



Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
Faculty of Business Administration, University of Economics in Prague
Penza State Technological University
Penza State University

**INFORMATIZATION OF SOCIETY:
SOCIO-ECONOMIC, SOCIO-CULTURAL
AND INTERNATIONAL ASPECTS**

Materials of the V international scientific conference
on January 15–16, 2015

Prague
2015

Informatization of society: socio-economic, socio-cultural and international aspects : materials of the V international scientific conference on January 15–16, 2015. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ». – 93 p. – ISBN 978-80-87966-89-1

ORGANISING COMMITTEE:

Lyudmila I. Naydenova, doctor of sociological sciences, professor of Penza State Technological University.

Ilna G. Doroshina, candidate of psychological sciences, assistant professor, chief manager of the SPC «Sociosphere».

INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD:

Eva Kashparova, PhD, research associate at University of Economics in Prague.

Shakhrutdin G. Seidov, doctor of Political Sciences, professor of Penza State University.

Bozhena Ivanovska, doctor of arts in the field of social science in the Institute of philosophy and sociology of Polish Academy of Sciences.

Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures, quotations, statistics, proper names and other information.

The Conference Proceedings combine the conference materials – articles and theses of researchers and teachers. Theoretical and methodological aspects of research issues of the information society are discussed. Some papers highlight the challenges of information in the context of socio-economic, political and legal processes. A number of publications devoted to the development of modern international relations.

УДК [002:004]:316.774

ISBN 978-80-87966-89-1

The edition is included into Russian Science Citation Index.

© Vědecko vydavatelské centrum
«Sociosféra-CZ», 2015.

© Group of authors, 2015.

CONTENTS



I. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF RESEARCH ISSUES OF THE INFORMATION SOCIETY

Goncharov V. N.

Social and economic aspects of information society6

Селютин Л. Г.

Значение информационного моделирования строительных
процессов и объектов проектирования в современных условиях.....9

II. INFORMATIZATION OF SOCIETY AND CHANGES IN SOCIO-ECONOMIC LIFE OF THE COUNTRY

Kolosova O. Yu.

Informatization of society in the context of social
and economic development..... 11

III. THE PLACE INFORMATION TECHNOLOGIES IN STRENGTHENING THE INTELLECTUAL CAPITAL OF THE SOCIETY

Сорвина М. Ю.

Издательское и газетное дело в регионе Южный Тироль..... 14

Mamedova N. A., Baykova A. N.

Information management tools of social control in the area of procurement
for state and municipal needs..... 20

Eshmetov S. D.

Psycho-pedagogical features of using ICT in the educational process..... 27

IV. INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND THEIR APPLICATION IN THE SOCIAL AND CULTURAL LIFE OF THE COMMUNITY

Бердникова Э. Н.

Проблемы и перспективы развития
виртуальных коммуникаций в рекламе 30

Гулая Т. М., Герасименко Т. Л. Технология мобильного обучения как средство формирования коммуникативной языковой компетенции	34
Забелин В. М. Роль благодарненского уездного земства в телефонизации села Благодарного Ставропольской губернии	39
Marinova S. Tz., Baeva D. C. Firms' Online Catalogues – Provoking Interest in Customers	42
Найденова Л. И. Инженерно-психологические аспекты подготовки бакалавров по направлению «Сервис»	46
Петрова И. А. Обзор аналитических инструментов, использующихся при медиапланировании в интернете	49
Раченкова Г. М. Информационно-коммуникационные технологии как средство расширения образовательного пространства	54
Саетгалиева Ф.Ф. Информатизация и информационное воздействие на массовое сознание.....	57

V. FACTORS INFORMATION SECURITY COMMUNITY

Антонов М. В., Сеидов Ш. Г. Информационное обеспечение международной деятельности Организации договора о коллективной безопасности	59
--	----

VI. POLITICAL AND LEGAL ASPECTS OF INFORMATION PROCESSES IN THE MODERN WORLD

Медведева О. В. Состояние регионального архивного законодательства в России	62
---	----

VII. INFORMATION PROCESSES AND THE DEVELOPMENT OF MODERN INTERNATIONAL RELATIONS

Егоров П. М.

Мнения учащейся молодежи г. Якутска о событиях в Украине
в условиях информатизации общества 64

Makukhin P. G.

Modern Russian educational reforms in light of the ideals of information
(post-industrial) society 69

План международных конференций, проводимых вузами России,
Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Ирана, Казахстана,
Узбекистана, Украины и Чехии на базе НИЦ «Социосфера»
в 2015 году..... 73

Plan of the international conferences organized by Universities of Russia,
Armenia, Azerbaijan, Belarus, Bulgaria, Iran, Kazakhstan, Uzbekistan,
Ukraine and Czech Republic on the basis of the SPC «Sociosphere»
in 2015.....78

Информация о журналах «Социосфера» и «Paradigmata poznání»
Information about the journals «Sociosphere» and «Paradigmata poznání»
Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské
centrum «Sociosféra-CZ»..... 83

Publishing service of the science publishing center «Sociosphere» –
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»..... 91

I. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF RESEARCH ISSUES OF THE INFORMATION SOCIETY



SOCIAL AND ECONOMIC ASPECTS OF INFORMATION SOCIETY

V. N. Goncharov

*Doctor of Philosophical Sciences,
associate professor,
The North Caucasian Federal University,
Stavropol, Russia*

Summary. The main thesis by which characterize development of information society, from the social and economic point of view is an emergence of economy of knowledge. The main factor of social development of information society – production and use of scientific and technical and other information. Thanks to the opportunities opened by information and communication technologies the economic role of knowledge that does them by the main resource of development increases.

Keywords: information society; industrial society; information sector of economy; information and communication technologies.

At the end of the last century the concept of «information society» was submitted by a kind of the theory of post-industrial society which basis was put by Z. Bzhezinsky, D. Bell, O. Toffler. Within understanding of social development as «changes of stages» formation of information society contacted domination of the «fourth» information sector of economy following agriculture, the industry and service economy thus the capital and work as a basis of industrial society give way to information and knowledge [1, p. 110–112]. Development of information technology leads to that in information society classes are replaced socially undifferentiated with «information communities» [10, p. 241].

It is brightly expressed in O. Toffler's reasonings. Toffler presented to a stage of development of society as follows. At first there was «the first wave» which he calls «an agricultural civilization». «From China and India to Benin and Mexico, from Greece to Rome civilizations arose and fell into decay, facing with each other and giving rise to uncountable motley pictures. However fundamental common features were behind these distinctions. Everywhere the earth was the basis of the economy, lives, cultures, the family organization and policy. Everywhere simple division of labor dominated and there were some accurately certain castes and classes: nobility, clergy, soldiers, ilota, slaves or serfs. Everywhere the power was rigidly authoritative. Everywhere the social origin of the person defined his place in life. Everywhere the economy was decentralized so each community made the most part of for what I felt need. Three hundred years ago – plus or minus half-centuries – there was an explosion shock waves from

which bypassed all earth, destroying ancient societies and generating absolutely new civilization. Industrial revolution was such explosion, of course. The released its huge force which extended on the world – «the second wave» – came to contact with institutes of the past and changed a way of life of millions».

To the middle of the XX century of force of «the first wave» were broken and on Earth «the industrial civilization» set in. However her absolute power was short because nearly along with its victory on the world it started being rolled new – the third – the «wave» bearing with itself new institutes, the relations, values [12, p. 85].

As a driving force of history O. Toffler believes scientific and technical progress. Taking into account improvement of the technical systems connected with automation and the computer equipment, O. Toffler made the corresponding assumption of change of nature of work, an education individualization [13, p. 24–25]. «Radical changes in the sphere of production will inevitably cause the social changes capturing spirit. During lifetime of our generation the largest factories and establishments half will become empty and will turn in warehouse or premises. When one fine day we received to the technician, allowing to equip the inexpensive workplace equipped with the clever typewriter or maybe also the copy machine or the computer panel and the telecommunication device in each house, possibilities of the organization of work at home will sharply increase». And further: «Transfer of workplaces to the house and reduction of transport would allow to reduce pollution also. Impact of information and communication technologies on employment varies depending on technology, structure of the market, specifics of the industry. Technological progress often leads to reduction of workplaces as the equipment becomes more and more «intellectual» and demands less than the busy».

There is an assumption that the low price of communications favorably influences other spheres of business as expands communications, lifts spatial limits on business management and reduces need for the personnel. It is difficult to check this assumption as there are no certificates in favor of direct link between the cost of communications and employment. At the same time development of new information services can be led to reduction of employment in traditional branches.

Distribution of information and communication technologies is characterized by pervasive character and speed of introduction in all sectors – in the industry, a services sector, public administration, education [2, p. 80–85]. They make impact and on ordinary life of people, and on formation of their professionalism [4, p. 15–19]. Due to such large-scale influence it would be possible to expect high rates of economic growth. However actually influence of information and communication technologies depends on their social acceptability [7, p. 2–5], on those structural and institutional changes happening, in a varying degree, in professional education [9, p. 204–205] which have to be created for full realization of potential of information and communication technologies.

However these institutional transformations considerably lag behind rates of technological progress [8].

Representatives of the concept of «information society» believe that in this society an object of the labor is information, and a means of labor – information technology; the crucial role in it will belong to «the industry of knowledge» [11, p. 2–4]. Knowledge has indisputable advantages in comparison with material resources – the base of the previous stages of development of society [6, p. 68–71]. Material resources rigidly submit to conservation laws. The social and economic structure of society [5, p. 167–176] which is based on information economy already on the essence avoids the majority of social and economic problems and potentially assumes exponential development of society in its key parameters («knowledge – generates knowledge») [3, p. 7–10].

Bibliography

1. Авдеев Е. А., Бакланов И. С. Информатизация и глобализация: изменения роли знаний в современном обществе // Informatization of society: socio-economic, socio-cultural and international aspects : materials of the IV international scientific conference on January 15–16, 2014. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ». – 208 с. – С. 110–112.
2. Болховской А. Л., Говердовская Е. В., Ивченко А. В. Образование в глобализирующемся мире: философский взгляд // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2013. – № 5. – С. 80–85.
3. Говердовская Е. В. Особенности проектирования образовательного пространства высшей школы в поликультурном регионе // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2014. – № 4. – С. 7–10.
4. Говердовская Е. В., Димидова М. А., Телицына И. В. Формирование профессиональной успешности преподавателя как средство оптимизации воспитательного процесса // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2014. – № 3. – С. 15–19.
5. Ерохин А. М., Ерохин Д. А. Проблема «профессиональная культура ученого» в контексте социологического знания // Наука. Инновации. Технологии. – 2011. – № 5–1. – С. 167–176.
6. Камалова О. Н. Проблема интуитивного познания в иррациональной философии // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2010. – № 4. – С. 68–71.
7. Колосова О. Ю. Техника и социотехноприродные перспективы человечества // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2011. – № 3. – С. 2–5.
8. Колосова О. Ю. Информационное общество: социально-экономический аспект // Информационно-коммуникационное пространство и человек: материалы II международной научно-практической конференции 15–16 апреля 2012 года. – Пенза – Москва – Витебск: Научно-издательский центр «Социосфера», 2012. – 132 с. – С. 55–57.
9. Лобейко Ю. А. Роль акмеологического подхода и рефлексивной педагогики в профессиональном становлении будущего учителя // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. – 2013. – № 1(5). – С. 204–211.
10. Микеева О. А. Анализ методологии и направлений исследований современной социальной реальности // Социально-гуманитарные знания. – 2009. – № 9. – С. 241.
11. Несмеянов Е. Е., Колосова О. Ю. Информационная культура в контексте глобальных процессов // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2014. – № 3. – С. 2–4.
12. Тоффлер О. Третья волна (реферативное изложение) // США – экономика, политика, идеология. – 1982. – № 7.

ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ И ОБЪЕКТОВ ПРОЕКТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Л. Г. Селютина

*Доктор экономических наук, профессор
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Summary. The article discusses the importance of information modeling in the development of modern information society. It is noted that the development of design methods depends on the level of development of software to support BIM. Special attention in the article the author focuses on the characteristics of building information modeling. Emphasizes the need for a modern approach to design – creation of an information model with the ability to provide data in a variety of formats suitable for further work and processing.

Keywords: information; modeling; design; construction.

Использование информационной модели здания облегчает работу на всех этапах проектирования строительного объекта и имеет ряд серьезных преимуществ. Если сравнивать технологию информационного моделирования (BIM) и традиционные системы проектирования, то большое преимущество первого в том, что в итоге получают визуальную модель с возможностью его разделения на этапы строительства. BIM существенно облегчает и упрощает процесс проектирования для проектировщиков, процесс строительства для строителей и процесс эксплуатации для службы эксплуатации. Готовая информационная модель проектируемого объекта используется для создания проектной и рабочей документации, заказа и изготовления строительных конструкций и материалов, заказа и монтажа технического и инженерного оборудования, экономического расчета, организации строительного процесса и организации процесса эксплуатации объекта.

