташкент, Узбекистан

Summary. Stages of the creation united information-educational space of the schools of the Republic Uzbekistan are described in this article.

Key words: united information-educational space; Net School; information-technological module; electronic class journal; diary book of the tasks; remote education.

Единое информационно-образовательное пространство школы (**Net Школа)** – это управляемая и динамично развивающаяся с учётом современных тенденций модернизации образования система эффективного и комфортного предоставления информационных и коммуникационных услуг объектам процесса обучения. Можно также сказать, что для школы – это системный информационно-технологический модуль, который включает материально-технические, информационные и кадровые ресурсы, обеспечивает автоматизацию управленческих и педагогических процессов, согласованную обработку, передачу и хранение информации, наличие нормативно-организационной базы, технического и методического сопровождения.

Net Школа – это комплексная система, в которой администрация, преподаватели, ученики, родители работают в едином информационном пространстве, что улучшает их взаимопонимание и сотрудничество. Главное преимущество, которое позволяет дать высокую оценку программе и её разработчикам, – с помощью «Net Школа» действительно можно построить единое информационное образовательное пространство учебного учреждения и обеспечить его открытость и безопасность для всех участников образовательного процесса.

В электронных и печатных СМИ уже довольно нашумела эта новость: родительский контроль через Интернет. Теперь дети станут находиться под тотальным контролем родителей, и их счастливое детство, когда можно из дневника вырвать страницу с двойкой, будет омрачено. И виной всему этому стала возможность родителей получать информацию о пропусках уроков и текущей успеваемости со школьного сервера, через Интернет.

Ниже познакомимся с теми новыми возможностями, которые получают учащиеся и их родители по сравнению с традиционной информационной системой школы: доска объявлений, расписание

уроков, секций, кружков, факультативов и школьных мероприятий, электронный журнал, внутренняя электронная почта, форум и т. д.

Электронный классный журнал – это симбиоз журнала школьного и той записной книжки, которую приходится вести каждому учителю, чтобы отметить точками задолженности или поставить то количество двоек, которые получил нерадивый ученик за не выполненные в срок задания и т. д.

В школе каждый ученик начинает практическую работу на уроке информатики с входа в «Net Школу». Этот предмет ведётся с пятого класса общеобразовательных школ Узбекистана. Просмотр объявлений, своей почты и, конечно же, ребят очень интересуют и волнуют оценки по всем предметам.

Дневник заданий напомнит обо всех задолженностях по предмету и заданных домашних заданиях.

Приступая к процессу создания единого информационного пространства школы, ставили перед собой следующие **задачи**:

- повышение эффективности образовательного процесса и качества обучения, интеграция обучающихся в мир современных информационных технологий, ведь нашему выпускнику предстоит жить в мире, в котором умение использовать современные информационно-коммуникационные технологии будут во многом определять его жизненный успех;
- оптимизация и модернизация процесса обучения;
- автоматизация управления деятельности школы, обеспечение электронного документооборота школы;
- распространение и обобщение опыта учителей через Интернет пространство, создание и использование электронных образовательных ресурсов;
- использование компьютерных технологий в самостоятельной работе обучающихся;
- вовлечение обучающихся в проектную деятельность, участие их в дистанционных олимпиадах, что расширит их кругозор и повысит коммуникативные умения;
- организация дистанционного обучения учеников с ограниченными возможностями;
- создание информационной среды для родителей.

Для реализации поставленных задач школа проходит несколько этапов:

1. **Организационный этап**: мобилизация средств школы, привлечение средств заинтересованных организаций и лиц, привлечение к работе родителей.

2. **Этап создания материально-технической базы школы**: создание модели единого информационно-образовательного пространства, организация и настройка автоматизированных рабо-

чих мест в кабинетах, создание и усовершенствование единой локальной вычислительной сети на базе сервера Windows 2007, подключение компьютеров к сети Интернет.

3. **Этап обучения**: формирование ИКТ-компетентности педагогического коллектива через организацию курсов обучения информационным технологиям, семинаров и практических занятий по освоению компьютерной техники. Организация профильного обучения по информатике и ИКТ учеников старшей школы, организация элективных курсов по информационным технологиям.

4. **Этап создания методической базы**: накопление фонда электронных образовательных ресурсов на различных носителях (CD, DVD, видеотека, аудиотека, медиатека).

5. **Этап выхода в Internet пространство**: технические и организационные решения по обеспечению данного этапа.

6. **Этап создания единой базы данных школы:** заполнение базы (сведения об учениках и их родителях, учителях и других работниках школы), апробация этой модели единого информационно-образовательного пространства школы, функционирующего и развивающегося на основе внедрения информационных технологий.

7. **Этап развития и совершенствования**: в связи с совершенствованием процессов в обществе, научно-техническим прогрессом, распространением новых идей в педагогических и смежных науках, появлением новых информационных технологий в настоящее время происходит дальнейшее развитие всех предыдущих этапов:

- постоянное техническое усовершенствование единого информационного пространства школы (внедрение интерактивных досок, модернизация сервера, расширение локальной сети);
- организуются курсы повышения ИКТ-компетентности преподавателей, совершенствуются элективные, сетевые курсы для обучающихся школ;
- создание учебных курсов по различным предметам в виртуальном пространстве;
- введение уроков информатики в учебной программе с 5 класса, организация дистанционного обучения детей, находящихся на домашнем обучении, участие в международных, республиканских, региональных, муниципальных дистанционных конкурсах.

МОДЕЛИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА ПО РОДНОМУ ЯЗЫКУ

Д. Н. Тайлакова
Узбекский научно-исследовательский институт педагогических наук, г. Ташкент, Узбекистан

Summary. In work are organized complex study of need of the methods of the teaching the native language in information technology of the hypertext and multimedia and is motivated need of their use for making scholastic facilities, comparative analysis traditional and electronic facilities of the education, are offered in principal new facilities to presentations of the scholastic material, drills, checking, auditory and visual clarity, is described electronic ambience scholastic-methodical complex on Uzbek language on the base media technology.

Key words: the Methods of the teaching; information technology; scholastic-methodical complex; electronic facilities of the education; media technology; virtual lesson.

Распространение компьютеров и телекоммуникационных систем кардинально изменило возможности человека по эффективному использованию информационных ресурсов, предоставив в его распоряжение мощное средство для поддержки и совершенствования интеллектуальной деятельности. Образование как ведущий фактор развития и усиления интеллектуального потенциала государства оказалось в эпицентре процессов информатизации.

Стратегические задачи, стоящие сегодня перед школьным образованием, отражены в ряде государственных программ и концепций, направленных на формирование единой образовательной информационной среды. Оснащение школ персональными компьютерами, подключение их к сети Интернет, создание системы образовательных порталов, переподготовка кадров в области информационно-коммуникационных технологий, разработка электронных образовательных изданий и ресурсов, – все эти мероприятия призваны ускорить переход системы образования на качественно новый содержательный и технологический уровень.

Очевидно, что в этих условиях для педагогической науки важнейшим направлением деятельности становится создание электронных средств обучения разным дисциплинам. Немаловажную роль в обновлении педагогического инструментария в области преподавания родного (узбекского) языка сыграла успешная работа, в которой не последнее место отводится проблемам пересмотра содержания и методов обучения узбекскому языку в современных условиях, создания авторских методик обучения, разработки учебной, методической и справочной литературы нового поколения, в том числе на электронных носителях.

Электронные средства обучения имеют почти пятнадцатилетнюю историю своего развития. Все эти годы педагоги пристально следили за достижениями компьютерной техники, выявляли дидактический потенциал компьютерных технологий, искали возможности их применения в различных предметных областях, создавали экспериментальные дидактические материалы, предпринимали попытки их внедрения в практику преподавания, ставили вопрос о разработке новых педагогических технологий. Эти же тенденции наблюдаются и в методике преподавания родного языка, которая сегодня уже располагает некоторыми теоретическими и практическими достижениями в области создания и использования электронных средств обучения. Настало время для анализа, оценки и систематизации накопленного педагогического опыта и формирования на этой основе целостной теории электронного учебника родного языка.

В этой работе:

• проведено комплексное исследование потребностей методики преподавания родного языка в информационных технологиях гипертекста и мультимедиа и обоснована необходимость их использования для создания инновационных учебных средств по узбекскому языку – электронных пособий и учебников;

• проведён сопоставительный анализ традиционных и электронных средств обучения узбекскому языку, выявлены жанры электронных учебных средств, адекватные целям и задачам обучения узбекскому языку, как родному и как иностранному;

• предложены принципиально новые средства презентации учебного материала, тренировки, контроля, слуховой и зрительной наглядности, обеспечивающие коммуникативную направленность обучения при работе с компьютером;

• описана электронная среда учебно-методического комплекса по узбекскому языку на базе технологий гипермедиа, определена её специфика, выявлены компоненты, предложены и разработаны способы их интеграции в среде комплекса, механизмы работы с ними, а также способы взаимодействия с субъектами учебного процесса;

• выработаны концептуальные основы моделирования электронных средств обучения узбекскому языку;

• предложены и описаны принципы моделирования учебно-методического комплекса на базе технологий гипермедиа.

При моделировании, разработке и внедрении электронных средств обучения узбекскому языку различных жанров могут быть использованы предложенные и описанные в исследовании:

• типы электронных ресурсов, принципы отбора и организации учебного материала, системы помощи и механизмы обратной связи, виды мультимедийной наглядности, система тестовой диагностики языковых и речевых знаний, умений и навыков;

• модели электронных средств обучения, диагностики и контроля – локальных пособий различных жанров, контрольно-диагностических тестов, гипертекстовой учебной книги, учебно-методического комплекса на базе технологий гипермедиа;

• универсальная форма описания учебного материала для реализации авторской идеи в программной оболочке;

• системы траекторий освоения учебного материала при работе в среде гипермедиа;

• виды и формы работы с различными электронными ресурсами с учётом разных условий обучения и для реализации разных учебных задач.

В ходе исследования были созданы, апробированы и внедрены в учебный процесс:

• локальные электронные пособия по родному языку: пособие для начинающих осваивать узбекскую графику, алфавит и фонетику; пособие, обучающее работе с узбекско-иноязычным словарем; вводно-грамматический речевой курс;

• локальные электронные пособия по узбекскому языку: пособие для изучения узбекской падежной системы и правил правописания падежных окончаний; пособия по орфографии, морфологии, синтаксису и пунктуации для старших школьников;

• мультимедиа-комплекс по узбекскому языку для старшеклассников, охватывающий весь материал школьного курса родного языка;

• контрольно-диагностические тесты по орфографии и пунктуации;

• комплекс электронных учебных материалов для проведения итоговых уроков в 9 классах по синтаксису, фонетике, лексикологии, морфологии и организации на этой основе проектной деятельности;

• гипермедиа учебный комплекс (вводный фонетико-грамматический курс).

Данные учебные материалы способствуют более быстрому и прочному усвоению базовых знаний и используются в практике преподавания в Республики Узбекистан. Методические материалы обеспечивают их внедрение в учебный процесс.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИКТ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА

В. И. Вегерин
Константиновский педагогический колледж,
г. Константиновск, Россия

Summary. The article is dedicated to the possibility of analytical approach to the terminological culture formation of Teacher Training college students in the Information Technology (IT) Teaching Theory classes and in the educational practice process.

Key words: information culture; language competence; terminological culture.