Важно отметить, что информационная модель существует в течение всего жизненного цикла объекта, причем информационная составляющая может изменяться и дополняться, отображая актуальное состояние объекта. Изменения и дополнения могут быть внесены в любой момент времени, на стадии принятия решения или уже после того, как изменения физически произошли на объекте. Технология информационного моделирования показывает возможность сокращения временных и экономических издержек как при проектировании, так и при строительстве. При применении BIM техно-

логии создается сам объект со всеми конструкциями, материалами, инженерными системами с возможностью увязки всех проектных решений.

При этом важно понимать, что информационная модель здания – это виртуальная копия, макет здания, полностью повторяющий реально построенный объект. На начальном этапе построения модель имеет набор информации, как правило, неполный. Затем модель начинает пополняться дополнительной информацией по мере ее поступления и со временем модель становится более полной и насыщенной.

В настоящее время программное обеспечение для поддержки BIM активно развивается. Пул компьютерных программ на данный момент достаточно широк. Специалисты, работающие с BIM моделями, нередко зависят от правильного выбора применяемого программного обеспечения. Поскольку выбор программного обеспечения влияет на дальнейшую работу всей команды проектировщиков и связанных с ними специалистов, этот выбор должен производиться на начальном этапе и быть согласован со всеми участниками проекта. На наш взгляд, такая ситуация не способствует развитию BIM. Проектировщики, которые постепенно переходят на технологию информационного моделирования, находятся в зависимости от компьютерных программ и профессионализма их создателей. Таким образом, развитие методов проектирования зависит от уровня развития программного обеспечения.

Информационная модель здания – это особым образом структурированный и организованный набор информации о всем объекте, позволяющий получить на выходе качественный графический или числовой объект, подходящий для расчета, анализа, корректировки и использования в различных программных продуктах. BIM модель как структурированное облако данных об объекте корректируется и развивается, т.е. проходит путь от низкого уровня детализации к более высокому, в программном продукте в котором она была создана. Но проектировщикам необходимо получать информацию из модели для использования не только в рамках конкретной программы. Поэтому возникает задача для развития технологии информационного моделирования – создавать модели с возможностью предоставления данных в различных форматах, пригодных для дальнейшей работы и обработки.

Современное программное обеспечение предполагает использование информации из модели в различных вариациях, основной перечень которых определен среди специалистов технологии информационного моделирования и активно ими используется. Все эти возможности показывают универсальность и эффективность технологии информационного моделирования как современного подхода в проектировании, и обещает ему устойчивый спрос в будущем среди специалистов строительной отрасли.



II. INFORMATIZATION OF SOCIETY AND CHANGES IN SOCIO-ECONOMIC LIFE OF THE COUNTRY



INFORMATIZATION OF SOCIETY IN THE CONTEXT OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT

O. Yu. Kolosova

*Doctor of Philosophical Sciences,
associate professor,
Stavropol branch of Krasnodar University,
Ministries of Internal Affairs
of the Russian Federation,
Stavropol, Russia*

Summary. Informatization of society assumes that information and knowledge dominate. The information services and all connected with their production, has impact on social and economic development of society. To estimate this process quantitatively, it is necessary to have the relevant statistical and sociological data.

Keywords: informatization of society; social and economic development; information sector; information services; information technologies; communication technologies; social transformations.

It is difficult to measure social and economic impact of information sector on process of informatization of society. From the point of view of statistical and sociological knowledge [8, p. 167–176], the primary branches involved in processing and distribution of information was traditionally analyzed separately. It creates difficulties for national and international statistics on assessment of the situation in this area. In statistical reports on informatization of society there are no corresponding indicators. Other complexity – in definition of that actually represents the information industry. Does it have to include services and production of the equipment, creation of not electronic information, post services, educational space [5, p. 7–10].

Estimates of world information sector the International union of communication give the grounds to assume that it grows quicker, than economy in general. Besides, it isn't subject to impact of economic recessions. Include production of telecommunication and computer services and the equipment, the software, radio and a television broadcasting and the equipment, audiovisual entertainments in it.

Information sector – the dynamic and quickly growing industry being a source of new workplaces. «Information needs of people grow, information

turns into a mass product, becomes economic category, there is an information market, investments into this sphere extend» [7, p. 69]. Impact of information and communication technologies on employment varies depending on technology, structure of the market, the specifics of the industry, processes happening in education [6, p. 15–19]. Technological progress, leveling the value of the person [12, p. 2–4], often leads to reduction of workplaces as the equipment becomes more and more «intellectual» and demands less than the busy.

From the social and economic point of view, the main thesis by which characterize development of informatization of society is an emergence of economy of knowledge (at the end of the last century it was called information economy), continuous improvement of the professional education level [10, p. 204–211] assuming intuitive knowledge [9, p. 68–71]. Number occupied in the sphere of production, processings and distribution of information exceeds number occupied in production of goods. In the developed countries it still in the late eighties exceeded the XX century 50% of total number occupied on what it was stabilized.

The most essential threat of the transition period characterizing informatization of society is division of the people on possessing information, able to handle information and communication technologies and, not possessing such skills. Until information and communication technologies remain at the disposal of small social group, threat to the existing mechanism of functioning of society remains [11, p. 241].

The price for convenience, speed of transfer and obtaining information, various information services – anonymity loss [3, p. 26–32]. All steps on information development of society can be tracked and brought in constantly growing databases. The commercial sector also shows big interest in monitoring of on-line activity as it gives the chance to create detailed portraits of consumer behavior. Compilation by the commercial or financial organizations of data on how and when people buy, poses serious potential threat.

Technological changes can deepen the available geographical and social distinctions. On the other hand, life of people can be improved by means of more convenient access to information and communication services. It is necessary to apply the following principles concerning access to public information [2, p. 32–33]: information has to be open for all; the main information has to be free; information has to be provided constantly, and has to be identical quality. Thus actual there is an understanding of that global social transformations [4, p. 80–85] happen under the influence of information and communication technologies [1, p. 82–84].

Bibliography

1. Goncharov V. N. The social information in the social communication system // European Journal of Natural History. – 2010. – № 3. – С. 82–84.

2. Goncharov V. N. The public information: kinds and properties // *European Journal of Natural History*. – 2011. – № 4. – С. 32–33.
3. Авдеев Е. А., Бакланов И. С. Социокультурная идентификация: формирование социокультурных ориентиров личности в условиях глобализации // *Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история*. – 2013. – № 32. – С. 26–32.
4. Болховской А. Л., Говердовская Е. В., Ивченко А. В. Образование в глобализирующемся мире: философский взгляд // *Экономические и гуманитарные исследования регионов*. – 2013. – № 5. – С. 80–85.
5. Говердовская Е. В. Особенности проектирования образовательного пространства высшей школы в поликультурном регионе // *Экономические и гуманитарные исследования регионов*. – 2014. – № 4. – С. 7–10.
6. Говердовская Е. В., Димидова М. А., Телицына И. В. Формирование профессиональной успешности преподавателя как средство оптимизации воспитательного процесса // *Экономические и гуманитарные исследования регионов*. – 2014. – № 3. – С. 15–19.
7. Гончаров В. Н. Социально-политические аспекты развития информационного пространства // *Информационно-коммуникационное пространство и человек: материалы международной научно-практической конференции 15–16 апреля 2011 года*. – Пенза – Москва – Витебск: Научно-издательский центр «Социосфера», 2011. – 138 с. – С. 68–70.
8. Ерохин А. М., Ерохин Д. А. Проблема «профессиональная культура ученого» в контексте социологического знания // *Наука. Инновации. Технологии*. – 2011. – № 5–1. – С. 167–176.
9. Камалова О. Н. Проблема интуитивного познания в иррациональной философии // *Гуманитарные и социально-экономические науки*. – 2010. – №4. – С. 68–71.
10. Лобейко Ю. А. Роль акмеологического подхода и рефлексивной педагогики в профессиональном становлении будущего учителя // *Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института*. – 2013. – № 1(5). – С. 204–211.
11. Микеева О. А. Анализ методологии и направлений исследований современной социальной реальности // *Социально-гуманитарные знания*. – 2009. – № 9. – С. 241.
12. Несмеянов Е. Е. Ю. А. Жданов о значении немецкой классической философии для изучения современной аксиологии // *Гуманитарные и социально-экономические науки*. – 2013. – № 6. – С. 2–4.



III. INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND THEIR APPLICATION TO THE DEVELOPMENT AND PRESERVATION OF THE INTELLECTUAL CAPITAL OF THE COMPANY



ИЗДАТЕЛЬСКОЕ И ГАЗЕТНОЕ ДЕЛО В РЕГИОНЕ ЮЖНЫЙ ТИРОЛЬ

М. Ю. Сорвина

*Кандидат искусствоведения,
преподаватель
Российский государственный
гуманитарный университет,
г. Москва, Россия*

Summary. This article observes the periodicals of Region Süd-Tirol in the context of the Austrian either Italian identity as written historical sources for its socio-political history. The collapse of the Austro-Hungarian war effort enabled Italian troops to occupy the region in 1918 and its annexation was confirmed in the post-war treaties, which awarded the region to Italy under the terms of the Treaty of Saint-Germain. Under the dictatorship of Benito Mussolini the German population was subjected to an increased forced programme of Italianization. Italy and Austria negotiated the Gruber-De Gasperi Agreement in 1946, put into effect in 1947 when the new republican Italian constitution was promulgated, that the region would be granted considerable autonomy. German and Italian were both made official languages, and German-language education was permitted once more. The implementation of the agreement was seen as satisfactory by neither the German-speaking population nor the Austrian government. In 1996, the Euroregion Tyrol-South Tyrol-Trentino was formed between the Austrian state of Tyrol and the Italian provinces of South Tyrol and Trentino. The aim is to promote regional peace, understanding and cooperation in many areas. Nevertheless South Tyrol remains a net contributor to the Italian national budget. Complex of publications in these periodicals are systematized depending on the latitude coverage and depth of analysis is described in these problems.

Keywords: regional history; social-policy history; Italianization; German-language; autonomy; periodicals.

Перед Первой мировой войной в Южном Тироле выходило несколько немецкоязычных газет. Они издавались в культурных центрах региона – Боцене, Бриксене, Меране и Брунеке. После войны в результате Лондонского секретного договора 1915 года и Сен-Жерменского соглашения 1919 года Южный Тироль был присоединен к Италии. Аннексия бывшей австрийской территории и установление границы на перевале Бреннер означали переход немецкоязычного региона на положение северной итальян-

ской провинции и появление языковой проблемы. В тот момент немецкий этнос еще не осознавал всей опасности этой ситуации, а у власти в Италии находилось умеренное правительство Д. Джолитти.

Однако в 1922 году к власти в Италии пришел фашистский режим во главе с Б. Муссолини, и для региона начались тяжелые времена. Название «Южный Тироль», немецкий язык и культура были запрещены, школьное обучение перешло на итальянский язык, немецкие учителя проходили принудительную ассимиляцию или выслались из региона. Процесс итальянизации затронул 30 тысяч учащихся. Немецкий язык ушел в подполье и жестоко преследовался полицией. Это привело к значительным изменениям и в издательской индустрии.

1. Издательская деятельность каноника Гампера

В первые послевоенные годы (1919-1921) католическая церковь, возмущенная невыполнением Италией обещаний об уважении к национальному самоопределению немцев Тироля, поддержала каноника Михаэля Гампера, взявшегося за восстановление немецких издательств и газет в аннексированном регионе. Гампер возглавил издательство «Tyrolia» и с 1921 года сам начал выпускать газету «Südtiroler Volksbote» («Южно-тирольская народная почта», нем.), поскольку оба выпускающих редактора предпочли остаться на австрийской территории [7, с. 348]. Особенно каноник любил семейное приложение «Reimmichl-Kalender» («Календарь домашнего Михеля», нем.), вышедшее также в 1921 году. В названии использовано имя героя австрийского фольклора – сапожника-сказочника Михля. «Reimmichl-Kalender» был для Южного Тироля проявлением национального духа и говорил с читателями на привычном для них диалекте (Mundart). К тому же Гампер считал, что «...газетные листы – это опавшие листья. День приносит их, и день их уносит. Зато календарь всегда остается в доме, в семье» [3, с. 57].

Первое проявление фашизма в регионе, т.н. «Боценское кровавое воскресенье» 24 апреля 1921 года, когда весенняя ярмарка в Боцене была разгромлена «чернорубашечниками», заставило немецкую прессу насторожиться. На первой полосе боценской газеты «Der Tiroler» («Тиролец», нем.) была опубликована статья об этой варварской акции и убийстве учителя Франца Иннерхофера. Свобода и критичный характер «Тирольца» выразились в резком осуждении не только фашистов, но и властей Боцена, допустивших погром: губернатора края Ператонера газета обвиняла в беспечности: «В городе накануне проведения ярмарки знали, что в Боцен на грузовиках прибывают вооруженные отряды, но меры не были приняты» [5, с. 2].

Дальнейшая судьба «Тирольца», главного «голоса» края стала впечатляющим примером тернистого пути свободной прессы.

2. «Der Tiroler» - «Der Landesmann» - «Die Dolomiten»

Газета «Der Tiroler» была основана в 1882 году. После Первой мировой войны, в 1918 году, ее редактором стал Антон Клотц. Но в 1922 году, когда начались притеснения немецкой прессы в Северной Италии, Клотц эмигрировал в Австрию. После него газету «Тиролец», выходившую под разными названиями, возглавляли разные редактора, в числе которых были каноник Михаэль Гампер, журналист Фридрих Фолгер, политик Тони Эбнер.

Фашистское правительство Италии, запретив название «Южный Тироль», потребовало заменить и заголовок «Тиролец» на безобидный и конформный «Der Landesmann» («Селянин», нем.). С таким названием газета вышла 22 августа 1923 года.

Выпускавшее газету издательство «Tyrolia», руководимое Гампером, поменяло название на «Издательский дом Вальтера фон Фогельвейде», но этим вновь не угодило фашистам. Все немецкие имена по указанию фашистского наместника Этторе Толемеи были запрещены и заменены итальянскими аналогами, а памятник просветителю Вальтеру фон Фогельвейде демонтирован как противоречащий интересам государства. Немецкоязычное издательство стало называться «Casa Editrice Athesia Sarl» («Издательский дом Атезия», итал.) по названию реки Адидже.

Попытка приспособиться к националистическим устремлениям итальянцев и выполнять их требования помогла южно-тирольской прессе, но ненадолго. Политика ассимиляции фашистского руководства требовала установления одноязычной прессы. Это было вызвано еще и тем, что итальянские газеты в тот момент не выдерживали конкуренции на территории немецкоязычного региона. Префектом было предписано предлагать в общественных местах – в кофейнях, на вокзалах и т. д. – равное количество немецких и итальянских газет, но разбирались только немецкие, поскольку большинство жителей региона итальянского языка не знали.

С 1923 года началась чистка кадров в прессе, в результате которой немецкие газеты приобрели конформный облик безликих сельских ведомостей. В июле 1923 года была введена система предупреждения: в случае если газета печатала антифашистскую статью, префект провинции высылал два письма-предупреждения ответственному редактору, после чего в течение года его отстраняли от должности и заменяли более сговорчивым публицистом.

Такая судьба ожидала и «Тирольца». Поменяв название, он вовсе не изменил критического отношения к окружающему и 26 октября 1925 года был закрыт за антифашистские статьи. Через год, 24 декабря 1926 года, строптивый «Селянин» возобновил деятельность и выходил три раза в неделю, но с рядом оговорок и ограничений.

Поскольку еще не все жители перешли на итальянский язык, фашисты стали выпускать с весны 1926 года свою агитационную газету на немецком языке – «Die Alpenzeitung» («Альпийская газета», нем.). Ее навя-

зывали местным жителям и подкрепляли большими субсидиями, несмотря на то, что немецкая пресса к тому моменту уже исчезла и не могла с ней конкурировать.

Злоключения «Селянина» не закончились и с приходом немецких нацистов в 1943 году. В сентябре газету вновь закрыли – на этот раз вступившие в Южный Тироль гитлеровцы. Все имущество издательства было конфисковано и передано национал-социалистическому обществу, которое выпустило свою газету «*Vozner Tagblatt*» («Боценский ежедневный листок», нем.). Редакторов «Селянина» арестовали, а журналист Фридл Фолгер попал в тюрьму Дахау.

Михаэль Гампер, успевший опубликовать в 1940 году статью «*Ein schrecklicher Verdacht*» («Страшные подозрения», нем.), в которой осудил уничтожение нацистами больных и инвалидов, с 1943 года считался в Южном Тироле «врагом общества номер один». По словам журналистки Лилли Грубер: «Гамперу, конечно, было известно, что происходит в Третьем рейхе. Но тогда почему многие в Южном Тироле остались глухи и слепы к реальности?» [2, с. 222]. Когда канонику задавали этот вопрос, он отвечал, что «если бы не поездка в Германию», он сам «возможно, никогда бы не понял, что происходит»: «Как часто мне хотелось в 1939 году, чтобы как можно больше южных тирольцев собственными глазами увидели, что такое империя нацизма» [2, с. 223].

Гампер вынужден был скрываться от нацистов в тосканском монастыре. Там он, предвидя конец войны, писал подробную историю Южного Тироля с конца Первой мировой войны до 40-х годов – в надежде на сочувствие к судьбе края и пересмотр границ. Эта попытка донести до представителей союзников трагедию своей земли ни к чему не привела: изменения границ и воссоединения Тироля не произошло.

В середине марта 1945 года англичане, представлявшие военное правительство союзников, выдали издательству «*Casa Editrice Athesia*» лицензию на издание газеты, и с 19 мая 1945 года она стала выходить под названием «*Dolomiten*» («Доломиты», нем.). С этого момента газета превратилась в главное издание немецкого этноса региона. Она определяла и формировала общественное мнение в Южном Тироле, допуская различные мнения, в том числе и критические. Такая линия поддерживалась каноником Гампером, продолжавшим свою оппозиционную деятельность по отношению к Италии, местному епископату и пассивной Народной партии (SVP). Позиция Гампера стала образцом духовного и патриотического самосознания, а его проповеди определили лицо газеты.

В ответ на программу южно-тирольского политика Сильвиуса Маньяго, будущего южно-тирольского губернатора, выступившего в 1951 году на радио RIAS в Западном Берлине и провозгласившего главной целью создание автономии и умение договариваться с итальянцами, каноник опубликовал в газете «*Dolomiten*» статью «*Der Sturz aus allen Wolken*» («Падение с

облаков», нем.). В ней говорилось: «Полуправда – это путь в ад! Достаточно уже того, что сегодня в нарушение международных договоров треть южных тирольцев вынуждена жить в эмиграции, потому что их заработная плата и рабочие места захвачены иностранными мигрантами, которые вливаются к нам постоянно и систематически из своей страны» [5, с. 108].

Воззвания отца Гампера носили патетический и трагический характер, что объяснялось продолжением и ужесточением итальянской политики геноцида по отношению к немецкому этносу.

Незадолго до смерти, 28 октября 1953 года, каноник опубликовал в газете «Dolomiten» программную статью, ставшую на долгие годы манифестом тирольского патриотического сознания: «Целенаправленное вытеснение нашего народа неумолимо продолжается. Десятки тысяч итальянцев в обход Парижского договора эмигрировали из южных провинций, и в то же самое время возвращение десятков тысяч наших соотечественников из Германии было остановлено после 1945 года. Из года в год процент местного населения стремительно снижается по сравнению с жутким притоком иммигрантов. Почти с математической точностью мы уже можем определить тот момент, когда мы все превратимся в беззащитное меньшинство /.../ И это происходит на территории, где еще недавно итальянцы составляли лишь 3% от общей численности населения. Это марш смерти, в котором мы, южные тирольцы, продолжаем участвовать с 1945 года. Если, конечно, в самый последний час не придет какое-то спасение» [3, с. 158–159].

Каноник Гампер умер в 1956 году. После его смерти права на газету перешли к мужу его племянницы – политику Тони Эбнеру. Редактором газеты после каноника стал Фридл Фолгер, стоявший у истоков антифашистского движения в Южном Тироле и принимавший активное участие в национально-освободительной борьбе.

С начала XXI века совладельцами газеты «Доломиты» являются дети Эбнера, внучатые племянники каноника – Тони и Михль Эбнеры. Они продолжают общественно-политическую линию каноника Гампера и своего отца. В частности это проявилось в недавней жесткой полемике братьев Эбнеров с альпинистом и бизнесменом Р. Месснером, эксплуатирующим культурные ценности региона в целях личного обогащения и проводящим агрессивно-конформистскую агитацию.

У газеты «Доломиты» насчитывается 250 тысяч постоянных читателей, из которых 77 % получают ее по абонементу, а 24 % покупают в торговых точках. Газета выходит шесть раз в неделю в количестве 56 тысяч (пятничный выпуск – 77 тысяч).

3. Пресса Южного Тироля

С 1945 года в Южном Тироле выходили уже две крупные газеты – «Доломиты» на немецком языке и «Альто Адидже» на итальянском. Последняя появилась 24 мая 1945 года [4, с. 77] и была инициативным проектом «Комитета национального освобождения» Италии (Comitato di

Liberazione Nazionale), то есть органом итальянских антифашистов. В редакциях газеты работало около 150 сотрудников, а размер газеты составляет 1 печатный лист. В дальнейшем «Альто Адидже», офис которой находился в г. Тренто, столице итальянского Тироля, составила конкуренцию «Доломитам» и приобрела консервативный характер. Лишь в 70-е годы были заметны некоторые либеральные тенденции и плюрализм мнений по отношению к немецкому этносу, но уже с 1977 года газета вновь стала проводить националистическую политику, направленную на укрепление итальянского языка. В то же время «Альто Адидже» старается привлекать и немцев, поэтому в ней присутствует страница «для наших немецких читателей», где помещены новости на немецком языке и телепрограмма Южного Тироля [4, с. 93].

Позднее в регионе стали выходить еще несколько периодических изданий. В 80-е годы появился еженедельный журнал «Wochenmagazin FF» («Еженедельный журнал FF», нем.): FF расшифровывается как «Fernsehen und Freizeit» («телевидение и свободное время», нем.), но издание не носит развлекательного характера. В «FF» публикуются материалы по истории края, политические статьи с левым уклоном. Наиболее известным руководителем журнала был в 90-е годы журналист Ганс Карл Петерлини, автор книг по истории Южного Тироля.

С 1996 году педагог Арнольд Трибус выпускает левую газету «Neue Südtiroler Tageszeitung» («Новая ежедневная газета Южного Тироля», нем.), ориентированную на социально-политическую тематику. Трибус – ученик известного пацифиста-эколога Александра Лангера, лидера партии «Зеленых». Взгляды Лангера, «строителя мостов между людьми», определили позицию Трибуса. Острые, полемичные материалы, печатавшиеся в этом малотиражном ежедневном издании, не раз влекли за собой судебные разбирательства.

Заключение

Пресса, бесспорно, не в состоянии решить все социокультурные проблемы аннексированного этноса, но по ее показателям можно составить картину внутренних колебаний края в тот или иной период. Например, статистика писем показывает резкий спад читательской активности в годы разочарований (1947 и 1949) или годы национально-освободительной борьбы (1962–1969) [4, с.148, 184]. Таким образом, прессу можно рассматривать не только как фактор влияния, но и как объективное и беспристрастное зеркало настроений в регионе Южный Тироль.

Библиографический список

1. Grote Georg. I bin a Südtiroler: Kollektive Identität zwischen Nation und Region im 20. Jahrhundert. – Bozen : Verlagsanstalt Athesia, 2009.
2. Gruber Lilli. Das Erbe: Die Geschichte meiner Südtiroler Familie. – München : Droemer Verlag, 2012.

3. Marzari Walter, Kanonikus Michael Gamper. Ein Kämpfer für Glauben und Heimat gegen Faschistenbeil und Hakenkreuz in Südtirol. – Wien : Österreichische Landsmannschaft, 2006.
4. Ramminger Helmut K. Dolomiten und Alto Adige: ein Vergleich von Gestaltung und Inhalt der beiden Tageszeitungen der deutsch und italienischsprachigen Volksgruppe in Südtirol von 1945 bis 1972. Studien zur politischen Wirklichkeit, Band 1. – Innsbruck : Inn-Verlag, 1983.
5. Solderer, Gottfried, Baumgartner, Elisabeth. Silvius Magnago. Eine Biografie Südtirols. – Bozen : Raetia, 1996.
6. Der Tiroler, – 26, April, 1921.
7. Wieninger, Karl: Südtiroler Gestalten. Das biographische Bild der deutschen Grenzlandschaft im Süden. – Bozen: Athesia, 1977.

INFORMATION MANAGEMENT TOOLS OF SOCIAL CONTROL IN THE AREA OF PROCUREMENT FOR STATE AND MUNICIPAL NEEDS

N. A. Mamedova

A. N. Baykova

*Candidate of Economic Sciences,
associate professor,
research assistant,
Moscow State University of Economics,
Statistics and Informatics,
Moscow, Russia*

Summary. The article explores the architecture, content, and the current settings of information resources used by the subjects of social control in procurement. The subject of the study is presented: Russian official site for posting procurement, centralized public administration sites, sites of public organizations (associations). Defines the basic conditions for the functioning of information resources needed to implement the special function of social control. Studied the needs and preferences of user's data information resources.

Keywords: dataware; public control in procurement; information resource.

Effective implementation of the measures of social control in procurement is not possible to provide information openness and transparency of public and municipal customers. Speaking about the role of information in the system of social control in procurement, should be understood as information support for the creation of conditions of object information management, providing the necessary information included in the system search tools, receiving, storing, stockpiling, transfer, information processing, organization of data banks [1]. Prerequisite development, implementation and use in the management of information security is to build and operation of information-analytical automated control systems [2]. It is a life-giving information support mechanism, which allows the

subjects of social control to fully realize their powers through an open information field.