Инновационные процессы в образовании, как правило, основываются на использовании современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Стремительное развитие последних заставляет вносить коррективы в образовательные стандарты и учебные планы, уделять большое внимание технической оснащённости образовательных учреждений и освоению учащимися и студентами современных ИКТ. Обобщённой характеристикой такого освоения является информационная культура, формирование которой – одна из главных целей в подготовке современного специалиста. При всём многообразии подходов к определению информационной культуры в ней можно выделить две составляющие: культурологическую и технологическую. Как правило, в большинстве случаев акцент делается на технологической составляющей, на использовании современных средств ИКТ в учебной и профессиональной деятельности. При этом упускается тот факт, что в основе любой интеллектуальной деятельности лежит владение языком, т. е. языковая компетенция. Это тем более важно, если речь идёт о педагогической деятельности. «Без языка невозможно освоить мир уже потому, что исторический опыт поколений запечатлён на 90 % в языковой форме, в форме слова» – справедливо считает В. Ю. Троицкий [3, с. 269].

Задача учителя – научить учащегося мыслить на языке предмета, а также каждому знанию подыскать аналог из других наук на основе сопоставлений и ассоциаций, т. е. перевести научные данные без искажения на язык, понятный школьникам. «Дать вещи какое-то название, слово, имя, – писал А. Ф. Лосев, – значит соотнести её со всем прочим, в свете чего мы её хотим понять и с чем сравниваем. Это и значит, что мы понимаем вещь» [2, с. 823–824].

Продуктивность учебного общения существенно зависит от степени владения учителем специальной лексикой и терминологией, принятой в данной области знаний, понимания взаимосвязи между основными понятиями данной сферы профессиональной де-

ятельности, умения корректно использовать термины в пространстве профессионального общения и с учётом адресата, составлять дефиниции в рамках профессионально ориентированного языкового материала.

Практика показывает, что в результате информационной перегрузки знания учащихся разрознены, не систематизированы, наблюдается дефицит понятийно-терминологической культуры, не усвоены универсальные смысловые связи, а сама информация воспринимается как цель образования. Но образованность, по мысли Троицкого, «не сводится к информированности: она означает проникновение в смысл, постижение смысла и приближение к истине» [3, с. 8]. Вот почему большое значение имеет понятийно-образная и терминологическая культура учителя, как элемент информационной культуры. Из-за недостаточной работы учителя над терминологической грамотностью обучаемых, происходит поверхностное житейско-бытовое представление о базовых научных понятиях.

Кроме того, терминологическая грамотность имеет непосредственное отношение к проблеме оценивания, измерения информационной культуры и компетентности. По мнению А. А. Верняева, такие понятия, как «образованность», «компетентность», «культура», являются нечёткими. Это делает задачу измерения указанных величин проблемой не только математической, но и лингвистической, поскольку все указанные характеристики человека проявляются в его речи. Для решения проблемы диагностирования достижения педагогических целей Верняев предлагает тест, основанный на выявлении частотных характеристик лексикона учащихся [1].

Поскольку в учебных планах педагогических специальностей отсутствуют дисциплины, развивающие языковую культуру в каких-либо аспектах, в том числе и терминологическом, проблему приходится решать, используя возможности общих и специальных дисциплин, а также практики выдачи пробных уроков.

При изучении общеобразовательных, а тем более специальных дисциплин студенты постоянно встречаются с новыми понятиями и терминами, и то, как они будут восприняты и усвоены, зависит от каждого преподавателя. Нужно не только формулировать и объяснять новые понятия темы, но – самое главное – проводить этимологический и сравнительный анализ этих понятий и терминов, используя различные словари, справочники, энциклопедии, широко представленные в Интернет-ресурсах и на CD/DVD-носителях. Наличие выхода в Интернет в компьютерных классах и библиотеках позволяет проводить такую работу как на аудиторных занятиях, так и самостоятельно, во внеурочное время.

По многим дисциплинам занятия проводятся в обычных аудиториях, и в этом случае можно использовать тот арсенал технических средств, которые есть у каждого студента, от сотового телефона

до планшетных компьютеров и ноутбуков. Нужно только создать соответствующую мотивацию и организовать работу как индивидуальную, так и групповую.

На практике пробных уроков на первом этапе подготовки к занятию студенты выполняют дидактический анализ темы, в результате которого выявляются новые понятия и их связь с ранее изученными. Именно этот анализ может рассматриваться в качестве основы для формирования терминологической культуры будущих учителей. «Сосредоточенный в слове духовный и практический опыт, – полагает Троицкий, – приоткрывается через историю языка и этимологию. Возможность осознать последовательное движение мысли, запечатлеваемой в конечном историческом развитии слова, является одной из основ познания родной речи». [3, с. 266–267].

Библиографический список

1. Верняев А. А. Отражение в лексиконе учащихся их образованности, личностных качеств и характеристик. Возможности исследования // Школьные технологии. – 2010. – № 5.
2. Лосев А. Ф. Бытие. Имя. Космос. – М. : Мысль, 1993. – 958 с.
3. Троицкий В. Ю. Судьбы русской школы / отв. ред. О. А. Платонов. – М. : Институт русской цивилизации, 2010. – 480 с.

ОСОБЕННОСТИ ЭЛИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ТАТАР С XVI ПО XX ВЕК

С. С. Жоголева, К. Ю. Андреева
Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Набережные Челны, Татарстан, Россия

Summary. The education system was divided Tatars into two levels – elementary and elitist. At the elementary level of education included such skills as the ability to read and write. Such knowledge could get everyone in the education of lower level – məktəp that were in each village with mosques.

Key words: education system; Tatars; ability to read and write.

Система образования татар делилась на два уровня – элитарный и элементарный. В элементарный уровень образования входили такие навыки, как умение читать и писать. Такой уровень знаний могли получать все желающие в учебных заведениях низшего разряда – мәктәп, которые находились в каждой деревне при мечетях [2].

В мәдрәсә со старометодным образованием изучались такие предметы, как арабский язык и литература, умственные науки: мәнтыйк – логика и хикмәт – философия; нәклиат, состоящий из таких наук, как клям (сущность бытия и человеческого знания),

үсүлу-ль-фикх (теория мусульманского права), фикх (мусульманское законоположение) и фәрәиз (наука о разделе наследства). Помимо религиозных дисциплин изучались также четыре арифметических дисциплины [3, с. 175].

Самыми распространёнными этнодидактическими формами обучения в мәдрәсә были: индивидуально-групповая, коллективная и самостоятельная. В данных мәдрәсә обучались дети с 9–10 до 16–18 лет. Юношей разного возраста объединяли в небольшие группы по 6–12 человек. Их воспитанием и обучением занимались три группы педагогов: хальфа, казый и мударрис.

Хальфа – это учитель, он был ответственным за организацию и проведение занятий с учащимися группы, закреплённой за ним.

Казый – так называли судей и контролёров, они отвечали за организацию и контроль самостоятельной работы учащихся, проделанной в интернате.

Мударрис – это лектор или преподаватель. Он организовывал коллективные занятия. Мударрис читал лекции для всех учащихся старших ступеней по теоретическим дисциплинам, таким, как хикмәт, что в переводе означает философия, мантыйк – логика [2].

В конце XIX века в системе классического образования у татар появилось необычное движение, которое получило название «ысулу җәдит», что в переводе означает новый метод. В основу мәдрәсә с новыми методами обучения легли три новшества. Во-первых, в мәдрәсә внедряется азбучно-звуковой метод обучения. Во-вторых, начинают вводить преподавание светских предметов, изучение родного и русского языков. В-третьих, внедряется классно-урочная система с использованием школьного оборудования [1, с. 35].

В мәдрәсә с новыми методами обучения наряду с нәклиатом, әрәбиятом, фараизом и әклиатом, также изучали предметы общего образования, такие как алгебра, геометрия, арифметика, природоведение, география, история, пение, химия, физкультура, а также и специальные предметы: дидактика, педагогика, методика преподавания, физиология, психология [5, с. 103].

Мәдрәсә с новыми методами обучения обладало четырьмя отделениями: әптидадия имело значение «начальное», рүшдия означало «среднее», әгдадия в переводе означало «выше среднего» и галлия значило «высшее». Такое отделение, как әгдадия, давало повышенное среднее образование и готовило шакирдов к поступлению в высшее отделение, одновременно давало им право на профессиональную педагогическую деятельность в качестве хальфы, мүгаллимы (учителя) и казыя.

Этнодидактической нормой проведения учебного процесса в мәдрәсә выступал постулат опоры на собственную активность шакирдов. На усвоение учебного материала не отводилось определён-

ного количества времени. Шакирд должен был усвоить программу мәдрәсә [4, с. 138].

Новометодное движение обучения началось в 80-е годы XIX века и продолжалось вплоть до 1917 года, что в результате привело к коренным изменениям формы и содержания элитарного образования татар. Постепенно внедряя европейский и российский педагогический опыт, национальное учебное заведение для одарённых детей – мәдрәсә с новыми методами обучения – дошло до уровня классических гимназий. А такое отделение мәдрәсә, как әгдадия, которое даёт повышенное среднее образование и готовит шакирдов к поступлению в высшее подразделение – галию, по своим функциональным признакам явилось прототипом современной национальной гимназии [5, 134].

Библиографический список

1. Амирханов Р. У. Нива, не полегшая под ветрами // Татарстан. – 2007. – № 2.
2. Валидов Ж. Очерк истории образованности и литературы татар (до революции 1917 г.). Фрагменты книги. – Казань, 2009.
3. Махмутова А. Х. Борьба за женское образование у татар : дис. ... канд. ист. наук. – Казань : КГУ, 2008. – 276 с.
4. Михайлова С. М. Формирование и развитие просветительства среди татар Поволжья. – Казань : Изд-во КГУ, 2010. – 193 с.
5. Ялалов Ф. Г. Этнодидактика : Монография. – М. : ГИЦ ВЛАДОС, 2011. – 151 с.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МНОЖЕСТВА УПОРЯДОЧЕННЫХ ПО ПРИОРИТЕТУ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ В ЗАЯВЛЕНИИ ПРЕТЕНДЕНТОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КОНКУРСНОГО ОТБОРА ДЛЯ ЗАЧИСЛЕНИЯ В ВУЗ НА ВТОРОЙ И ПОСЛЕДУЮЩИЕ КУРСЫ

О. В. Овчинкин, А. И. Пыхтин
Юго-Западный государственный университет,
г. Курск, Россия

Summary. Procedure of the student's entry onto the second and senior courses in an actual problem of admission committee work. This article is deal with aspirants application forms. While making competitive selection for entry onto higher educational institution onto the second and senior courses decided to use a lot of well-ordered by priority training programs. Brief summary of advantages and potential problem – solving management are discussed in this article.

Key words: Admission Committee; different training programs; entry onto the senior courses.

Актуальной проблемой в деятельности приёмных комиссий вузов является процедура зачисления лиц на второй и последующий

курсы. Распределение вакантных мест между претендентами часто является сложной задачей, в ходе решения, которой могут появляться конфликтные ситуации.

Решение подобной задачи не допускает проявления ошибок человеческого фактора, так как это может привести к ряду негативных последствий и является нарушением прав претендентов. Автоматизация данного процесса позволит не только снизить риск возникновения подобных ошибок, но и ускорить обработку информации, например, построение статистических отчётов.