In Russia, the contract system in procurement formed and developed in such a way as to ensure maximum transparency of the processes related to the planning, deployment and execution of procurement. The level of information provision is a basic factor determining the effectiveness of the tools of social control [3]. The main indicators of the level of development of information security are the quantitative and qualitative characteristics of information resources used by the subjects of social control. Differentiating the totality of information resources should be allocated to the following groups. Firstly, it is the resources that are created on the initiative of the State – a nationwide official website for posting information about procurement (www.zakupki.gov.ru), centralized government sites. Secondly, it is the resources that are created on the initiative of the subjects of social control – sites of public organizations and associations.

Subjects for the realization of the function of social control needs access to the full, open and reliable information about the activities of customers, specialized organizations, operators of electronic platforms, control authorities in the area of procurement. Using this information the subjects of social control is carried out to monitor the information, tools used to appeal actions (inaction) of officials of customers and other organizations, as well as have the opportunity to take part in public discussion of major purchases. It is on the basis of obtained from official centralized information resource data subjects of public control form their own information resources that illustrate their activities – ongoing research and activities.

The state creates and regulates the formal and centralized information resources (websites). Of course, first of all, these resources are necessary for the functioning of the system of procurement of accommodation through which participants procurement can be informed of planned, ongoing and completed procurement customers. However, the higher the degree of openness of resources than more strictly regulated activity of the customer to deploy the resource documents for procurement planning, carrying out procurement procedures, negotiation and execution of contracts, the more opportunities for public oversight entities to implement a special function. On the other hand, there are resources of information security, which are created and work on the initiative of the subjects of public control in order to promote social goals and outcomes of their activities. These resources are designed to inform the public involvement on a voluntary or other basis of active citizens and civil society organizations in the implementation of the function of social control.

Thus, to answer the question to what extent the resources of information support, as established on the initiative of the state, and at the initiative of subjects of public control, contribute to the development of the system of social control in procurement, should initially determine what parameters and functionality should possess information resources?

The official site for posting procurement, as well as centralized sites of state authorities should in fact be the portals, because these resources are visited by a large number of users and the resource itself contains a lot of services, links and content. In this connection, the user experience provided a clear interface, almost intuitive navigation and original content. Modern user to work effectively on the portal are also required communication services – forums, news ticker with the possibility of thematic subscription, rating data and other feedback. If we consider the classification sign of division portals on the vertical and horizontal, the portal official site for placing procurement, as well as portals and sites of government relate to the vertical structure.

Vertical (specialized) portals as opposed to universal horizontal portals have a specific theme and are designed for a specific range of users. Content vertical portals thematically limited, but it can provide a large number of services. For official portals and centralized sites are characterized by the following features:

- membership of a particular state structure;
- limiting access management portal;
- special order of work with citizens and legal entities;
- strictly legitimate character hosted informational content.

Regarding the content should be noted the following. Content management is carried out by means of special systems – Content Management System (CMS), which is software that functions on the side of the web server and repeatedly simplifies the job site administrator. Using this control system only requires technical skills for editing text and multimedia information. The content of the information content is prepared by experts of government, regulates the operation of the site. The CMS allows you to manage large volumes of structured data (DBMS) using intuitive and user-friendly interface. The total content of the site is a collection of original data unstructured kind, so data management using one of the varieties of CMS: Enterprise Content Management System (ECMS) – content management system size of the organization or Web Content Management System (WCMS) – a system of web content management. The first system is used to structure the data content of the official website for placing procurement, since this content integrates data placed customers. The second type of system is used to control the content of centralized government websites, which provides information on its activities.

The creation and management of work study sites used ready content management system, which differ in the way of work. For example, the pages can be generated by the user's request, the method used in all information resources with the presence of contextual features and advanced search based on a sample user-defined criteria. If you are using a content management system ready for editing site administrator information stored in the database, and the database information should be representation module when processing queries

visitors. The second method works ready content management systems – when the generated pages while editing information by the administrator, the third method is a mixed type.

Most of central government sites as well as the official site for posting procurement function by the third method of content management. This is due to the presence of relatively stable information content – news ticker, user registration module, feedback module with the technical service, module summary data framework, structures, and other contacts; and the presence of a constantly changing (updated) content generated by users (for the official website – customers, other authorized bodies (organizations), operators of electronic platforms).

The result of using a content management system is expressed in the characterization of the information architecture of an information resource, which is the process of systematization of content and site navigation. The main objective of the information architecture – as simple as possible for users to find the information you need with the help of a competent module placement site, hyperlinks, as well as the organization of the amenities a visitor to the site.

Designing information architecture consists of two sequential processes – content analysis of information resources and development process of its structure. Properly designed information architecture has the following advantages:

- high index of relevance of pages in the index of search engines;
- reduction of time spent by the user navigate the site and find the information;
- reduction of the time spent on the site technical support and update the content of the information resource.

Thus, the logical construction modules of the site provide the user with an understanding of the interface and usability services.

Information architecture site of paramount importance attaches organization navigation system, which is a menu system that allows a virtual mode to navigate through the interface and use the resources of the site. It is believed that the perfect navigation does not exist, and the main difficulty is the harmonization of the graphic component, the ratio setting and accommodation modules and hierarchy information content. Speed of movement between pages, working hyperlinks inadmissibility hang processes of displacement and load, moderate contrast of the visual elements, and, of course, the accuracy of the information content is the basic conditions for effective navigation, which are necessary to provide a modern user and that should be the body (organization), administers the information resource. Management sections of the site should be one that is visualized through the navigation menu and organizing a thematic catalog.

Thematic catalog is a collection of links to sites which are united by topic. In the catalog may also include links to various resources that share a common theme, so that the user can switch to other thematically related websites. Despite the fact that usually links to the directory are selected automatically for the functioning of the official website and the sites of centralized government selection

of references made by the moderator, these measures will help to avoid fraud, false references. For sites subjects of public control is more typical automatic selection of links, and if possible free to add links, they must undergo inspection by the moderator to ensure information security.

Subjects of social control, administer information resources should also examine with special attention to the content of the content. Baseline characteristics of the content (literacy, substance, relevance and reliability) provide influx of users. Developers and site administrators should take into account the difference in the speed of the Internet connection users. Using a large number of «heavy» elements – multimedia, graphics, promotional materials leads to a reduction in the speed of loading pages, a system error, which reduces the interest of users to the site.

Another important aspect of setting information architecture and content of the site content is to use duplicate content. First, duplicate content can distort the results of the indexing of pages by search engines. Secondly, it reduces the potential navigational system and loss of members. Content may be duplicated within one information resource, i.e. its contents is repeated on different pages, and may be at different sites, the content of sites where repeated with different domain names. The user can check the uniqueness of the site's content, you can apply for this program, services to check the text for uniqueness (Similar Page Checker, Copyscape, Xenu Sleuth), or use the search engine duplicate content in any search engine.

Even with the obvious differences in the methods of producing content for centralized sites should be noted that the observance of copyright, citation, the presence of links to official sources of information – have the necessary conditions for the formation of content on which depends the quality of the public trust placed in the information resources data. Of particular importance for these conditions are the subjects of social control sites, for which the number of authorized users is one of the performance indicators.

Authorization is a confirmation of the user's identity. Authorization by site administrators determine the level of access rights profile. It also makes clear the system and network resources that the user is at any given time on the site, to perform certain actions, enjoys certain services. User authentication occurs using login and password, registration data, the user fills himself, checking data filling man – one of the standard procedures for registration (to avoid the risk of manipulating data on the number of registered users and their activity on the site). Access password can be assigned automatically to enable or disable the option to change the password authorized user, or may be initially set by the user when registering on the site. Sites subjects of social control often use the option of filling the user profile for more efficient interaction of the type «user – administrator» and «user – the user.» This provides an information exchange, effectiveness feedback growth of volunteerism and other mechanisms of action.

Cumulative system of statistical and analytical information is used by administrators of the site to conduct internal ratings, content updates, verification and diversification of site services. For sites of public organizations are characterized by fast (simple) authorization or lack thereof, in most cases, authorization is required only in special cases – when sending circulation, technical request to participate in a forum or a particular procedure. On the one hand it simplifies the user experience with a site in the early stages, it saves time, serve to maintain the necessary distance and confidentiality of personal data. On the other hand, even a quick authorization allows the site administrator to collect primary statistical data and services for the development of the site can be used processing function offers the user comments or when an error on the site.

Quite rare is the use of complex authorization. An example is the user login to the official website of accommodation to participate in the procurement process of public discussion of major purchases. To do this, the user needs to go beyond the site and register on the portal of public services (<http://www.gosuslugi.ru>), related to the disclosure of personal data long enough identity verification, coding, access and other difficulties to which most people are not used to. It is obvious that in this way the government wants to limit abusive and unprofessional use of the service for the organization of one of the stages of the public discussion of major purchases directly on the official website. But it is also clear that such an approach to reduce the number of user authorization.

Thus, for authorization on the study sites are characterized by the following features:

- protection of data (including personal) from access by third parties;
- establishment and implementation of individual rights of access to system resources (for example, the official site profile determines the ability to work in an open and closed part of the site);
- the possibility of using digital signatures.

Modern information resources should provide the opportunity to work with the services of the site in various programs of the browser, which provide viewing and processing site. This basic characteristic sites of subjects of public organizations, but for sites of government, the official website of this characteristic is not obvious. In this case, the user should be informed that the correct display modules of the site are possible with the opening of a site in one of the browsers. Basic user preferences in Russia are distributed among the following programs browsers: Internet Explorer; Opera; Google Chrome; Mozilla Firefox; Netscape Navigator. For sites of government is characterized by a preference program browser Internet Explorer, this limitation is due, in particular, with the possibilities of operating systems administrators site.

The main purpose of the program is the browser to display the information in well-designed pages. Modern browsers also provide additional features:

- contextual search through the pages;
- check spelling;
- the ability to block pop-up windows;
- warning of the presence and downloading cookie;
- availability of download manager and others.

Browsers differ among themselves interface, features, platforms and Internet protocols, processing speed, relevant pages, features the construction of the results of searches, supported image formats, algorithms, information security. The developers and site administrators should consider these differences to ensure efficient search and you like to work site.

When managing an important information resource tool for promoting thematic profile of the site is exchanging links with other resources. To do this on a site formed by a section where to post links, usually with feedback. Optimize the instrument can by forming a multi-level directory of links or pagination links. All this allows increasing the technical citation index, as well as the overall rankings, that is to optimize the indexing of the site.

Administration of the site is aimed at achieving the same goal – to find the target visitors. Target visitor – a user who is completely satisfied with the result search query, which is oriented to the page of a particular site and can fully use the site's service, realizing the purpose of this resource, the options and features of services that took advantage of, and ideally – become a regular user. To increase the number of users and fixing them on the site used multiple approaches, but there is another approach, the use of which occurs infrequently – a design version of the site for people with disabilities.

Many sites of state authorities declare on their websites version available for visually impaired people, however, in some cases special tools design sites do not apply, then the version of the site is limited to the use of more visually distinguishable font decrease in the number of graphic elements and other tools. There are standards compliance checking the content and structure of the site specific validators (quality system requirements), for example, the standard W3C (<http://www.w3.org/QA/Tools>). In order to match the site an adequate degree of validation is necessary to create a separate site with its own settings and selecting the content. On the page of the site should be accessible to the user manual, can adjust the style of the site, the ability to use the shortcuts. Of course, it should be possible to customize the appearance of information, formation and processing of the request, which will allow the user to easily change the settings, some CSS properties and save them.

Presented in research settings and content features of information resources are the basis of information support system of public control in procurement. A logical continuation of the study is to develop a methodology and

the formation of centralized resources ranking government authorities and resources of public organizations, associations engaged in measures of social control in procurement. With regard to the official website of the All-Russian advisable to conduct a comparative analysis with similar information resources of foreign countries in which we operate contract procurement system.

Bibliography

1. Borisov A.B. Great Dictionary of Economics. – M. : Book World, 2003.– 895 p.
2. Mamedova N.A. The role of automated information systems (AIS) in the implementation of the principles of federal contracting system in the region // Open Education. – 2013. – № 2. – p. 11–15.
3. Turutin E.E. Sailors EV Formation and development of a common information space of Russia: political and economic aspect // Scientific notes KGAVM them. NE Bauman. – 2014. – p. 284–290.

PSYCHO-PEDAGOGICAL FEATURES OF USING ICT IN THE EDUCATIONAL PROCESS

S. D. Eshmetov

*Assistant,
Tashkent University
of Information Technologies,
Tashkent, Uzbekistan*

Summary. Development of human activity resulted in a change of one or another of its structural components such as the subject, the objectives, activities content, system operations ensuring the achievement of goals, means of implementation of these actions. Thus no change occurs in any link taken separately, but in the whole structure . As a result, transformed the traditional and new forms of human activity in the world of work, learning and communication. Modern ICT tools have become a new tool, a tool of human activity.

Keywords: ICT; information and communication; society; development; pedagogue; culture; education.

Creation and development of the information society requires application of information and communication technologies (ICT) in education, which is determined by several factors.

Firstly, the introduction of ICT in education significantly accelerates the transfer of knowledge and experience of life of mankind not only from generation to generation, but also from one person to another.

Second, modern ICT, improving the quality of teaching and learning, allow a person more successfully adapt to social changes.

Third, an active and effective implementation of these technologies in education is an important factor to update education system in accordance with the requirements of modern society.

The use of ICT as a tool is the emergence of new forms of intellectual, mnemonic and creative activities that can be considered as the historical development of human mental processes and to further develop the principles of the historical development of activities in relation to the transition to a post-industrial society. Assimilation of knowledge involves mastering the system generalization, is the main content of knowledge.

The difficulty of reforming education is that the existing ICT tools cannot be added to an existing didactic system and to hope that the revolution in education will happen by itself. It is necessary, as British scientists say, the integration of ICT – infrastructure of education taking into account historical, psychological and philosophical aspects of the problem follow certain theoretical concepts of the learning process.

Nature of ICT tools in a specific way affect the formation and development of human mental structures, including thinking. Printed text which was the main source of information till nowadays based on the principle of abstraction from reality and content is organized as a sequence of phrases in reading order from left to right, that forms the skills of mental activity, which has a structure similar to the printed text, which is characterized by features such as linearity sequence, analytic, hierarchy.

Other means of mass communication – photography, cinema, radio, television – have a structure that is significantly different from the structure of the press. Images and sounds do not direct thinking of listener or viewer from one object to another with intermediate conclusions, as the perception of printed information. Instead, they create a model of recognition, face the sensual side of the subject.

Similarly, printed material and technical means of mass communication have led to gigantic empowerment of human cognition, capturing and sharing experience, the computer increases the potential of the human mind, causes certain changes in the structure of mental activity. In the learning environment, created by ICT, the organization and interpretation of information is the major thing. It can be encoded and presented on the screen in the form of mathematical symbols, tables, charts and graphs, images processes, complemented by sound, color image, etc.

Due to the use, ICT needs revision not only representation of thought; but other mental functions: perception, memory, perceptions, emotions, and others. Psychologists and educators face the problems of conceptual description of the development of human activity and mental functions of human beings in general informatization of all branches of knowledge and use of ICT in the educational process.

Multimedia tools greatly expand the presentation of educational information. The use of color, graphics, sound, all modern multimedia allows you to create an active learning process and increase the interest of students in educational activities. ICT can significantly increase the motivation of students including research on the subject. Individual and collaborative student projects using ICT involve participants in the learning process is already under preparation, promoting the widest possible disclosure of their abilities, activation of mental activity. The use of ICT in the learning process increases the possibility of formulating learning tasks and managing their implementation.

Bibliography

1. Danilova O. V. Workshop on course «The use of modern information and communication technologies in the educational process»: course book for pedagogical universities, – 2007. – 88 p.
2. Traynev V. A. Information Communication pedagogical technologies» : summary and recommendation, – 2006. – 279 p.
3. Traynev V. A. New information and communication technologies in education: information society, information and educational environment, e-pedagogy, block-modular design of information technology, – 2008. – 318 p.



IV. INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND THEIR APPLICATION IN THE SOCIAL AND CULTURAL LIFE OF THE COMMUNITY



ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕКЛАМЕ

Э. Н. Бердникова

*Кандидат культурологии, доцент,
Санкт-Петербургский гуманитарный
университет профсоюзов,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Summary. This article about successful marketing strategy in coordination of supply and demand determined by the accuracy of segmentation of audiences, the possibility to adjust the offer under the rapidly changing demand and hold interest through an intensive communication. Most appropriate for this are online marketing technology, effectively using interactive advantages of virtual communication.

Keywords: marketing strategy; virtual communication; interactive advantages; supply; demand; advertising.

Специалисты с помощью инновационных методов и технологий производят и воспроизводят духовный общественный продукт, влияющий на формирование общественных вкусов, привычек, ценностных ориентации, поведенческой этики, эстетического вкуса и эстетического сознания. Рекламная виртуальная коммуникация все больше стремится к освоению всего многообразия духовных и креативных сил человека, охватывая практически все стороны культурного пространства. Остро проявляется тенденция к сокращению жизненного цикла товаров и услуг, повышается темп обновления, усиливается стремление людей к новизне. В такой ситуации успешность маркетинговых стратегий по согласованию спроса и предложения определяется точностью сегментации аудиторий, возможностью корректировать предложение под быстро меняющийся спрос и удерживать интерес за счет интенсивной коммуникации. Наиболее адекватными для этого оказываются маркетинговые интернет-технологии, эффективно использующие интерактивные преимущества виртуальной коммуникации.

Мощное развитие информационных технологий определило базовые изменения в формах коммуникации – и прежде всего за счет их глобальной виртуализации, в результате которой в пространство виртуальных сетей

переходят многие виды профессиональной и социально-культурной деятельности. Именно посредством виртуальных коммуникаций осуществляется сегодня управление обществом, они становятся важнейшим инструментом, с помощью которого возникает и реализуется власть в обществе. Интерактивные коммуникации поменяли мир повседневности, они расширили возможности социализации, усложнили механизмы формирования идентичности и конструирования моделей субъективности. Совершающийся прорыв в новую реальность порождает новые проблемы, смысловым ядром которых становятся нормы и принципы адаптации человеческого мышления к условиям искусственно созданных и технически обустроенных сред обитания. В России маркетинг уже не молодое направление экономики, но между тем существует проблема «неправильной интерпретации». К сожалению, непонимание сути маркетинга в целом можно встретить почти в каждой третьей российской фирме и многие менеджеры, работающие в организациях, понятия не имеют чем занимается отдел маркетинга. Что касается интернет-маркетинга здесь немного иные проблемы:

- Отсутствие возможности «пощупать товар». Известно, что среди нас живут кинестетики, которые не представляют себе покупку без предварительного тотального «общупывания». Эту проблему легко решить офлайн-консультацией в представительствах магазинов. Также многие интернет-бутики одежды предлагают услугу примерки перед оплатой товара, когда курьер приезжает прямиком домой к клиенту, человек примеряет заказанные вещи и после чего покупает понравившиеся.

- Недоверие к платежным системам – также слегка тормозит интернет-продажи. Ментальность населения имеет привычку относиться ко всему с недоверием. Заказывая товары на просторах интернета, многие опасаются за данные своей карты или паспорта, боятся, что товар потеряется, а деньги не вернут. Вскоре придет понимание того, что деловая репутация магазинов и сервисов оплаты – это очень серьезный вопрос, и портить свою репутацию предпринимателям невыгодно, да и просто незачем.

- На сегодняшний день актуален еще один вопрос, который можно смело отнести к списку проблем, касающихся перспектив развития маркетинга. К сожалению, в России довольно маленькое число компаний (по сравнению с другими странами) способно успешно провести полное маркетинговое исследование, исследовать какую-либо проблему или же придумать и осуществить план рекламной кампании, которая могла бы показать конкретные результаты и гарантировать успешные продажи.

Сегодня конкурировать продуктами или услугами на рынке информационных технологий очень сложно: инновационные решения и разработки не остаются безальтернативными, аналоги быстро тиражируются участниками рынка. Рынок информационных технологий продолжает расти, увеличивается количество игроков, и, как следствие, растет конкуренция. Ситуацию обостряет приход на российский рынок сильных мировых

брендов с традиционной поддержкой агрессивным маркетингом. Брендинг и лояльность покупателей в online постепенно становятся гораздо важнее цен и скорости выхода на рынок. Самые известные бренды обладают такими общими характеристиками, как успешное взаимодействие с потребителями (т. е. быстрое и качественное) и способность к диверсификации. В условиях, когда человек не может ни потрогать, ни понюхать, ни попробовать, то, что хочет купить, ему остается только довериться продавцу. Именно поэтому многое зависит от того, насколько бренд сможет оправдать ожидания покупателя. В Интернете конкуренты находятся так близко, как нигде больше – всего лишь на расстоянии клика мыши, поэтому особенно важен первый положительный опыт покупки, ведь отрицательная репутация распространяется гораздо быстрее, чем положительная.

Доступность информации становится основой жизни каждого нормального человека. Чтобы выжить и добиться успеха в таких условиях, брендам нужно научиться органично интегрироваться в запрашиваемый контент и не забывать об основополагающей части любой торговой марки – внедрение эмоциональных ценностей. Данный тип ценностей отвечает за то, насколько продукты способны пробуждать в нас чувства и определенные эмоциональные состояния. Ценность продукта тем выше, чем более сильные переживания в душе потребителя он вызывает. Стоит отметить, что в отсутствии эмоций (к примеру, если потребитель находится в состоянии депрессии или апатии) решение о покупке не принимается. Понятно, что вызываемые эмоции могут быть различной силы, переживания могут быть вызваны фактом самой покупки или использования продукта. Сама природа эмоциональных переживаний так же может быть различной. Надо помнить так же об эстетических переживаниях, вызванных как произведениями искусства, так и дизайном продукта. Эмоции отражают взаимосвязь результата с ожиданиями и мотивами. Если товар удовлетворяет ожиданиям от совершения покупки, то он вызывает положительные эмоции, если же нет — то отрицательные. В анализе эмоций выделяют три характеристики. Первые описывают качество эмоций: их знак (положительные или отрицательные) и модальность (удивление, радость, негодование, печаль, тревога и т. д.). Вторые — описывают динамику протекания эмоций: длительность, интенсивность, направление и т. д. Третьи — описывают внешние проявления, эмоциональную экспрессию, формы реакций и т. д.

Исследования в рамках модели ценностей потребления не вызывает затруднений. Тут возможны классические формы социологических и маркетинговых исследований: массовые опросы, тесты, фокус-группы и т. п. Вопросы следует формулировать то же по классическому по принципу: «какие эмоции вызывает у вас этот товар?» и «насколько сильны эти эмоции? Оцените по пятибалльной шкале» и т. п. Можно выдвинуть некоторые предположения. К примеру, для того, чтобы понять, какая из тем может стать более явным информационным поводом, можно исследовать, какой

силы эмоции она вызывает. Гипотеза в том, что чем более сильный эмоциональный отклик вызывает тема, тем выше у нее шансы попасть в «повестку дня». Взяв за основу информационно насыщенную пиар-кампанию, необходимо провести исследования познавательных ценностей: насколько нова та информация, которая продвигается в рамках пиар-кампании, как легко потребитель или избиратель понимает и усваивает аргументы, способны ли они самостоятельно придумать поддерживающие и контр-аргументы.

Выходя на два уровня конкуренции: функциональный и уровень эмоциональных ценностей, производители обычно конкурируют друг с другом на уровне технических характеристик товаров, эмоциональных ценностей своих товаров, на основе дизайна продуктов. Конкуренция в области техники и материальной продукции стимулирует развитие и создание новых технологий, в результате чего устаревают актуальные методы производства. Следовательно, конкурентные стратегии компаний должны быть динамичными и развиваться с течением времени, конкурировать следует на основе сочетания технических характеристик и эмоциональных аспектов товаров и услуг.

Технические и эмоциональные аспекты ценности товара переплетаются и выражаются в торговой марке. Материальный товар нуждается в торговой марке, а эмоциональные ценности товара требуют постоянного совершенствования технических характеристик. Имеют место непрерывные взаимодействия. Торговые марки во все большей мере превращаются в некий символ, своеобразное ДНК компании. Они открывают для нас целый мир. Значимость объединенных в ценностном круге элементов во многом зависит от того, на каком рынке оперирует компания (что важнее для ваших покупателей, функциональные особенности или эмоциональный мир, с которым они смогут себя отождествить?), от фазы жизненного цикла товара (новый продукт или же один из многих похожих товаров на рынке) и интенсивности конкуренции (несколько или множество поставщиков такой продукции, степень дифференциации рынка). Очевидно, в основу конкурентных преимуществ могут быть положены оба элемента круга ценности, но необходимо четко осознать, достаточно ли их для того, чтобы отличать компанию от других. В мире, развитие которого непрерывно ускоряется, возможности, приобретаемые при посредстве совершенствования функциональных и эмоциональных аспектов продукции, могут со временем потерять свое изначальное значение.

ТЕХНОЛОГИЯ МОБИЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ЯЗЫКОВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Т. М. Гулая
Т. Л. Герасименко

Доцент,
старший преподаватель,
Московский государственный
университет экономики, статистики
и информатики, г. Москва, Россия

Summary. The article is devoted to the use of innovative technology of mobile learning in language education aimed to meet the standards of Common European Framework of Reference. Mobile-learning is one of the so-called “smart” technologies which increasingly attract the attention of scholars. The smart learning technologies improve learning motivation; facilitate the implementation of the learner-centered approach in teaching and the realization of intellectual and creative potential of students.

Keywords: communicative language competence; language portfolio – ELP; mobile learning; smart technology.