Для удобства работы приёмной комиссии предлагаем ввести возможность указания множества специальностей при подаче заявлений, что также целесообразно для претендентов. Такая система приёма документов позволяет претендентам подавать одно заявление и прикладывать один комплектов документов. В случае вынесения рекомендации к зачислению во время заседания приёмной комиссии сотрудникам приёмных комиссий не требуется уточнять у претендента окончательный выбор специальности. Выбор специальности претендентами становится осознанным, так как претенденты принимают решение о расстановке приоритетов не в спешке, а имея значительное количество времени для размышлений. В такой схеме подачи заявлений участники приёмной кампании могут наблюдать и оценивать реальную обстановку во время процедуры переводов, восстановлений и зачислений на второй и последующий курсы, так как при прохождении поступающего по конкурсу на несколько вакансий количество заявлений соответствует реальному количеству претендентов.

После подачи претендентами заявлений по результатам аттестационных испытаний приёмные комиссии выполняют построение рейтинг-списков кандидатов. Рейтинг-список строится отдельно для каждой формы обучения и направления подготовки из числа лиц, успешно сдавших аттестационные испытания путём сортировки по убыванию количества полученных баллов [1]. Для такого распределения можно использовать модификации существующих алгоритмов, например [3], где вместо результатов вступительных экзаменов определённым образом учитываются аттестационные испытания.

На заседании приёмной комиссии по результатам пройденных аттестационных испытаний и в соответствии с правилами приёма в вуз по каждому заявлению кандидатов выносится решение о рекомендации или отклонении к зачислению претендента.

На основе платформы 1С реализовано программное обеспечение, выполняющее модифицированный алгоритм конкурсного отбора [3], который обеспечивает максимально доступную по отношению к претендентам процедуру зачисления и позволяет своевременно разрешать конфликтные ситуации [2].

Таким образом, достоинства конкурсного отбора по совокупности заявленных вакансий очевидны как для вуза, проводящего конкурс, так и для претендентов подавших заявление для зачисления на второй и последующий курсы.

Работа выполнена в рамках государственного задания ЮЗГУ на 2013 год в части проведения научно-исследовательских работ, проект 8.8356.2013 «Модели, алгоритмы и программное обеспечение для управления процессом переводов и зачисления в вуз на второй и последующие курсы».

Библиографический список

1. Овчинкин О. В., Пыхтин А. И., Емельянов И. П. Алгоритм процесса управления приемом лиц на второй и последующие курсы в вузах // Известия ЮЗГУ. – Курск. – № 1(46), 2013. – С. 12–19.
2. Программа для управления документооборотом и поддержки принятий решений при приеме граждан на второй и последующий курсы : а. с. 2013611295 Российская Федерация : роспатент / О. В. Овчинкин, А. И. Пыхтин (РФ). – №2013611295; заявл. 13.12.2012; опубл. 09.01.2013.
3. Пыхтин А. И., Спирин Е. А., Захаров И. С. Метод и алгоритм решения задачи конкурсного отбора и зачисления в вуз // Телекоммуникации. – М., 2008. – № 5. – С. 12–19.

ИНФОРМАЦИОННО-ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ НА ПРАКТИЧЕСКОМ КУРСЕ РУССКОГО ЯЗЫКА

Б. С. Амиралиева, Г. Ж. Жалелова
Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата, г. Кызылорда, Казахстан

Summary. In the article the author offers her own realization of information-communicative technology experience at the practical course of Russian lessons
Key words: information-communicative technology; Russian lessons.

Технологии становятся краеугольным камнем развития любой страны. Уровень технологического развития становится определяющим фактором успеха. Интеграционные процессы и активная конкуренция, ужесточение стандартов и потребность в модернизации не оставляют выбора, требуя внедрения инноваций. Информатизация образования вошла в ранг стратегически важных направлений государственной политики. В данном случае можно перефразировать известное, что тот, кто владеет инфокоммуникационными технологиями, тот владеет миром. Возникла необходимость изменения методов и технологий обучения на всех ступенях, повышения значимости тех из них, которые формируют практические навыки по-

лучения и анализа информации, самообучения, стимулируют самостоятельную работу студентов, формируют опыт выбора и деятельности. Таким образом, возникла необходимость в новой модели обучения, построенной на основе использования современных информационных технологий, реализующей принципы личностно-ориентированного образования. Информационные технологии, рассматриваемые как один из компонентов целостной системы обучения, не только облегчают доступ к знаниям, открывают возможности вариативности учебной деятельности, ее индивидуализации и дифференциации, но и позволяют по-новому организовать взаимодействие всех субъектов обучения, когда студент – активный и равноправный участник образовательной деятельности. Внедрение новых информационных технологий позволяет активизировать учебный процесс, реализовать идеи развивающего обучения, повысить темп урока, увеличить объём самостоятельной работы учащихся.

Сегодня педагогу представилась возможность сделать занятие более ярким и увлекательным.

Задачи, стоящие перед учителем-словесником при применении информационных технологий, во многом отличаются от целей и задач других учителей-предметников, так как проходит работа с текстом, с художественным словом. Учителю русского языка необходимо сформировать прочные орфографические и пунктуационные умения и навыки, обогатить словарный запас учащихся, научить их владеть нормами литературного языка, дать студентам знание лингвистических и литературоведческих терминов. Инновационные технологии позволяют реализовать одну из основных целей обучения русскому языку (развитие коммуникативной личности), то есть дают возможность перейти от изучения языка как системно-структурного образования к изучению его как средства общения и мышления, а учебно-познавательную деятельность перевести на продуктивно-творческий уровень. Применение информационных технологий в учебном процессе на уроках русского языка способствует развитию умений, формирующих коммуникативную компетенцию.

Умение общаться, добиваться успеха в процессе коммуникации являются теми характеристиками личности, которые во многом определяют достижения студента практически во всех областях жизни, способствуют его социальной адаптации к изменяющимся условиям современного мира.

Важное место в работе по формированию речевых умений обучающихся, их коммуникативной компетенции занимают упражнения с текстами. На занятия готовятся тексты в электронном формате разных стилей, типов, жанров. Студенты, используя возможности компьютера, определяют функциональный стиль текста, его характерные черты, выделяют тему, составляют план, находят и подчёр-

кивают изобразительно-выразительные средства языка и т. д. Такая работа проводится как в индивидуальном, так и в групповом режиме, который позволяет учитывать ведущую деятельность – общение со сверстниками. Студенты учатся свободно, правильно излагать свои мысли, соблюдать нормы построения текста, выражать своё отношение к фактам и явлениям окружающей действительности, к прочитанному и услышанному Использование ИКТ на уроках формирует высокий уровень мотивации, интерес к учебной деятельности, способствует развитию у каждого студента собственной образовательной траектории, формированию языковых, коммуникативных умений и навыков, обеспечивающих свободное владение русским языком в разных сферах и ситуациях общения.

Интернет позволяет организовать реальную, мобильную информационную среду, в которой можно не только черпать информацию, но и решать множество других коммуникативных задач. Его использование помогает повысить мотивацию учащихся, поскольку в случае применения Интернета во время занятий современные студенты получают возможность погружаться в привычную для них информационную среду. Интернет традиционно предлагается рассматривать в качестве источника дополнительной информации; новой площадки для размещения учебных материалов, новой учебной среды для самостоятельной работы студентов, нового инструмента взаимодействия преподавателей и студентов, новой коммуникативной среды (в широком смысле).

Как показывают исследования, основными видами сайтов являются онлайновые грамматики, интерактивные модули (мини-курсы, тесты, онлайновые игры), учебники (в том числе интернет-версии печатных изданий), специализированные веб-каталоги и библиотеки учебных материалов).

Преподаватель, используя Интернет, может:

– актуализировать материал собственных учебников;
– найти дополнительную информацию;
– разместить учебную информацию;
– разработать интерактивные обучающие материалы;
– применить различные формы контроля и самоконтроля;
– организовать обратную связь;
– осуществлять контакты между разными членами группы;
– работать с гипертекстами, аудио- и видеофайлами и блогами.

Информационно-коммуникационные технологии применяются на всех этапах обучения: при объяснении нового материала, закреплении; повторении, контроле ЗУНов и исследовательской деятельности. Организуя занятие с использованием ИКТ, педагог планирует как фронтальная, так и самостоятельная работа, сочетая работу на компьютере с обсуждением и общением.

Благодаря компьютерным тестам учащиеся приобретают навыки самоконтроля за усвоением учебного материала, преподавателю всегда приходится ориентировать свою деятельность на результат: в какой форме будут оцениваться знания, умения и навыки его студентов. Студент сам задаёт темп работы и ответов на вопросы, сразу же получает оценку за свою работу. Он может воспользоваться подсказкой, может посмотреть количество допущенных ошибок. Конечно, преимущество использования на уроке компьютерных программ по русскому языку неоспоримо: это и оперативный контроль знаний, что даёт значительную экономию учительского времени, и элемент занимательности, повышающий интерес учащихся к обучению, и создание условий для индивидуальной работы.

В процессе обучения русскому языку преподаватель и студент традиционно обращались и обращаются к различным источникам информации: энциклопедиям, словарям, справочникам, хрестоматиям и т. п. Основным её источником перестаёт быть традиционная библиотека, ей на смену пришли электронные словари, энциклопедии, базы данных, представленные в большом объёме не только на электронных носителях, но и в Интернете. Объёмы размёщенной там информации значительно превышают объёмы любых печатных изданий. В Интернете множество сайтов, на которых можно найти любой текст. Кроме этого, учитель-словесник может использовать в Интернете следующие виды полезных ресурсов: толковые словари, сборники правил и нормативные документы по преподаванию, программы, методические разработки, научные статьи, форумы, чаты, списки рассылки для участия в коллективных обсуждениях проблем образования. Уникальная поисковая система осуществляет поиск по заголовкам статей, по выделенным словам, система перекрёстных ссылок позволяет найти толкование упоминаемых слов.

Проективный метод вновь становится популярной педагогической технологией в современном преподавании, так как он направлен на повышение эффективности занятий, на развитие творческих и аналитических способностей студентов, что является прекрасным стимулом или поддержания интереса к изучению русского языка. Метод проектов интересен тем, что выбор тематики необычайно разнообразен. На уроках русского языка он даёт возможность использовать самые неожиданные формы презентаций: конспект, газета, журнал, кроссворд, викторина. Роль преподавателя при подготовке занятия-проекта в основном сводится к тому, что он помогает формировать идею проекта, контролирует, консультирует, направляет творческую деятельность студентов в нужное русло. Как и любой другой, проективный метод может быть реализован с помощью различных средств обучения, в том числе с использованием новых информационных технологий. Русский язык как учебный предмет – плодотворная почва для проектной деятельности. Мы часто сталки-

ваемся с такими проблемами, как отсутствие читательского интереса среди студентов, узкий кругозор, отсутствие навыка анализа и обобщения. Интересная работа в группах над проектом даёт студентам возможность почувствовать предмет, получить новые знания, а учителю решать вышеперечисленные проблемы. Метод проектов позволяет формировать исследовательские навыки студентов, активизировать их деятельность, использовать полученные ими знания на практике.

Создание мультимедийных презентаций как педагогом, так и студентами, выполнение творческих и научно-исследовательских работ с использованием информационно-коммуникационных технологий способствуют обучению сотрудничества, групповой работе, формированию и развитию аналитических навыков студентов, повышению информационной грамотности.

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы выступающий (студент или преподаватель) смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему сообщению, например, видеозапись отрывка из художественного фильма, снимки, иллюстрации, диаграммы и т. п.

Дидактические материалы, представленные в компьютерном варианте, решают несколько задач: повышают производительность труда преподавателя и студентов на занятии, увеличивают объём использования наглядности на занятии, экономят время преподавателя при подготовке к занятию.

Работа над нестандартными заданиями также связана с деятельностью учащихся по опознанию языковых явлений. Полезность такой работы очевидна: обогащается словарный запас учащихся – за счёт узнавания значений новых слов и уточнения значений уже известных слов – и грамматический строй речи – при попытках выражения своих мыслей с помощью грамматических конструкций определённого стиля речи. Развивается и совершенствуется чувство языка, умение понимать изобразительно-выразительные возможности языковых единиц. Всё это, в свою очередь, способствует развитию творческих возможностей самих учащихся, часто вызывая желание создавать по аналогии свои произведения (сказки, загадки, кроссворды).

Разумное сочетание средств ИКТ и живого великорусского слова, приумноженные профессионализмом учителя, превратят наше молодое поколение в высококультурную просвещённую нацию.

Уроки русского языка открыты для введения средств ИКТ, соответствуя тем самым требованиям нового времени и Концепции модернизации казахстанского образовании.

Библиографический список

1. Чиконина Г. В. Информатизация как фактор обогащения образовательной среды сельской школы // Информационные технологии в образовании : сб. научно-методических материалов. – Новосибирск : Новосиб. гос. ун-т, 2004. – С. 50–69.

ПРОЦЕСС РАЗВЁРТЫВАНИЯ ПРИЛОЖЕНИЙ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СВЯЗИ В ПРЕПОДАВАНИИ ФИЗИКИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СТАНОВЛЕНИИ УЧИТЕЛЯ

Н. Ле Тханг
Тамбовский государственный технический университет, г. Тамбов, Россия

Summary. Application of information and communication technologies as a whole, physics teaching, in particular, there were teachers who answered and executed. However, any concrete process of expansion of appendices. In this article we offer the process of application of information technologies and communication in physics teaching to create the professional teacher.

Key words: ICT appendices, process of implementation, physics teaching, step.

1. Информационные и коммуникационные технологии в преподавании физики.

В настоящее время информационные и коммуникационные технологии применяются во всех областях. В образовании и обучении Тамбовской области информационные технологии и связи внесли свой вклад в модернизацию объектов, учебного оборудования, что способствует инновации методов обучения. Специалистов интересуют действенность применения информационных технологий и то, как эти технологии используются в системе обучения? Произвели ли они положительное действие? Имеются ли ограничения для их использования, которые требуют внимания?

Действие информационных и коммуникационных технологий может быть обобщено:

– Информационные и коммуникационные технологии способствуют формированию профессиональных навыков преподавания для учителей

– Информационные и коммуникационные технологии способствуют преодолению простой передачи знаний – одностороннего обучения, когда студенты являются пассивными реципиентами.

– Использование информационных технологий поможет создать эффективные формы обучения.

– Применение информационных и коммуникационных технологий способствует повышению информированности и эффективности использования средств обучения.

– При обилии информации и коммуникационных технологий учителями должны выбираться соответствующие содержанию и методам обучения.

– С помощью информационных и коммуникационных технологий преподаватель может создать условия для организации обсуждения, дискуссии со студентами, что помогая им укреплять сотрудничество в процессе учебы .

2. Процесс применения информационных технологий в преподавании физики

При применении информационных и коммуникационных технологий в преподавании необходимо будет и учителям, и ученикам использовать компьютеры. Процесс подготовки к занятию и работы в классе имеют свои уникальные характеристики и могут быть разделены на следующие шаги:

Шаг . Определение целей, содержания уроков

Учитель определяет цели, конкретное содержание каждой части занятия. Это традиционный план урока, соответствующий обычной форме, без использования компьютера и программного обучения.

Например: изучая тему "Электрическое поле", мы определили следующие цели обучения:

– Ответьте на вопрос: что такое электрическое поле?

– Основной характер электрического поля?

– Объясните, что такое вектор напряжённости электрического поля.

– Как вы различаете вектор экспрессии напряжённости электрического поля и напряжённости электрического поля точечного заряда.

– Каково ваше понимание содержания магнитного принципа суперпозиции полей.

Шаг 2. Выбор видов деятельности, использование информационных и коммуникационных технологий.

Учитель находит способы использовать сильные стороны компьютера и программного обеспечения обучения во время аудиторных занятий и за пределами учебных часов. Мы обращаем внимание на следующие факторы:

– Развивать мышление студентов.

– Соблюдать дисциплину и порядок в классе.

– Определить тип организации класса.

– Определить формы использования компьютера.

Например: могут использоваться информационные и коммуникационные технологии в процессе изучения темы "Электрическое поле":

– Определить основные свойства электрического поля.

– Разработать концепцию изучения вектора напряжённости электрического поля.

Шаг 3. Используйте программное обеспечение конструкции модуля.

Учителя изучают программное обеспечение и технические средства для разработки модулей в соответствии с содержанием выбранного материала. При проектировании модули должны основываться на содержании, последовательности логической схемы. В частности, для определения использования учебных разработки программного обеспечения при создании новых концепций в изучении законов физики. С другой стороны, при разработке модуля необходимо обратить внимание на его эффективное использование.

Например. При работе можно использовать информационные и коммуникационные технологии. Мы используем программное обеспечение на физических экспериментах на кафедре физики – в университете Винь и применяем их, исходя из цели урока.

Шаг 4. Интеграция модуля в планы уроков.

Переработанный редактор сообщений, которые определяют деятельность преподавателя при использовании программного обеспечения. Часть содержания учебных планов преподаётся при эксплуатации заранее разработанных модулей учителя, так что структура урока представляет собой сочетание различных методов обучения. При интеграции также необходимо принимать во внимание различия в подготовке студентов.

Шаг 5. Организация обучения с планом урока, который использует информационно-коммуникационные технологии.

Во-первых, учителю следует подготовить технические средства, такие как компьютеры, проекторы, многофункциональные... Если занятия проводятся в малых группах, то можно установить их заднем сиденье класса. Учителя должны привлекать студентов при подготовке к занятиям.

Шаг 6. Разработка обратной информации.

Учитель должен знать уровень подготовленности студентов (например, их отношение к обучению, результаты предыдущего обучения и т. д.), чтобы иметь возможность настроить класс на восприятие следующей информации.

Эксплуатация и использование информационных и коммуникационных технологий, особенно с использованием компьютеров и программного обеспечения в качестве учебного пособия. позволит создать благоприятные условия для максимального творчества

учащихся в обучении физике. А также сформирует профессиональные качества учителя на требуемом сегодня уровне.

Библиографический список

1. Материалы для учителей реализации программы и учебника 11 класса, летом 2008 года / Министерство образования и обучения.
2. Ле Конг Чием. Использование компьютеров в обучении физике // Образование. – 2005.
3. Нгуен Куанг Лак, Май Ван Чинь. Компьютер как средство обучения. – Университет Винь, 2002.
4. Динь Фан Хой. Мультимедиа в обучении физике // Образование. – 10/2009.
5. Нгуен ле Тханг. Функциональные возможности средств ИКТ в формировании и развитии компетенций учителя физики // Ас. – № 4. – 2012.
6. Забавникова Т. Ю., Нгуен Ле Тханг; Методы формирования квалификационных навыков преподавателя физики с помощью информационно-коммуникационных технологий // Материалы Международной научно-практической конференции, 06–08 декабря, Москва, 2012 г.

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

Н. А. Бабиева
Казанский государственный университет культуры и искусств, г. Казань, Татарстан, Россия

Summary. In article experience of vocational training of students designers on the basis of development of computer technologies at the Kazan state university of culture and arts is considered.

Key words: computer technologies; vocational training; students; designer; information and communication technologies; educational systems.

Информационные процессы, выступающие основой развития цивилизации в современном обществе, открывают широкие возможности для применения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Развитие и применение ИКТ-технологий во всех сферах человеческой деятельности положило начало для процесса информатизации в целом. Сфера образования не является исключением. Подготовка и образование людей, которые не только формируют современное информационное общество, но и которым предстоит жить и работать в этом обществе – это одно из важнейших условий реформирования и модернизации системы образования в России.

В мировом обществе огромное внимание уделяется образовательным системам, направленным на интеллектуальное и нрав-

ственное развитие человека через активизацию самостоятельной, целесообразной деятельности в различных областях знаний.

Огромный поток информации и тенденции быстрого обновления знаний приводят к необходимости пересмотра системы подготовки специалистов, способных:

– адаптироваться к быстро меняющимся условиям современного общества;

– самостоятельно извлекать и обрабатывать информацию, используя информационные ресурсы, не только отечественные, но и мировые, для решения поставленных задач;

– самостоятельно приобретать знания и навыки, необходимые для успешной работы и применять их на практике;

– критически мыслить, выделять проблемы и искать пути их рационального решения;

– работать в командах, объединяющих специалистов из различных областей знаний.

Существующая основа профессиональной подготовки будущих дизайнеров включает проектную, производственно-технологическую, организационно-управленческую, аналитическую, научно-исследовательскую деятельность, обеспечивающие общественно-научные, искусствоведческие и технологические знания, с помощью которых появляется возможность проектировать, преобразовывать, творить.

Основной задачей в обеспечении решения задач образования становится овладение компьютерными технологиями, которые являются неотъемлемой частью знаний современного дизайнера.

Хотя в научной литературе сегодня многие авторы отмечают необходимость совершенствования профессиональной подготовки студентов-дизайнеров, пересмотра традиционных подходов, которые не способны в условиях уже сформированного информационного общества обеспечить решение актуальных проблем в сфере подготовки будущего специалиста, необходимо отметить, что система профессионального дизайнерского образования ещё находится на стадии формирования.

Осознание места и роли дизайна как нового вида проектной и художественной деятельности человека ставит перед системой образования задачи подготовки специалистов с развитым комплексом творческих способностей, сформированными эстетическими и художественными взглядами, владеющих проектным мышлением, способных к реализации проектных решений с использованием современных информационно-коммуникационных технологий и технологий программирования. Они должны быть готовы к постоянному саморазвитию и самореализации. В этом контексте особое значение приобретает вопрос обеспечения эффективности подготовки студентов-дизайнеров на основе освоения компьютерных тех-

нологий, с целью дальнейшего использования приобретённых умений и навыков в своей профессиональной деятельности.

Многократные беседы со студентами нашего факультета, будущими дизайнерами, показали, что изучение компьютерных технологий помогает разнообразить учебный процесс, активизирует самостоятельную деятельность, способствует поисковой и творческой деятельности. Компьютерные технологии являются инструментом для реализации студентами своих дизайнерских проектов.

Профессиональная подготовка студентов-дизайнеров в Казанском государственном университете культуры и искусств основывается на требованиях системного, личностно-ориентированного, деятельностного подходов.