Введение

В век стремительного роста и расширения экономических, политических, образовательных, социальных, культурных связей и глобального обмена информацией потребность владеть умениями, необходимыми для общения в поликультурной и многоязычной Европе, повысила образовательную значимость изучения иностранных языков. Возможность получения образования в учебных заведениях Европы потребовала предоставления основы для взаимного признания присвоенных квалификаций и приобретения коммуникативной языковой компетенции. Коммуникативное обучение иностранному языку является одним из важных вопросов концепции модернизации российского образования. В Государственной программе Российской Федерации «Развитие образования на 2013–2020 годы» отмечено: «Благодаря качественным изменениям в образовательной деятельности, в вузах будут формироваться *реальные условия и возможности для формирования языковой компетентности*. Это, в свою очередь, позволит вывести на качественно иной уровень и развитие международных академических обменов, что для нашей страны, как участницы Болонского процесса, представляется важным» [4]. Достижение этих целей требует единой системы стандартов и оценок уровней владения иностранными языками, а также применения новейших образовательных технологий. Рассмотрению этих вопросов посвящена данная статья.

Систематизация подходов и стандартизация оценок

Совет Европы проделал большую работу по систематизации подходов к преподаванию иностранного языка и стандартизации оценок уровней владения языком, результатом которой стали два практических инструмента: *Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, преподавание, оценка (Common European Framework of Reference: Learning, Teaching, Assessment – CEF)* и *Европейский языковой портфель (European Language Portfolio – ELP)*.

Первый документ формирует критерии определения уровня владения языком, предоставляя систему аттестации по пяти навыкам: чтение, письмо, аудирование, устный диалог и устная презентация (монологическая речь). Были определены шесть уровней владения языком:

A1 – уровень выживания / прорыв (Breakthrough),

A2 – предпороговый/промежуточный уровень (Waystage),

B1 – пороговый уровень (Threshold),

B2 – пороговый продвинутый уровень (Vantage),

C1 – уровень профессионального владения (Effective Operational Proficiency),

C2 – уровень владения в совершенстве (Mastery).

Общая основа для четкого описания целей, содержания и методов, предложенная в «Компетенциях», создает условия для международного сотрудничества в области преподавания современных языков, а разработка объективных критериев оценки уровня владения языком обеспечивает признание квалификационных характеристик, полученных в различных учебных контекстах, что стимулирует образовательную и профессиональную мобильность.

Второй документ – Европейский языковой портфель (ЕЯП). Получая Европейский языковой портфель (ЕЯП), студент должен осознать необходимость и важность самостоятельного изучения языка(ов) на протяжении всей жизни и приобретения умения давать объективную оценку собственному уровню владения различными языковыми навыками. Вся соответствующая информация фиксируется в портфеле и предоставляется при поступлении в высшее учебное заведение или на работу. В настоящий момент существует множество вариантов ЕЯП, но все они обязаны содержать три компонента и базироваться на шести уровнях и пяти навыках, установленных Общеввропейскими компетенциями. Тремя компонентами Европейского языкового портфеля являются [8]:

1. Языковой паспорт: В этой части ЕЯП содержится информация о владельце паспорта, сведения об изучении иностранных языков, формальные и неформальные языковые навыки, опыт межкультурных контактов, оценка уровня владения языком в соответствии с Общеввропейскими компетенциями. Оценка может быть выставлена самим владельцем паспорта, преподавателем, учебным заведением или экзаменационной комиссией с

указанием оснований, времени, места и лица (органа), проводившего аттестацию. Также представлен перечень сертификатов и дипломов, подтверждающих заявленную информацию.

II. Языковая биография: Эта часть «Портфеля» отображает историю изучения языка и фиксирует определенные этапы учебного процесса, что, безусловно, способствует осознанию собственной учебной деятельности, ее объективной оценке и планированию дальнейших этапов. Языковая биография имеет особое значение для владельца ЕЯП.

III. Досье: Этот раздел ЕЯП содержит перечень работ, достижений, которые наилучшим образом демонстрируют языковой потенциал владельца портфеля. Приводятся конкретные события и ситуации межкультурного общения, предоставившие возможность студенту продемонстрировать необходимые языковые умения и навыки [5].

Итак, Европейский языковой портфель совершенствует процесс изучения иностранного языка, делая его более эффективным и мотивированным через привлечение студентов к определению целей учебной деятельности, планированию этапов обучения и проведению аттестаций; таким образом, процесс обучения становится более прозрачным и понятным для самих обучающихся. С другой стороны, ЕЯП является отчетом, предоставляющим достоверную информацию о владельце ЕЯП, его уровне владения языком, опыте межкультурного общения всем, кто заинтересован в получении таких сведений [7].

Технология мобильного обучения и иностранные языки

В настоящее время перед высшей школой стоит задача не только модернизировать содержание учебных курсов, но и ввести новые технологии формирования коммуникативной языковой компетенции будущих специалистов. Развитие и применение ИКТ повышает мотивацию и познавательную активность студентов, помогает интенсифицировать и индивидуализировать обучение, устраняет психологический барьер при использовании иностранного языка как средства общения. Инновационные smart-технологии постепенно входят в практику обучения иностранным языкам, и, благодаря своей доступности, мобильности, простоте использования и дешевизне, становятся привычными и естественными средствами обучения.

Одной из наиболее эффективных smart-технологий является *MALL (Mobile –Assisted Language Learning)* – изучение иностранных языков с применением доступных в любом месте и в любое время портативных мобильных устройств и сервисов Web 2.0. Этот вид обучения идеально отвечает потребностям студентов, так как учащиеся могут выбирать где, когда и как они хотят учиться [1].

Мобильное обучение (mobile learning или m-learning) – личностно-ориентированное обучение. Используя различные инструменты и ресурсы, *mobile learning* предоставляет значительные возможности для персонализации обучения. Оно усиливает переход от традиционного, ориентирован-

ного на преподавателя обучения, к личностно-ориентированному обучению. Доступ к образовательному контенту в любое время и в любом месте создает условия для формального и неформального обучения, как в аудитории, так и вне ее, а образовательные приложения позволяют студентам учиться в своем собственном темпе, создавая индивидуальные траектории обучения.

M-learning – совместное обучение. Используя портативные устройства, студенты общаются, обсуждают различные вопросы, проявляют творческие способности. Например, студенты могут создавать образовательные ресурсы, такие как видео, аудио, фотографии, презентации, диаграммы, используя свои мобильные телефоны, а затем размещать созданные ресурсы на университетском сайте. Используя Skype, студенты могут подключиться и обсудить вопросы, связанные с выполнением заданий, находясь вдали от университета. [2].

M-learning – проектно-ориентированное обучение.

Проектно-ориентированное обучение – это обучение, при котором студенты, работая в малых группах, исследуют поставленные проблемы и решают задачи, одновременно развивая междисциплинарные знания. Портативные устройства могут активно использоваться в планировании, исследовании и презентации, так как работа над проектом требует постоянного контакта участников.

Характеризуя мобильное обучение, можно сказать, что оно нетрадиционно, персонифицировано, непрерывно, повсеместно, уникально. Одним словом, это – smart learning, умное обучение. Оно представляет огромное пространство для инновационной деятельности, которое надо разумно использовать. В распоряжении студента находится постоянно увеличивающийся и совершенствующийся набор ИКТ инструментов. Использование интернет ресурсов, общение в социальных сетях, участие в блогах, работа с подкастами и видеокастами, применение в обучении Skype, внедрение видеоконференций и вебинаров в образовательный процесс, учеба на MOOCs (Massive Open Online Courses) стали повседневной нормой. Студенты имеют возможность слушать лекции профессоров престижных университетов США, Великобритании, Франции, Германии, Италии, общаться со студентами других учебных заведений, участвовать в разнообразных программах обмена [3]. Разумеется, все это осуществляется при наличии определенного уровня развития языковых компетенций, которые формируются в процессе изучения иностранного языка в вузе. Процесс этот весьма длительный, трудоемкий и непрерывный.

Задачи, стоящие перед преподавателями сегодня, следующие:

- мотивировать студента на изучение иностранного языка в течение всей жизни;
- научить грамотно использовать иноязычные информационные Интернет-ресурсы;

- организовать эффективные аудиторные занятия с использованием ИКТ;
- организовать эффективную внеаудиторную учебную работу студента;
- организовать эффективный контроль обучения;
- интегрироваться в глобальное образовательное пространство изучения иностранного языка;
- формировать языковые компетенции, соответствующие российским и европейским стандартам;
- формировать межкультурные компетенции;
- активно использовать инновационные технологии в процессе обучения иностранному языку [6].

Заключение

Быстро развивающиеся мобильные технологии предоставляют широкие возможности изучающим иностранный язык приобретать и практиковать языковые навыки в любом месте и в любое время, принимать участие в процессе обучения и оптимизировать его. Созданный пользователем контент повышает мотивацию к обучению, а сервисы Web 2.0, основной концепцией которых является совместное создание и предоставление информации, позволяют учащимся контактировать не только друг с другом, но и с носителями языка во всем мире.

Преимущества использования сервисов Web 2.0 и мобильных устройств в преподавании и изучении иностранного языка очевидны, и это направление будет, безусловно, развиваться. Применение мобильных устройств имеет потенциал как при смешанном обучении (blended learning), так и при дистанционном обучении, когда преподаватель общается со студентами только онлайн. Аудитория мобильного обучения практически не имеет границ. При правильном использовании, мобильные устройства и инструменты Web 2.0 гарантируют не только удобство и новизну, но и действенное обучение, приносящее реальные, ощутимые практические результаты современному студенту, изучающему иностранный язык. Разработчики учебных программ должны учитывать новые образовательные технологии, а преподаватели овладевать ими и эффективно применять.

Развитие и использование ИКТ, появление огромного количества открытых образовательных ресурсов в сети Интернет дают возможность максимально индивидуализировать обучение и создать новую образовательную систему, использующую простые, удобные и доступные для студентов технологии – Smart Education, то есть гибкое, интерактивное обучение, которое должно обеспечить уровень образования, соответствующий потребностям и возможностям современного мира.

Библиографический список

1. Герасименко Т. Л., Гулая Т. М., Грубин И. В., Жидкова О. Н., Зенина Л. В., Лобанова Е. И., Романова С. А. Лингвострановедческий аспект обучения иностранным языкам с применением современных интернет технологий : коллективная монография МЭСИ. – М., 2013.
2. Герасименко Т. Л., Ковальчук С. В., Мохова О. Л. Возможности и перспективы использования m-learning (мобильного обучения) в процессе изучения иностранного языка // Вестник МГОУ. Серия «Педагогика» – 2013. – № 1. – С. 61–65.
3. Герасименко Т. Л., Гулая Т. М. Опыт использования подкастов и видеокастов при интегрированном обучении профессионально ориентированному деловому английскому языку // Открытое образование – 2013. – № 1. – С. 73–76.
4. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования на 2013–2020 годы». URL : минобрнауки.рф/документы/3409.
5. Kohonen, V. and Wetsthoff, G. Enhancing the Pedagogical Aspects of the European Language Portfolio (ELP). – Strasbourg : Council of Europe, 2001.
6. Komleva N., Danchenok L., Gulaya T. Innovative information environment for enriching education quality. // International Journal of Foresight and Innovation Policy. – 2010. – Т. 6. – № 4. – С. 248–257.
7. Little, D. and Perclová, R. European Language Portfolio: Guide for Teachers and Teacher Trainers. – Strasbourg : Council of Europe, 2001.
8. Morrow, K. “Background to the CEF”. Insights from the Common European Framework. – Oxford : Oxford University Press, 2004.

РОЛЬ БЛАГОДАРНЕНСКОГО УЕЗДНОГО ЗЕМСТВА В ТЕЛЕФОНИЗАЦИИ СЕЛА БЛАГОДАРНОГО СТАВРОПОЛЬСКОЙ ГУБЕРНИИ

В. М. Забелин

*Кандидат исторических наук,
профессор,
Северо-Кавказский социальный
институт, г. Ставрополь, Россия*

Summary. The article describes the main stages of the telephone network in the Stavropol province. Much has been done for this county rural council. Since the hotline was established closer communication between the rural population.

Keywords: phone; zemstvo; population; subscription fee.

Телефон, как средство коммуникативного общения в селах Ставропольской губернии начал распространяться в начале XX века. В объеме данной статьи, рассмотрим этапы деятельности уездной земской управы по развитию телефонной сети в уездном центре – с. Благодарном.

Первопроходцем по установке служебного телефона здесь, как и по многим другим делам, была уездная тюрьма. Что касается гражданского

населения, известно, что в 1908 г. в губернской газете «Наш край» сообщалось о том, что «хороший пример показал недавно один из местных купцов, первый проводивший телефон из своего магазина в дом. Можно надеяться, что многие наши жители последуют этому примеру и Благодарное обзаведется телефоном». Лишь через некоторое время, с введением земства, телефон стал доступен более широким кругам населения. На первом очередном Благодарненском уездном собрании, проходившем с 27 октября по 1 ноября 1913 г. был поставлен вопрос о проведении телефонной линии Благодарное – Ставрополь, соединившей бы Благодарненский, Святокрестовский, Александровский и Ставропольские уезды с губернским центром. В самом Благодарненском уезде было предложено провести линию в следующие села: Высоцкое, Ореховское, Медведское, Шишкинское, Александрийское, Бурлацкое, Спасское, Сотниковское и Довсунское.