Выполнение студентами учебно-ориентированных проблемных заданий объединяет в себе разные формы мыслительных операций, направленных на формирование проектно-образного мышления студентов-дизайнеров, формирование творческих идей, выработку эффективных стратегий для решения проектных творческих задач, выбор материалов и средств визуализации, планирование творческого процесса проектно-художественной деятельности с учётом специфики проектной ситуации. На практических занятиях по курсу «Информационное обеспечение дизайн-проектирования» студенты, разрабатывая электронное учебное пособие, изучают предметную область, выявляют текстовую, графическую, аудиовизуальную информацию. Осуществляют сбор, обработку и систематизацию исходной информации на компьютере, разрабатывают дизайн собственного электронного продукта, что, несомненно, требует качественной компьютерной подготовки студентов. Однако в процессе педагогической деятельности преподаватели уже с первого курса сталкиваются с проблемой несоответствия требований учебного процесса вуза реальному уровню подготовленности выпускников школ к продолжению обучения на качественно новой ступени образования. Решение данной проблемы реализуется нами в развитии творческих способностей студентов, в активизации самостоятельной деятельности, в формировании аналитического и проектно-художественного мышления. Этому способствует включение и активное использование в процессе решения студентами творческих задач таких методов, как системный анализ, моделирование, синтез, абстрагирование и др.

Кроме того, для формирования профессиональной компетентности специалиста-дизайнера, особое внимание нами уделяется применению студентами знаний, умений и навыков из смежных дисциплин и видов деятельности, таких как «Цветоведение», «Композиция», «Шрифты и визуальные коммуникации», «Культурология», «Информационные технологии» и т. д. Этим обеспечивается преемственность как специальных, так и общенаучных дисциплин.

Мы считаем, что компьютерная подготовка студентов-дизайнеров является той базой, на основе которой можно проводить целенаправленную работу по успешному освоению ими специальных дисциплин, обеспечив, тем самым, их конкурентоспособность на современном рынке труда.

ВОЗРАСТАНИЕ РОЛИ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОДГОТОВКЕ ЭКОНОМИСТОВ И МЕНЕДЖЕРОВ

У. Э. Мамбетакунов, З. Т. Суеркулова, Л. А. Талипова
Бишкекская финансово-экономическая академия, г. Бишкек, Кыргызстан

Summary. This article focuses on the content of teaching information technologies technologies for economic and manager's students.

Key words: mathematical methods; database; mathematical approach; information technologies.

Сегодня качественные образовательные услуги необходимы менеджерам, экономистам и предпринимателям, ориентированным на личную инициативу, рыночные условия ведения хозяйства различных форм собственности. При этом важную роль в подготовке специалистов в сфере экономики и управления играют математика и IT.

Но в последние годы математическая подготовка выпускников средних школ ухудшилась. Финансовая математика, даже фрагментарно, не представлена в школьных программах, хотя с житейской, сугубо практической точки зрения, современный молодой человек должен быть ознакомлен с азами финансовой математики даже в том случае, когда он выбирает себе направление будущей деятельности, не связанное с финансами, экономикой и бизнесом. С её помощью решаются многие задачи, которые явно или неявно присутствуют в любой финансово-банковской операции или коммерческой сделке. Принятые в финансовой математике понятия и совокупность разнообразных методов расчёта обязательно используются в качестве исходных инструментов и при создании методов более сложного количественного финансового анализа. Например, при анализе эффективности производственных инвестиций.

Для интерпретации количественной информация представленной статистическими данными рекомендуется применить статистические методы анализа и моделирования, и использовать пакет анализа MS Excel или Stat Graph.

Любая экономическая ситуация, процесс, система определяется совокупностью (множеством) характеристик, наименования и значения которых пополняют базу данных (БД) и хранятся в ней. Такая БД, созданная в среде электронной системы управления базами данных (СУБД), должна представлять собой информационную модель предметной области (ПО), в качестве которой выступает анализируемая (рассматриваемая) экономическая ситуация. Основное требование, предъявляемое к информационной модели – это её адекватность ПО.

В курсе информатики студенты знакомятся с СУБД как с программным продуктом.

Изучая курс экономико-математического моделирования, они изучают математические методы решения практических экономических задач и овладевают электронными средствами их реализации и моделирования. На этом этапе они фактически имеют дело с подсистемой обработки данных экономических системах и процессах. Знакомясь с принципами применения СУБД в условиях реальных хозяйствующих объектов, студенты приобщаются к созданию подсистем сбора и хранения информации, т. е. к проектированию и эксплуатации различных баз данных. Необходимость обосновывать управленческие решения требует умения структурировать информацию в подсистеме её сбора и хранения, извлекать нужные сведения из неё в подсистему обработки данных и оперативно использовать для этого возможности ЭТ. Приобретённые знания позволяют интерпретировать результаты компьютерного моделирования и (или) исследования и на их основе осуществлять принятие управленческих решений в условиях рыночной экономики.

Результаты решения должны трансформироваться в строгие и чёткие формулировки рекомендаций по принятию управленческих решений. Каждая такая рекомендация должна сопровождаться численными оценками ошибки прогноза, степени риска того или иного управленческого решения, а также диапазонами допустимых изменений «управляющих» факторов.

Чтобы проиллюстрировать методические подходы рассмотрим учебную задачу:

1. Влияние рекламы на популярность отелей

Ставится задача. Турфирму курортного города интересует связь между числом отпускников, останавливающихся в отелях, и расходами на рекламу отелей. Взято случайное число отелей – 6, сходных по размеру. Была собрана информация за текущий сезон. Необходимо установить, как зависит число гостей в отелях от объёмов инвестиций в рекламу.

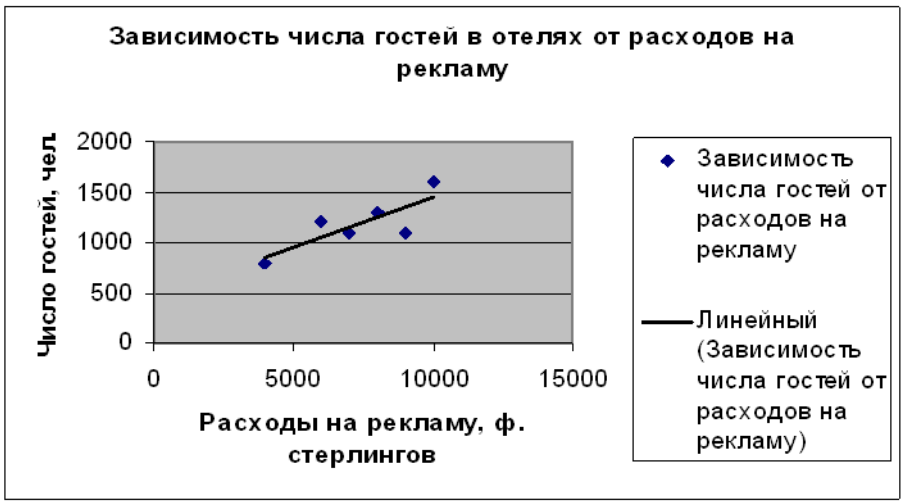


Рис. 1.

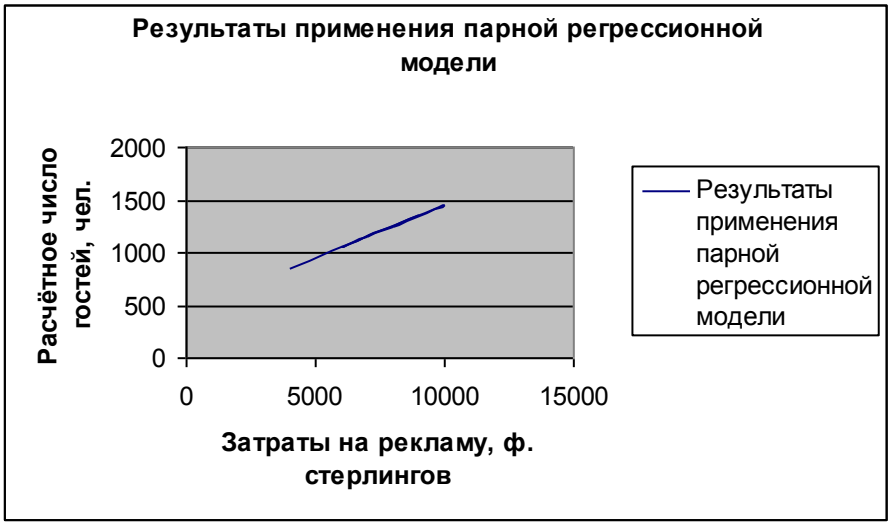


Рис. 2.

Оценка коэффициента корреляции, равная 0,81845, показывает, что между размерами вложений в рекламу и числом гостей существует достаточно сильная линейная связь, поэтому целесообразно использовать модель линейной регрессии. Далее производятся необходимые предварительные расчёты, позволяющие провести параметризацию модели и найти коэффициенты регрессии a=450 и b=0,1. Формула самой модели имеет следующий вид: $Y = a + b * X = 450 + 0{,}1 * X$.

Из модели следует, что если не делать никаких инвестиций в рекламу, то гости всё равно будут останавливаться в отеле, но их число может не превысить 450 человек за сезон. Вложение же в рекламу десяти фунтов стерлингов обеспечивает привлечение примерно одного постояльца дополнительно. Это утверждение практически достоверно, что подтверждается сравнением графика, построенного по исходным статистическим данным.

Из графиков (рис.1–2) видно, что линия тренда на первом из них и расчётный график имеют почти идентичный характер. Расчёты показывают, что стандартная ошибка прогноза составляет 183,6 человека, или примерно 15,5 %.

Библиографический список

1. Abe miz rang, michael sullivan. Mathematics for business and social science / Fourth Edition John Willey Sons. – New York : Toronto-Singapore.
2. Гарнаев А. Ю. Использование MS Excel и VBA в экономике и финансах. – СПб. : Изд-во BHV-Санкт-Петербург, 1999. – 332 с.
3. Эдоус М., Стэнсфилд Р. Методы принятия решений / ЮНИТИ. – М., 1997.

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА НА СООТВЕТСТВИЕ СТАНДАРТУ СТО БР ИББС

А. О. Менщикова, В. И. Любченко, В. В. Вихман
Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия

Summary. The title of the article is «Research of methodology of auditing compliance to the standard of the Bank of Russia». The article is five pages in length. The work presented provides information about the main methods of information security audit, about the standard of the Bank of Russia and audit methodology described therein; reviewed are the latter's capabilities and limitations.

Key words: audit; methodology; information; standard; information security; assessment of efficiency; requirements; control; topicality; certification.

Информация в современном мире является одним из основополагающих ресурсов любой организации, от которого напрямую зависит успешность и прибыльность. Для Банка обработка информации является передовым и «незаменимым средством производства» – в результате обработки им денежные средства дематериализуются и, уже в виде информации, размещаются, хранятся, пересылаются и переоцениваются.

Интеграция информационных систем в деятельность Банковской Системы Российской Федерации (БС РФ) более плотная, что мгновенно обращает на себя внимание при сопоставлении с организациями в других секторах экономики. По своей сути информация в организации БС РФ является основным сырьём для производства услуг, и утрата контроля над информацией грозит организации проблемами на пути к главной задаче коммерческой организации – получению прибыли (ярким примером такой проблемы может служить отзыв банковской лицензии. Только в 2012 году по разным причинам Центробанком было отозвано 30 лицензий на осуществление банковской деятельности).

При таком положении дел и значимости информационных активов часто возникает вопрос об оценке эффективности и правильности действий по защите информации. Одним из способов такой оценки является регулярное проведение аудита.

Аудит информационной безопасности – системный процесс получения объективных качественных и количественных оценок о текущем состоянии информационной безопасности компании в соответствии с определёнными критериями и показателями безопасности. Он является одним из лучших путей для оценки защищённости информации внутри организации без излишних затрат или убытков, связанных со случаями нарушения безопасности.

Актуальность методики проведения аудита состоит в том, чтобы предоставить не только объективную оценку текущего состояния информационной безопасности компании по утверждённым критериям, но и возможность эффективного обеспечения и управления системой безопасности в реальных условиях эксплуатации корпоративной системы.

Проведение аудита системы информационной безопасности компании позволяет обосновать затраты на эту систему, проверить её эффективность, пересмотреть акценты в информационной безопасности.

Условно можно выделить три типа аудита информационной безопасности:

1. Активный – один из самых распространённых видов аудита. Суть состоит в том, что с помощью специального программного обеспечения (в том числе, с помощью систем анализа защищнности) и специальных методов осуществляется сбор информации о состоянии системы защиты. Под состоянием системы защиты понимаются лишь те параметры и настройки, использование которых помогает хакеру получить доступ к информационным активам, а в дальнейшем и нанести урон компании.

2. Экспертный – условно его можно представить как сравнение состояния информационной безопасности с «идеальным» состоянием, которое базируется на следующем:

– требования, которые были предъявлены руководством в процессе проведения аудита;

– описание «идеальной» системы безопасности, основанное на аккумулированном в компании-аудиторе мировом и частном опыте.

3. Аудит соответствия – наиболее приближен к тем формулировкам и целям, которые существуют в финансовой сфере – при проведении данного вида аудита состояние информационной безопасности сравнивается с описанием, приводимым в стандарте Банка России СТО БР ИББС.

Рассмотрим сам стандарт Банка России «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Методика оценки соответствия информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации требованиям СТО БР ИББС-1.0-2010».

Целью используемой в СТО БР ИББС методики является стандартизация подходов и способов оценки, используемых для определения уровня соответствия ИБ организации БС РФ установленным требованиям по следующим направлениям оценки:

– текущий уровень ИБ организации;
– менеджмент ИБ организации;
– уровень осознания ИБ организации.

Задачами методики являются:

– определение состава показателей ИБ и способов их оценивания;
– определение способа оценивания текущего уровня ИБ организации с помощью установления степени выполнения требований, определённых в разделе 7 СТО БР ИББС-1.0;
– определение способа оценивания менеджмента ИБ организации и уровня осознания ИБ
– организации с помощью установления степени выполнения требований, определённых в разделе 8 СТО БР ИББС-1.0;
– определение итогового уровня соответствия ИБ организации требованиям СТО БР ИББС-1.0.
– Причины проведения аудита на соответствие стандарту можно условно разделить по степени обязательности данной услуги по отношению к Банку:
– обязательная сертификация;
– сертификация, вызванная объективными причинами, не зависящими от Банка;
– сертификация, позволяющая получить выгоды в долгосрочной перспективе;
– добровольная сертификация.

В результате аудита информационной безопасности на соответствие требованиям стандарта Банка России СТО БР ИББС кредитно-финансовые организации получают возможность:

– демонстрировать соответствие Системы обеспечения информационной безопасности требованиям Стандарта и уровень информационной безопасности в организации;
– составить план мер по устранению несоответствий и нарушений требований Стандарта в рамках своей инфраструктуры и контролировать его исполнение;
– принимать обоснованные и экономически оправданные решения по корректировке или изменению средств и механизмов защиты информации и бизнеса;

– обладать всей необходимой информацией о структуре и функционировании системы обеспечения безопасности информации;

– поддерживать систему обеспечения безопасности информации в состоянии, не только адекватном существующим бизнес-целям и потребностям организации, но и ориентированном на возможное расширение бизнеса организации;

– должным образом организовывать и интегрировать в существующие бизнес-процессы систему менеджмента информационной безопасности организации;

– принимать действенные меры к повышению уровня доверия к своей организации и бизнесу.

В числе наиболее серьёзных недостатков методики проведения оценки, предписанной стандартом, следует отметить чрезвычайную расплывчатость требований и отсутствие однозначных критериев оценки их выполнения. В целом данный стандарт можно рассматривать как «дорожную карту», позволяющую руководству банка оценивать, насколько полно мероприятия по обеспечению информационной безопасности охватывают различные аспекты деятельности банка, но не позволяющую оценить качество реализаций этих мероприятий.

Можно сказать, что в Стандарте собраны «лучшие практики» в области информационной безопасности. Его ценность заключается в том, что банкам предложен единый комплексный подход к обеспечению защиты информации и информационных технологий, позволяющий одновременно выполнять требования законодательства. При этом каждый банк может самостоятельно или с использованием внешнего аудитора провести оценку степени выполнения у себя требований методики аудита на соответствие СТО БР ИББС и получить количественную оценку. Полученные показатели сравнимы и дают возможность понять, насколько банк продвинулся в направлении защиты ИБ.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СРЕДСТВАМИ ПРОЕКТА «ЭЛЕКТРОННЫЙ ДВОРЕЦ МОЛОДЁЖИ»

М. В. Воробьев, Н. В. Папуловская
Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б. Н. Ельцина,
ГБОУ СО «Дворец молодёжи», г. Екатеринбург, Россия

Summary. The article describes information about increasing the effectiveness of children additional education system of Sverdlovsk region with the project "Electronic Youth Palace" launched in GBOU SO "Dvorets Molodeji".
Keywords: cloud; education; IT; children; management.

Система образования Свердловской области на сегодняшний день насчитывает более тысячи детских образовательных учреждений разных типов и видов. Их посещают полмиллиона детей в возрасте от 6 до 18 лет. Государственное бюджетное образовательное учреждение «Центр дополнительного образования «Дворец молодёжи» (далее – Дворец молодёжи), являясь, согласно Устава, куратором содержания системы дополнительного образования детей в регионе, не может оставаться в стороне от того, что происходит в этой системе.

За прошедшие два года, с карты Свердловской области исчезло 14 учреждений дополнительного образования (было 234, осталось 221). 8 120 детей перестали посещать детские творческие объединения. И причина не только в демографической плоскости.

Серьёзной проблемой, которая уводит вопросы дополнительного образования на второй план, является неумение специалистов дополнительного образования использовать возможности современных коммуникационных технологий, в том числе Интернет. Отсутствие представительства учреждения в сети Интернет означает его отсутствие в современном информационном пространстве. Оно становится известным только узкому кругу специалистов.

Дворец молодёжи как региональный центр дополнительного образования детей функционирует с 1995 года. Среди функций учреждения, кроме реализации образовательных программ для детей, большую часть занимают управленческие задачи, мероприятия по координации и развитию содержания системы дополнительного образования детей Свердловской области. В последние годы Дворец молодёжи, привлекая государственные средства, развивает материально-техническую базу системы.

Управление процессами в образовании невозможно без применения современных информационных технологий. Для повыше-

ния эффективности и оперативности взаимодействия с учреждениями дополнительного образования детей в 2011 году запущен проект «Электронный Дворец молодёжи». До его появления система работы с учреждениями из области строилась средствами сайта Дворца молодёжи, который не удовлетворял всех запросов учреждения. Также использовалась односторонняя рассылка по каналам телефонной компании. Эти инструменты не давали полной обратной связи и возможности выстроить эффективную систему коммуникаций и управления.

Электронный Дворец молодёжи, ставший за два года необходимым инструментарием эффективного управления системой дополнительного образования детей, включает в себя систему электронных программных ресурсов, интернет-порталов Дворца молодёжи, технических средств, моделей информационного взаимодействия, логически связанных между собой. Он предназначен, в первую очередь, для организации целостного информационно-образовательного вектора взаимодействия по различным направлениям работы Дворца молодёжи и системы дополнительного образования, в том числе по поддержке одарённости и творчества детей и молодёжи, гражданско-патриотическому воспитанию, мониторингу и оценке качества образования, а также информационно-просветительской деятельности.

Первым шагом в реализации проекта стали оценка работы информационных каналов, методов информационного взаимодействия, как внутри Дворца молодёжи, так и с внешними контрагентами, анализ существующей системы работы с информацией в учреждении. На основании данного анализа, а также потребностей Дворца молодёжи было приобретено современное оборудование, представляющее собой небольшую промышленную систему обработки и хранения информации – датацентр. На базе датацентра была развёрнута виртуализированная система серверов. Условно она была названа «Облако», по аналогии с современными тенденциями в технологиях.

Была проведена серьёзная работа по настройке оборудования, оптимизации его под нужды Дворца молодёжи, обеспечения его доступности из различных филиалов Дворца молодёжи. Была создана устойчивая инфраструктура для реализации необходимой образовательной деятельности и управленческого функционала.

В рамках проекта «Электронный Дворец молодёжи» начал функционировать единый портал Дворца молодёжи (http://www.dm-centre.ru), который объединил сетевые информационные ресурсы учреждения и позволил любому человеку не только иметь представление о состоянии системы дополнительного образования детей, Дворце молодёжи, но и влиять на её развитие с помощью интерактивных электронных ресурсов.

В перечень ресурсов вошли порталы патриотического воспитания граждан, электронные фото и видеогалереи, портал музеев образовательных учреждений с возможностью посещения виртуальных экспозиций, специализированные ресурсы для информационного взаимодействия (онлайн-телевидение, телеконференция, корпоративная почта, системы сбора статистической информации и пр.). Сайт Дворца молодёжи имеет официальный статус, а организация информационного взаимодействия была оформлена нормативно приказом директора «Об утверждении Положения о проекте «Электронный Дворец молодёжи». В документе определены суть проекта, цели, задачи, функционал. В соответствии с приказом, содержательное развитие проекта осуществляется всеми структурными подразделениями образовательного учреждения, а также представителями муниципальных образовательных учреждений Свердловской области, общественными организациями и прочими заинтересованными организациями, учреждениями и лицами.

Конечно же, развитие технологий такого рода, как использованные в проекте «Электронный Дворец молодёжи», подразумевает двустороннее движение. Дворец молодёжи, обладая высоким уровнем материально-технического оснащения, выступает в качестве ресурсного центра, в то время как учреждения используют его возможности. Их использование становится обязательным не только в свете современных подходов и наличия возможности выхода в Интернет практически везде, но и в связи с оговоренной в новом ФГОС обязательностью десяти часов внеурочной деятельности детей. И именно здесь актуальными становятся дистанционные технологии, возможность формировать вокруг ребёнка позитивное информационное поле. Данные задачи становится гораздо удобней решать, имея под собой платформу проекта «Электронный Дворец молодёжи».

Дальнейшее развитие проекта предполагает трансляцию идеологии проекта на 28 базовых площадок Дворца молодёжи, которые будут выступать ресурсными центрами в территориях, что позволит объединить систему дополнительного образования детей в единое электронное информационно-образовательное пространство и исключить возможность её сокращения, а также существенно повысить качество дополнительного образования детей.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ И ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е. Р. Енамукова, Е. Г. Овчаренко
Крымский индустриально строительный техникум, г. Крымск, Краснодарский край, Россия

Summary. This article discusses the information competence of a teacher as the competence, by which he is able to implement the development and bringing up the learning function. The role of information culture in pedagogical activity.