Запланировано было проведение телефонной линии в 1914 г. и при обязательном участии вышеназванных земств. Независимо от решения данного вопроса управа ходатайствовала о выделении 150 руб. 90 коп. на оборудование телефонной линии для присоединения к существующей в с. Благодарном, обслуживающей уездные полицейские учреждения.

Уездное собрание, рассмотрев этот вопрос, постановило, средств на проведение телефонной линии по всей территории губернии не выделять, пока все уездные земства не примут участие в субсидировании работ. В то же время, Собрание постановило вместо 150 руб. выделить на телефонизацию с. Благодарного 300 руб. [3].

Первоначально Управа предполагала воспользоваться телефонными столбами полицейской линии, соединявшей Полицейское управление с больницей, квартирой Исправника, командой стражников, тюрьмой и отделением тюрьмы. Однако, столбы оказались настолько ветхими, что подвесить дополнительный провод можно было только при обновлении столбов. По некоторым расчетам, это обошлось бы Управе рублей в 700–800. Таких денег не было. В это время местное купечество и все общественные и правительственные учреждения с. Благодарного выразили желание также иметь телефоны и выделили по 125 руб. на каждый абонемент, с условием, что аппараты станут собственностью абонентов, а оборудование: столбы, провода, коммутатор и инструменты в общем пользовании и не принадлежали никому в отдельности. Управа взяла на себя устройство этой линии и включила в нее свои аппараты. Работы были проведены, и в мае 1914 г. телефон заработал в домах и конторах абонентов.

Теперь Управа подняла следующий вопрос: «Но в виду того, что над этой сетью нет фактически полного хозяина, создается много неудобств, так как, каждому известно, что «без хозяина товар плачет». Если не будет настоящего хозяина, – некому будет следить за правильным функционированием линии, своевременно исправлять порчу аппаратов, линии и т. п. и так дорого стоящая и так долгожданная в с. Благодарном телефонная сеть

быстро испортится и будет никуда негодна, но достаточно заботливой руки и маленькой денежной зарплаты, чтобы на долго сохранить созданное.

Благодарненское Земство, располагая техническими силами, легче, чем либо кто другой, может сделаться хозяином телефонной сети, взяв все в свое ведение и в будущем это будет для Земства доходная статья и доход этот еще более увеличится, когда земский бюджет позволит продолжить линию в уезде и соединит с. Благодарное с другими селами уезда» [2, с. 114].

Поэтому, на Третьем чрезвычайном уездном собрании в августе 1914 г. Управа предложила всем абонентам содержать сеть в течение двух лет, предоставив им в течение этого времени бесплатно пользоваться, но затем, через два года вся линия со всеми аппаратами и др. имуществом должна поступить в полную собственность Земства, которое назначит абонентскую плату. Предполагалось, что к тому времени будет 25 абонентов, оплата 30 руб. в год. В самом земстве было 5 аппаратов. На 1915 г. Земство выделило 600 руб.: уплата жалованья телефонистам – 300 руб., рабочему – 180 и материалы для ремонта – 120 руб. С доводами Управы уездное собрание согласилось [2, с. 113–115].

В ноябре 1915 г. состоялось Третье очередное собрание Благодарненского уездного земства, на котором было сообщено, что намеченный план по переходу телефонной линии в с. Благодарном в собственность земства был успешно выполнен. С сожалением было отмечено, что так и не удалось договориться с земствами других уездов о телефонизации всей губернии. На 1916 г. земское собрание наметило провести телефон в с. Александрию, и для выполнения задуманного выделило 1200 руб. [1, с. 44–45].

Таким образом, мы видим, что появление телефонной линии в с. Благодарном Ставропольской губернии связано с деятельностью Благодарненского уездного земства. Первоначально выступив в качестве совладельца телефонной линии, оно грамотной финансовой и экономической деятельностью перевела ее в земскую собственность, чем в конечном итоге способствовала развитию коммуникативных отношений среди сельского населения.

Библиографический список

1. Горохов Н. III очередное земское собрание // Северокавказское слово. – 1915. – № 270 (12 декабря). – С. 4.
2. Доклады управы третьему чрезвычайному, второму очередному и четвертому чрезвычайному Благодарненским уездным земским собраниям, постановления названных собраний и смета доходов и расходов и раскладка уездного земского сбора по Благодарненскому уезду Ставропольской губернии на 1915 год. – Благодарное : Типография И. Г. Могильченко, 1915. – 196 с.
3. Смета доходов и расходов и раскладка уездного земского сбора по Благодарненскому уезду Ставропольской губернии на 1914 год и доклады управы первому очередному уездному земскому собранию 1913 года и постановления собрания. – Благодарное : Типография И. Г. Могильченко, 1914. – 267 с.

FIRMS' ONLINE CATALOGUES – PROVOKING INTEREST IN CUSTOMERS

S. Tz. Marinova
D. C. Baeva

Ph.D.,
Doctor of Pedagogical Sciences,
University of Ruse Angel Kanchev,
Ruse, Bulgaria

Summary. The paper examines how the mechanisms of the online marketing communications influence the proper positioning of integrated marketing communication virtual tool elements for promoting industrial products. The accent is laid on processes, which lead to popularizing and provoking interest in firms' catalogues of furniture products in the internet space. **Keywords:** online marketing; virtual tools; integrated marketing communications (IMC); online catalogues.

INTRODUCTION

Most of the companies nowadays have a due presence on the Web. The online communications with customers provide an opportunity for attracting and keeping their attention, addressing direct messages and gathering opinions/preferences in order to improve the business and optimize the outcomes. However, the point concerns not a mere presence on the Web, but what kind of a presence in substance, and the essential issue of creating and harmonizing the company's online integrated marketing communications, so as to attract and keep customers' attention [4].

The proper positioning of the IMC virtual tool elements related to industrial production is a new and insufficiently studied domain. The general management of the IMC processes and the achievement of their synergetic effect is an object of a profound research, but herein the **subject of analysis** are the processes, which lead to popularizing and provoking customers' interest in firms' catalogues for furniture production presented for viewing on the Web. **The purpose** of this study is to examine the connections and dependencies of the factor variable *Interest in firm's online catalogues* and the dependent variables: *Regular popularizing of advertizing materials, Influence of marketing and advertising tools, Access to printed catalogues, Luxurious look of the advertising materials and Customer preference of electronic to printed catalogues.*

Stepping on the above stated purpose, the following tasks have been formulated:

– Definition of the online catalogues' role as an IMC marketing tool by identifying the key factors in the process, which have an effect on provoking interest from both customers' and manufacturers' point of view.

– Analysis of the influence and dependencies between the independent factor variables and the dependent factor *Provoking interest in firms' online catalogues of an industrial furniture enterprise*.

The method of research is based on questionnaires filled in by Bulgarian users of specialized catalogue websites, as well as by furniture manufacturers in the region of Ruse, RBulgaria.

EXPOSITION

The representation of the online marketing as a process included in the enterprise activities and as an IMC element is stepping on the following basic virtual components: website designing, participation in social media and networks, realization of promotions and online advertisements, conducting e-mail campaigns [2]. Guided by Duncan's concept of synergy [1], the online marketing should be investigated in two new aspects: 1) as a part of the integrated system of the entire corporative marketing communications; 2) as a strategic coordination of its virtual tools.

Nevertheless the enhancing influence of the synergetic marketing communications, the importance of each component generating the whole is not to be underestimated.

This study is developed to serve furniture production, which belong to the group of low technologies, and more precisely, to the industrial furniture enterprises in the region of Ruse (R Bulgaria), since this sector traditionally generates a good portion of the sales income in the area, amounting to 52 000 000 €. The scope of furniture produced in 2012 was evaluated to 47 000 000 €, and the employees for that fiscal year numbered 2068.

In view of the nature of the investigated matter, it is preferred to use online questionnaires. Online questionnaire enable the analysis of users' opinion who receive advertising materials from furniture companies minimum by two marketing channels, one of them being the WWW. Virtual questionnaire cards are published on the Internet.

The persons inquired were divided into two groups: the first group included Ruse furniture manufacturers, and the second group involved furniture buyers in Bulgaria. For achieving maximum number of customers, the links to the online questionnaires are displayed on a popular website that is designed for publishing online catalogues in priority, www.uchilishtezajeni.com.

The inquired manufacturers were selected from a list received from the National Statistical Institute of Bulgaria. Besides the questionnaire cards sent by e-mail, personal conversations were held for the purpose of survey. The number of furniture manufacturers in Ruse region, who responded to the investigation, was relatively high, 77,08 %. For gaining a maximum authenticity, the questionnaires were filled-in anonymously and voluntarily.

The results from the inquiries were entered and processed using the software packages for statistical analyses *SurveyGizmo Profesional Software*,

SPSSv19, and MS Excel 2010. The data processing approaches are based on statistical works [3].

Some restricting conditions were further set up:

- Enterprises, which are included as objects of analysis, nevertheless their size, ought to be registered according the Commercial Law of Bulgaria; they were required to be furniture manufacturers and their working premises to be located in the Ruse region.

- Customers to be of full legal age and should have purchased pieces of furniture during the last 5 years.

The assumed statistical error is 5 %, and the confidence level of probability is 95 %.

On the basis of the statistical correlation and regression analysis of the questionnaire data, some dependencies are represented and relevant conclusions can be drawn (see Fig.1).

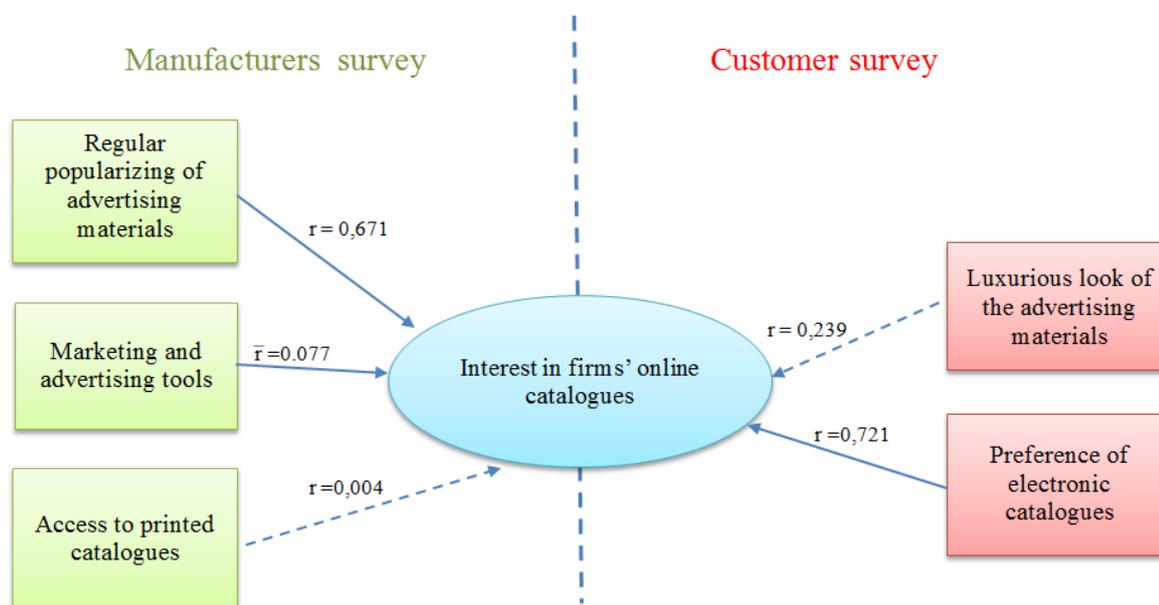


Figure 1. Correlations of the factor Interest in firms' online catalogues

Figure 1 shows the dependencies between the factor variable *Interest in firms' online catalogues* and the dependent variables. The dot line marks the correlation connections, having estimations of weak values according to the empirical rules for interpreting the correlation coefficient. The continuous line marks those dependencies which statistically reflect strong connections ($r > 0,5$ – correlation coefficient). They are the building components of the virtual tools' adequate model of management regarding a furniture industrial enterprise.

The conducted statistical analysis reveals that only two variables, «Regular popularizing of advertising materials» and «Customers' preference for electronic catalogues» provoke the interest in firms' online catalogues.

The data from the regression analysis prove that the values of the estimation parameters are within the permissible intervals and it gives reasons to confirm the assumption for adequacy of the regression model for the investigated dependent variable.