Key words: competence; information competence; information culture; pedagogical competence.

Происходящие на великой скорости изменения в социально-культурной и экономической жизни российского общества приводят к тому, что возникли предпосылки появления новой образовательной парадигмы, которая ориентирована не только на производство, но и на личность. И как результат всего этого происходит повышение требований к подготовке будущих выпускников среднего профессионального образования, то есть инженерно-педагогический состав должен подготовить студентов, которые при выходе из стен учебного заведения, будут компетентными, гибкими, конкурентноспособными специалистами. Всё это может быть достигнуто благодаря гибкому индивидуально-ориентированному обучению студентов, умению формирования компетенций, которые необходимы для инновационного развития страны, развитию креативных способностей студентов. Их надо научить одному из центральных умений – «умению самостоятельно учиться». Но не стоит сбрасывать со счетов то, что и преподаватель должен владеть принципиально иными средствами обучения, нежели традиционные средства организации образовательного процесса. На современном этапе развития России, при переходе к постиндустриальному, информационному обществу, «эпоха мела и разговора кончилась», что приводит к возникновению новых, других, более современных средств обучения. В рамках реализации национального проекта «Образование», федерально-целевой программы «Развитие единой образовательной информационной среды», охвата компьютеризацией всех образовательных учреждений использование компьютерной техники в процессе обучения становиться актуальной задачей.

Всё выше сказанное будет достигнуто при условии, если педагог не только в своём жизненном укладе отведёт место и роль ИКТ, но также будет владеть информационной компетенцией и информационной культурой.

Исследованиям в области информационной компетентности посвящены работы В. М. Шепель, С. В. Тришиной, С. Д. Каракозова, Н. Х. Насыровой, А. В. Хуторского, О. А. Кизика и др.

В. М. Шемель рассматривает компетентность, как совокупность знаний, умений, опыта, теоретико-прикладной подготовленности к использованию знаний.

В трудах А. Н. Журавлевой, Н. Ф. Талызиной, Р. К. Шакурова, А. И. Щербакова понятие компетентности трактуется как знания, умения, навыки для осуществления педагогической деятельности. Термин информационная компетентность является ключевым понятием образовательных стандартов второго поколения. Он определяется, как «способность и умение самостоятельно искать, анализировать, отбирать, обрабатывать и передавать необходимую информацию при помощи устных и письменных коммуникативных информационных технологий» [6]. Данная компетенция позволяет педагогу выработать навыки деятельности по отношению к информации, которая содержится как в общеобразовательных дисциплинах, спецдисциплинах, так и в процессе преподавания производственного обучения.

Профессиональная компетентность педагога характеризуется процессом принятия педагогических решений. Способность видеть проблемы, которые возникают в образовательном процессе, самостоятельно ставить конкретные педагогические цели и задачи и находить способы их решения, анализировать и оценивать полученные результаты [5].

Вследствие этого возникает вопрос, каково же место информационной компетентности в структуре общей профессиональной компетентности, каковы её роль и значение в обеспечении наиболее оптимального функционирования профессиональной деятельности в целом и дидактико-методической в частности.

Н. Х. Насырова в своих работах информационную компетентность разбивает на следующие элементы:

- мотивация, потребность и интерес к получению знаний, умений и навыков в области технических, программных средств и информации;
- совокупность общественных, естественных и технических знаний, отражающих систему современного информационного общества;
- знания, составляющие информативную основу поисковой познавательной деятельности;
- способы и действия, определяющие операционную основу поисковой познавательной деятельности;
- опыт поисковой деятельности в сфере программного обеспечения и технических ресурсов;
- опыт отношений «человек – компьютер» [2].

Л. М. Митина выделяет две подструктуры в структуре педагогической компетентности: деятельностную (знания, умения, навыки и способы осуществления педагогической деятельности) и коммуникативную (знания, умения, навыки и способы осуществления педагогического общения) [7].

Следовательно, информационная компетентность педагога не сводится к знаниям и умениям работы на компьютере, а включает в себя известную компетентность педагога в области дидактики и теории воспитания, придерживаясь которой он имеет возможность реализации развивающей и воспитывающей функции обучения.

Наряду с информационной компетентностью рассматривается и информационная культура, так как педагог, а впоследствии и обучающиеся должны обладать культурой обращения с информацией. С этой целью было введено понятие «информационная культура». Данное понятие связанно с двумя фундаментальными понятиями – «информация» и «культура», и как результат этого выделяются два аспекта: информологический и культурологический.

В рамках первого подхода под информационной культурой подразумевается совокупность знаний, умений и навыков поиска, отбора, хранения, анализа информации, то есть всё то, включает в себя информационная деятельность, направленная на удовлетворение информационных потребностей.

В рамках второго подхода содержание определения «информационная культура» расширяется, так как вся накопленная человечеством информация является достоянием мировой культуры.

Рассмотрим содержание информационной культуры в информационном аспекте. Информационная культура – это умение целенаправленно работать с информацией, используя для её получения, обработки и передачи, а также компьютерную технологию, современные технические средства и методы.

Итак, информационная культура – это комплекс знаний, умений, навыков и рефлексивных установок во взаимодействии с информационной средой [3].

Социальный заказ государства определяет задачу для сферы образования – разностороннюю профессиональную подготовку студента, на основе которой молодой человек мог быть востребован и как профессионал, и как адаптированный член общества, который будет принимать на себя ответственность за происходящее, притом мобильно реагировать на события окружающего мира. А это возможно в том случае, если педагоги, используя в своей профессиональной деятельности информационно-коммуникационные технологии, помимо педагогической компетентности, будут обладать и информационной компетентностью и информационной культурой.

Библиографический список

1. Адамчук Д. В. Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности педагога. Социология образования // Инновации в профессиональной школе: сб. научных статей / под ред. В. С. Собкина. – М. : АПО, 2009. – № 8. – 19–33 с.
2. Каракозов С. Д. Информационная культура в контексте общей теории культуры личности // Педагогическая информатика. – 2000. – № 2. – С. 41–54.
3. Краткий справочник школьного библиотекаря. – СПб. : Профессия, 2001. – 352 с. (Сер.«Библиотека»).
4. Тряпицына А. П. Компетентностный подход в педагогическом образовании / под ред. В. А. Козырева, Н. Ф. Радионовой, А. П. Тряпицыной). – СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2006.
5. Щепеткина И. В. Современные требования к подготовке молодых специалистов. // Профессиональное образование. Столица. – 2010. – № 3. – С. 58–60.
6. URL: http://standart.edu.ru/ Стандарт второго поколения
7. Зимняя И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата современного образования. URL: http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm.
8. Тришина С. В. Информационная компетентность как педагогическая категория // Эйдос : интернет-журнал. – 2005. – 10 сентября. URL: http://www.eidos.ru/journal/2005/0910-11.htm.

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

И. Ю. Горохова, Е. С. Милованова
Георгиевский технологический институт,
филиал СКФУ, г. Георгиевск, Ставропольский край, Россия

Summary. In this article the information culture of lecturer is considered. The levels of information culture of foreign language's lecturer are determined.

Key words: information culture; foreign language's lecturer; level of information culture.

В связи с переходом к информационной стадии развития общества основополагающей составляющей эффективности работы образовательных учреждений, подготовки ими конкурентоспособных специалистов, является уровень соответствующей квалификации педагогических кадров. Информационная культура педагога становится важнейшим условием эффективности его профессиональной деятельности в условиях информатизации обучения.

Информационная культура преподавателя – системное полидетерминированное динамическое образование, интегральное свойство личности педагога, определяемое как субъективный, социально значимый способ сочетания информационных технологий с гуманистическими ценностями профессии, воплощающийся в профессиональном поведении.

Современный преподаватель иностранных языков в вузе, помимо знаний по предмету должен обладать знаниями в области применения информационных технологий.

Определим уровни сформированности информационной культуры преподавателей иностранного языка:

Стохастический (низкий) уровень информационной культуры характеризуется неустойчивым отношением преподавателя к информационной реальности. Система знаний в области ИКТ и готовность к их использованию на низком уровне: владеет базовыми навыками работы на компьютере и использует основные возможности ограниченного числа программных средств: операционной системы, текстового процессора, электронных компьютерных словарей, электронной почты, поисковых систем. Умения по организации учебного процесса с использованием компьютерных технологий на низком уровне.

Базовый (средний) уровень информационной культуры обеспечивает устойчиво-положительное отношение преподавателя к информационной деятельности. Данный уровень предполагает владение общей теорией обучения языку с помощью компьютера. Преподаватель более высоко оценивает роль знаний в области информационных технологий и их применения в образовательном процессе; проявляет стремление к информационному взаимодействию между участниками учебного процесса; ему присущ более высокий индекс удовлетворения информационной деятельностью. В целом успешно решаются профессионально-педагогические задачи, предполагающие использование ИКТ. Преподавателем осознаётся необходимость регулярного пополнения знаний в области использования комплекса программных средств для обучения языку.

Интенсивный (высокий) уровень информационной культуры отличается высокой степенью результативности информационной деятельности. Уровень ориентирован на преподавателей в области компьютерной лингводидактики. Такой преподаватель должен владеть компьютерными средствами обучения языку, иметь представление о ресурсах для преподавателей иностранного языка, а также выступать в роли организатора и координатора процесса использования информационных технологий в обучении языку. На высоком уровне сформированности находятся умения решать профессионально-педагогические проблемы с помощью ИКТ. Преподаватели заинтересованно относятся к различным способам повышения уровня своей информационной культуры. Охотно делятся опытом и изучают опыт других.

Библиографический список

1. Бовтенко М. А. Компьютерная лингводидактика : учебное пособие. – М. : Флинта : Наука, 2005.
2. Горохова И. Ю. Подготовка преподавателей колледжа технического профиля к использованию информационных и коммуникационных технологий в образовательном процессе : дис. ... канд. пед. наук. – Ставрополь, 2006. – 197 с.

План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Белоруссии, Болгарии, Ирана, Казахстана, Польши, Украины и Чехии на базе НИЦ «Социосфера» в 2013 году

Все сборники будут изданы в чешском издательстве
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» (Прага)

1–2 июня 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Социально-экономические проблемы современного общества»** (К-06.01.13)

3–4 июня 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Теоретические и прикладные вопросы специальной педагогики и психологии»** (К-06.03.13)

5–6 июня 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Права и свободы человека: проблемы реализации, обеспечения и защиты»** (К-06.05.13)

7–8 июня 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Социогуманитарные и медицинские аспекты развития современной семьи»** (К-06.07.13)

10–11 сентября 2013 г. IV международная научно-практическая конференция **«Проблемы современного образования»** (К-09.10.13)

15–16 сентября 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Новые подходы в экономике и управлении»** (К-09.15.13)

20–21 сентября 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Традиционная и современная культура: история, актуальное положение, перспективы»** (К-09.20.13)

25–26 сентября 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Проблемы становления профессионала»** (К-09.25.13)

28–29 сентября 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Этнокультурная идентичность как стратегический ресурс самосознания общества в условиях глобализации»** (К-09.28.13)

1–2 октября 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Иностранный язык в системе среднего и высшего образования»** (К-10.01.13)

5–6 октября 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Семья в контексте педагогических, психологических и социологических исследований»** (К-10.05.13)

10–11 октября 2013 г. IV международная научно-практическая конференция **«Современная психология на перекрестке естественных и социальных наук: проблемы междисциплинарного синтеза»** (К-10.10.13)

15–16 октября 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Личность, общество, государство, право. Проблемы соотношения и взаимодействия»** (К-10.15.13)

20–21 октября 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Трансформация духовно-нравственных процессов в современном обществе»** (К-10.20.13)

25–26 октября 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов»** (К-10.25.13)

28–29 октября 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Социализация и воспитание подростков и молодежи в институтах общего и профессионального образования: теория и практика, содержание и технологии»** (К-10.28.13)

1–2 ноября 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия»** (К-11.01.13)

3–4 ноября 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования»** (К-11.03.13)

5–6 ноября 2013 г. IV международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы»** (К-11.05.13)

10–11 ноября 2013 г. II международная научно-практическая конференция **«Дошкольное образование в стране и мире: исторический опыт, состояние и перспективы»** (К-11.10.13)

15–16 ноября 2013 г. Международная научно-практическая конференция **«Проблемы развития личности»** (К-11.15.13)

20–21 ноября 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования»** (К-11.20.13)

25–26 ноября 2013 г. II международная научно-практическая конференция **«История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему»** (К-11.25.13)

1–2 декабря 2013 г. III международная научно-практическая конференция **«Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях»** (К-12.01.13)

5–6 декабря 2013 г. II международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы теории и практики лингвострановедческой лексикографии»** (К-12.05.13)

ИНФОРМАЦИЯ О ЖУРНАЛЕ «СОЦИОСФЕРА»

Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера» публикует научные статьи и методические разработки занятий и дополнительных мероприятий по социально-гуманитарным дисциплинам для профессиональной и общеобразовательной школы. Тематика журнала охватывает широкий спектр проблем. Принимаются материалы по философии, социологии, истории, культурологии, искусствоведению, филологии, психологии, педагогике, праву, экономике и другим социально-гуманитарным направлениям. Журнал приглашает к сотрудничеству российских и зарубежных авторов и принимает для опубликования материалы на русском и английском языках. Полнотекстовые версии всех номеров журнала размещаются на сайте НИЦ «Социосфера». Журнал «Социосфера» зарегистрирован Международным Центром ISSN (Париж), ему присвоен номер ISSN 2078-7081; а также на сайтах Электронной научной библиотеки и Directory of open access journals, что обеспечит нашим авторам возможность повысить свой индекс цитирования. **Индекс цитирования** – принятая в научном мире мера «значимости» трудов какого-либо ученого. Величина индекса определяется количеством ссылок на этот труд (или фамилию) в других источниках. В мировой практике индекс цитирования является не только желательным, но и необходимым критерием оценки профессионального уровня профессорско-преподавательского состава.

Содержание журнала включает следующие разделы:

- Наука
- В помощь преподавателю
- В помощь учителю
- В помощь соискателю

Объем журнала – 80–100 страниц.

Периодичность выпуска – 4 раза в год (март, июнь, сентябрь, декабрь).

Главный редактор – Б. А. Дорошин, кандидат исторических наук, доцент.

Редакционная коллегия: Дорошина И. Г., кандидат психологических наук, доцент (ответственный за выпуск), Антипов М. А., кандидат философских наук, Белолипецкий В. В., кандидат исторических наук, Ефимова Д. В., кандидат психологических наук, доцент, Саратовцева Н. В., кандидат педагогических наук, доцент.

Международный редакционный совет: Арабаджийски Н., доктор экономики, профессор (София, Болгария), Большакова А. Ю., доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Института мировой литературы им. А. М. Горького РАН (Москва, Россия), Берберян А. С., доктор психологических наук, профессор (Ереван, Армения), Волков С. Н., доктор философских наук, профессор (Пен-

за, Россия), Голандам А. К., преподаватель кафедры русского языка Гилянского государственного университета (Решт, Иран), Кашпарова Е., доктор философии (Прага, Чехия), Сапик М., доктор философии, доцент (Колин, Чехия), Хрусталькова Н. А., доктор педагогических наук, профессор (Пенза, Россия).

Требования к оформлению материалов

Материалы представляются в электронном виде на e-mail sociosphera@yandex.ru. Каждая статься должна иметь УДК (см. www.vak-journal.ru/spravochnikudc/; www.jscc.ru/informat/grnti/index.shtml). Формат страницы А4 (210 х 297 мм). Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ – 1,25; размер (кегль) – 14; тип – Times New Roman, стиль – Обычный. Название печатается прописными буквами, шрифт жирный, выравнивание по центру. На второй строчке печатаются инициалы и фамилия автора(ов), выравнивание по центру. На третьей строчке – полное название организации, город, страна, выравнивание по центру. В статьях методического характера следует указать дисциплину и специальность учащихся, для которых эти материалы разработаны. После пропущенной строки печатается название на английском языке. На следующей строке фамилия авторов на английском. Далее название организации, город и страна на английском языке. После пропущенной строки следует аннотация (3–4 предложения) и ключевые слова на английском языке. После пропущенной строки печатается текст статьи. Графики, рисунки, таблицы вставляются, как внедренный объект должны входить в общий объем тезисов. Номера библиографических ссылок в тексте даются в квадратных скобках, а их список – в конце текста со сплошной нумерацией. Ссылки расставляются вручную. Объем представляемого к публикации материала (сообщения, статьи) может составлять 2–25 страниц. Заявка располагается после текста статьи и не учитывается при подсчете объема публикации. Имя файла, отправляемого по e-mail, соответствует фамилии и инициалам первого автора, например: **Петров ИВ** или **German P**. Оплаченная квитанция присылается в отсканированном виде и должна называться, соответственно **Петров ИВ квитанция** или **German P receipt**.

Материалы должны быть подготовлены в текстовом редакторе Microsoft Word 2003, тщательно выверены и отредактированы. Допускается их архивация стандартным архиватором RAR или ZIP.

Выпуски журнала располагаются на сайте НИЦ «Социосфера» по адресу **http://sociosphera.com** в PDF-формате.

Образец оформления статьи

УДК 94(470)"17/18"

ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ Г. СЕМИРЕЧЕНСКА В XVIII–XIX ВВ. В ОСВЕЩЕНИИ МЕСТНОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

И. И. Иванов
Семиреченский институт экономики и права,
г. Семиреченск, N-ский край, Россия

QUESTIONS OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF SEMIRECHENSK IN XVIII–XIX IN VIEW OF LOCAL PERIODICAL PRESS

I. I. Ivanov
Semirechensk Institute of Economics and Law,
Semirechensk, N-sk region, Russia

Summary. This article observes the periodicals of Semirechensk as written historical sources for its socio-economical history. Complex of publications in these periodicals are systematized depending on the latitude coverage and depth of analysis is described in these problems.

Key words: local history; socio-economic history; periodicals.

Некоторые аспекты социально-экономического развития г. Семиреченска в XVIII–XIX вв. получили достаточно широкое освещение в местных периодических изданиях. В связи с этим представляется актуальным произвести обобщение и систематизацию всех сохранившихся в них публикаций по данной проблематике. Некоторую часть из них включил в источниковую базу своего исследования Г. В. Нефедов [2, с. 7–8]. …

Библиографический список

1. Богданов К. Ф. Из архивной старины. Материалы для истории местного края // Семиреченские ведомости. – 1911. – № 95.
2. Нефедов Г. В. Город-крепость Семиреченск. – М. : Издательство «Наука», 1979.
3. Рубанов А. Л. Очерки по истории Семиреченского края // История г. Семиреченска. URL: http://semirechensk-history.ru/ocherki (дата обращения: 20.04.2011).
4. Семенихин Р. С. Семиреченск // Города России. Словарь-справочник. В 3-х т. / Гл. ред. Т. П. Петров – СПб.: Новая энциклопедия, 1991. – Т. 3. – С. 67–68.

5. Johnson P. Local history in the Russian Empire, the post-reform period. – New York.: H-Studies, 2001. – 230 p.

Сведения об авторе

Фамилия
Имя
Отчество
Ученая степень, специальность
Ученое звание
Место работы
Должность
Домашний адрес
Домашний или сотовый телефон
E-mail
Научные интересы
Согласен с публикацией статьи на сайте до выхода журнала из печати? **Да/нет** (оставить нужное)

Оплата публикации

Стоимость публикации составляет **150 рублей за 1 страницу**. Выпущенная в свет статья предусматривает выдачу одного авторского экземпляра. Дополнительные экземпляры (в случае соавторства) могут быть выкуплены в необходимом количестве из расчета 150 руб. за один экземпляр.

Оплата производится только после получения подтверждения о принятии статьи к публикации!

Тел. (8412) 21-68-14, e-mail: sociosphera@yandex.ru
Главный редактор – Дорошин Борис Анатольевич.
Генеральный директор НИЦ «Социосфера» –
Дорошина Илона Геннадьевна.

ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» –
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- ✓ учебные пособия,
- ✓ авторефераты,
- ✓ диссертации,
- ✓ монографии,
- ✓ книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии
(в выходных данных издания будет значиться –
Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»)
или в России
(в выходных данных издания будет значиться –
Пенза: Научно-издательский центр «Социосфра»)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- Редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок) – 50 рублей за 1 страницу *.
- Изготовление оригинал-макета – 30 рублей за 1 страницу.
- Дизайн обложки – 500 рублей.
- Печать тиража в типографии – по договоренности.

Данные виды работ могут быть осуществлены как отдельно, так и комплексно.

Полный пакет услуг **«Премиум»** включает:

- редактирование и корректуру текста,
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- печать мягкой цветной обложки,
- печать тиража в типографии,
- присвоение ISBN,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору по почте.

Тираж	**Цена в рублях за количество страниц**				
	50 стр.	**100 стр.**	**150 стр.**	**200 стр.**	**250 стр.**
50 экз.	7900	12000	15800	19800	24000
100 экз.	10800	15700	20300	25200	30000
150 экз.	14000	20300	25800	32300	38200
200 экз.	17200	25000	31600	39500	46400

* **Формат страницы** А4 (210х297 мм). Поля: левое – 3 см; остальные – 2 см; интервал 1,5; отступ 1,25; размер (кегль) – 14; тип – Times New Roman.
Тираж включает экземпляры, подлежащие обязательной отсылке в ведущие библиотеки Чехии (5 штук) или в Российскую книжную палату (16 штук).
Другие варианты будут рассмотрены в индивидуальном порядке.

Научно-издательский центр «Социосфера»
Кафедра иностранных языков факультета государственного управления
Московского государственного университета
им. М. В. Ломоносова
Витебский государственный медицинский университет
Пензенская государственная технологическая академия

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО И ЧЕЛОВЕК

Материалы III международной научно-практической конференции 15–16 апреля 2013 года

Редактор Л. И. Дорошина
Корректор Ж. В. Кузнецова
Оригинал-макет И. Г. Балашовой
Дизайн обложки Ю. Н. Банниковой

Подписано в печать 22.05.2013. Формат 60x84/16.
Бумага писчая белая. Учет.-изд. л. 9,13 п. л.
Усл.-печ. л. 8,49 п. л.
Тираж 100 экз.

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky.
Tel. +420608343967,
web site: http://sociosphera.com,
e-mail: sociosphera@yandex.ru

Типография ИП Попова М. Г.: 440000, г. Пенза,
ул. Московская, д. 74, оф. 211. (8412)56-25-09