Customer survey	Investigated dependent variable of the model	Regression model estimation parameters	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimation
	Interest in firms' online catalogues		,690	,476	,412	,013
	Investigated independent variable of the model	Criteria for estimating the confidence level of the regression model	VIF	Tolerance	F	Sig
	Preference of electronic catalogues		1,909	,523	34,867	,000

Manufacturers survey	Investigated dependent variable of the model	Regression model estimation parameters	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimation
	Interest in firms' online catalogues		,572	,327	,301	,048
	Investigated independent variable of the model	Criteria for estimating the confidence level of the regression model	VIF	Tolerance	F	Sig
	Regular popularizing of advertising materials		1,486	0,672	12,39	,000
Marketing and advertising tools						

CONCLUSION

The questionnaire data and the statistical analyses allow to make the following **conclusions** concerning the willingness of the Bulgarian furniture customers to respond to the addressed (via the virtual marketing of the business agents) communication messages:

1. The furniture industry should respond to customers' preferences and should enable the promotion of its products via online catalogues.
2. Regardless of the insufficient online sales, the furniture producers should make use of the advertising and sales promoting functions of the online catalogues on the Web.
3. The regular popularizing of advertising materials generates a positive customers' attitude to relevant producer's brand and reinforces the interest in the firms' online catalogues. The latter itself enhances the potentials for reaching the end target of provoking willingness for purchasing or establishing long-term relations with customers.

Bibliography

1. Duncan T. The Concept and Process of Integrated Marketing Communications. – Colorado, 1995.
2. Kotler Ph., Gary Armstrong, Peggy H. Cunningham, Valerie Trifts. Principles of Marketing: Eighth Canadian Edition. – Pearson Canada, 2013.
3. Манов А. Многомерни статистически методи със SPSS. – София : УИ «Стопанство», 2002.
4. Томс Ж., Белогушева Г. Онлайн маркетинг. Мисията още по-възможна. – Сиела, 2007. – ISBN 978-9-54280-159-7 .

ИНЖЕНЕРНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «СЕРВИС»

Л. И. Найденова

*Доктор социологических наук,
профессор,
Пензенский государственный
технологический университет,
г. Пенза, Россия*

Summary. In the article some important problems of preparation of bachelors in the direction of «Service» are described. These problems are associated with engineering and psychological aspects of the future activity of the graduates of this direction. Competence-based approach, which is being implemented now in higher educational institutions of Russia, offers a wide use of innovative methods and technologies in the educational process.

Keywords: engineering psychology; service; information service; higher education; bachelor.

Область профессиональной деятельности бакалавров, обучаемых по направлению «Сервис» (к которому относится и информационный сервис) включает предоставление услуг потребителю в системе клиентурных отношений и согласованных условий.

Профессиональная деятельность бакалавров (выпускников вузов по данному направлению подготовки) будет происходить в процессе взаимодействия с потребителями. Кроме того, для специалистов по сервису важное значение имеют знания сервисной деятельности, способов диагностики, разработки материальных и нематериальных объектов, а также умения использовать эти знания в своей предстоящей деятельности [2, с. 2].

Бакалавр по направлению подготовки «Сервис» (в том числе и по направлению «Информационный сервис») в соответствии с полученной подготовкой может выполнять следующую профессиональную деятельность:

а) Собственно сервисная деятельность. Это экспертиза и диагностика объектов сервиса; выбор средств и способов для оказания услуги.

б) Производственно-технологическая деятельность. Это собственно оказание услуги по запросу клиента; использование информационных систем в своей деятельности; контроль результатов и мониторинг качества сервисных услуг.

в) Организационно-управленческая деятельность. Это означает, что выпускник по направлению подготовки «Сервис» будет участвовать в организационно-управленческой деятельности предприятий сервиса; в организации контактной зоны обслуживания клиентов и в становлении клиентурных отношений; оценка затрат на осуществление сервисной деятельности в рамках предприятия сервиса.

г) Научно-исследовательская деятельность. Это оптимизация сервисной деятельности; исследование спроса клиентов и их потребностей; изучение психологических особенностей клиентов с учетом различных факторов социально-демографического и национально-регионального характера; исследование и реализация способов управления качеством; стандартизация и сертификация результатов сервисной деятельности [2, с. 3].

До 2011 г в государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования входила специальность «Информационный сервис». Выпускники, получившие образование по этой специальности, могут работать в сферах организации информационных услуг, а также в сферах разработки чужотычтующих сервисных проектов и технологий, например, в сфере электронной коммерции, информационных служб организаций и предприятий, и являются специалистами по компьютерным технологиям, в том числе по самым современным Интернет-технологиям.

Все это вызывает необходимость исследовать и знать инженерно-психологические аспекты деятельности специалистов по сервису (в том числе по информационному). Представляется возможным выделить такие аспекты.

1. Инженерно-психологические особенности взаимодействия человека и компьютера. К ним относятся медицинские проблемы вредного воздействия компьютера на нервную систему человека и на его организм. Кроме того, происходит всеобщее проникновение компьютеров в частную жизнь человека, что выражается, например, в необходимости сообщения информации о личности при оформлении не только документов, но и при обращении человека в разнообразные учреждения.

2. Изменение функциональных состояний человека в процессе деятельности системы «человек – машина» (СЧМ). Функциональные состояния (ФС) человека (например, оператора в системе СЧМ) представляют всеобщую характеристику состояний человека с позиций эффективности выполняемых функций и систем, действующих в ее организации. Характеристика составляется по критериям надежности и внутренней оценки результатов деятельности оператора [1, с. 725].

В зависимости от эффективности работы регуляторной системы человека, ФС становится либо оптимальным, либо неоптимальным. Эти состояния, в свою очередь, оказывают значительное влияние на работоспособность человека, работающего в системе СЧМ, и на надежность самой системы СЧМ.

3. Появляются новые особенности труда человека в системе «человек – машина», которые определяются современными тенденциями развития производства и информатизацией многих сфер жизни общества:

1). В результате развития техники быстро растет число управляемых объектов.

2) Развиваются системы дистанционного управления. Вследствие этого человек получает информацию в закодированном виде, что требует повышенной внимательности и умения различать и правильно расшифровать. При этом важным критерием работоспособности человека становится нервно-психическая напряженность его умственной работы.

3) Изменяются сами условия работы человека. Повышение степени автоматизации производственных процессов требует от человека, работающего в системе СЧМ высокого уровня готовности к экстренным действиям при необходимости. При этом человеку часто приходится работать в окружении только одних приборов и устройств, так что в результате может возникнуть своеобразный «конфликт» человека с приборами.

3. Появляются новые требования к профессиональному отбору. Чтобы обеспечить наибольшую эффективность работы систем управления с участием человека, необходим такой профессиональный отбор, который оценивает профессиональную пригодность человека, уровни овладения определенной специальностью, уровни достижения требуемого мастерства и успешного выполнения своих профессиональных действий.

4. Важное значение приобретает групповая деятельность специалистов, в том числе и в сфере сервиса. В идеальном случае для эффективной групповой деятельности каждый работник должен принять общие цели как свои собственные цели, и между членами группы должны быть отношения принятия друг друга и уважения. При этом работники должны иметь оптимальную стрессоустойчивость. В коллективе должны быть резервы для преодоления трудностей. В деловых межличностных отношениях к таким резервам относится то, что работники умеют видеть положительные перспективы своей и групповой деятельности, а также существование демократических отношений по горизонтали и вертикали, и развитие личности работников в процессе совместной деятельности.

Для обеспечения таких ресурсов на практике в Федеральный государственный образовательный стандарт введена необходимость формирования общекультурных и профессиональных компетенций. Обозначены критерии достижения этих компетенций, и их содержание распределено по всем дисциплинам и предметам, включенным в образовательную програм-

му подготовки бакалавров по направлению «Сервис». С 2011 г. содержание подготовки по направлению «Информационный сервис» входит в подготовку по направлению «Сервис», поэтому изучение инженерно-психологических аспектов деятельности специалиста по сервису (бакалавра) является обязательной частью обучения студентов. Необходимо внедрение новых педагогических технологий и инновационных методов (интерактивные технологии, применение электронных образовательных ресурсов) не только в собственно учебном процессе, но и в системе аттестаций различных уровней – от промежуточной до итоговой.

Библиографический список

1. Душков Б. А., Смирнов Б. А., Королев А. В. Психология труда, профессиональной, информационной и организационной деятельности : словарь / под ред. Б. А. Душкова. – 3-е изд. – М. : Академический Проект: Фонд «Мир», 2005.
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 627 «Об утверждении и введении в действие Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100100 сервис (квалификация (степень) «бакалавр») (в ред. Приказа Минобрнауки РФ от 31.05.2011 n 1975). URL: минобрнауки.рф/документы/1940.

ОБЗОР АНАЛИТИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХСЯ ПРИ МЕДИАПЛАНИРОВАНИИ В ИНТЕРНЕТЕ

И. А. Петрова

*Кандидат культурологии, доцент,
Санкт-Петербургский Гуманитарный
университет профсоюзов,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Summary. Media planning in the Internet is newest page in Marketing and Advertising. It has the same features as the mediaplanning of direct mail, press, TV and radio. There are the specific world in the Internet and mediaplanner should consider it. The author of this article explores the social and marketing companies which make sociological and marketing researches in Russia and it helps to do media planning in the Internet.

Keywords: Internet; mediaplanning; mediaplanning in the Internet; sociological and marketing researches; web analytics; target group.

Медиапланирование в интернете сейчас переживает этап становления. С одной стороны, используются подходы, которые применяются в директ-мейле, прессе, телевидении, радио, с другой, у интернет-

медиапланирования есть собственная специфика. Существует и некоторое несоответствие терминологии, принятой в off-line и on-line рекламе. Например, в традиционной рекламе принят термин «сегментация целевой аудитории», а в Интернет-рекламе – «таргетинг».

Основными составляющими любой рекламной кампании являются: бренд/услуга – сообщение – рекламоноситель – целевая аудитория. Чтобы реклама достигла цели, необходимо четко понимать и глубоко изучить эти составляющие.

В медиапланировании существует несколько этапов: составление медиабрифа; определение target group; изучение конкурентного окружения; определение стратегии размещения / выбор сайтов-рекламоносителей; подбор типов Интернет-рекламы; составление и оптимизация рекламной кампании; посткампейн (анализ эффективности рекламной кампании).

Успех продвижения зависит от точного описания target group данной кампании. Существуют многочисленные инструменты для ее изучения.

К основным методам количественных исследований, используемых в рекламе, относятся опрос, наблюдение, карта восприятия. Качественными методами исследований рекламы являются: фокус-группа, анализ протокола, глубинное интервью, эксперимент.

Достоверный результат о размере, составе аудитории Интернета возможно получить лишь с помощью опроса населения страны. Используя остальные методики, нет возможности получить достоверный, объективный результат. Ведущие российские и зарубежные компании занимаются социологическими исследованиями, в которых глобальная компьютерная сеть является объектом для измерений, таким же как и другие медианосители. Впервые подобные исследования начали проводиться в конце 20 века. Данные исследования весьма полезны и пользуются повышенным интересом. В связи с этим данные об Интернете собираются на протяжении последних десяти лет большинством крупных российских социологических компаний.

Первым хотелось бы отметить ВЦИОМ «Всероссийский центр изучения общественного мнения», wciom.ru. Это российская компания, которая занимается организацией маркетинговых и социологических исследований, изучением общественного мнения на основе опросов. ВЦИОМ является одной из крупнейших компаний в данной области, создана в 1987 году.

Другая крупная организация – фонд «Общественное мнение» (ФОМ), <http://fom.ru> – регулярно изучает аудиторию сети Интернет по различным направлениям: Проникновение глобальной компьютерной сети по России; СМИ и Интернет; Сетевые индексы, рейтинги и индикаторы; Роль онлайн-компаний в жизни людей; Социальные сети и их влияние на общество.

Компания TNS (ранее было название TNS Gallup), tns-global.ru – основной медиаизмеритель в России на сегодня. Данные этой компании используются в рейтингах на радио, в печати, ТВ и в Интернете. Наиболее

крупные рекламодатели размещают рекламу в масс-медиа на основе данных исследований.

Интернет как область исследования данная компания разрабатывает с 2006 года. Целью данных исследований является оценить Интернет, прежде всего, как рекламоноситель.

Поэтому компания измеряет отдельные рекламные площадки, а не весь Интернет. Данные исследования проводятся каждый месяц по России. Регионы, которые исследуются: Россия в целом, Москва, Санкт Петербург, Екатеринбург и Новосибирск [2].

Проект TNS Web Index предоставляет данные об объеме и основных характеристиках аудитории web sites, необходимые для изучения структуры аудитории и реализации рекламной кампании в интернете.

Данные, которые предоставляются:

- социально-демографические показатели аудитории web sites (возраст, пол, род занятий, образование, доход, размер семьи).
- объем аудитории сайтов за сутки / неделю / месяц и т.д.
- пересечение аудиторий интернет-сайтов.

В проекте исследуются не менее 360 площадок российской части Интернета.

Исследовательские программы компании Gemius, gemius.ru, являются весьма существенными в сфере измерения Интернет-аудитории. Данная компания работает во многих странах Европы, Северной Африки и Ближнего Востока. Исследование подробно описывает использование Интернета как медиа- и потребительской площадок, и предоставляет информацию о социально-демографическом профиле аудитории, что является основой для управления проектами в он-лайн сфере для рекламодателей, медийных агентств, издателей и инвесторов.

Следующий крупный игрок на рынке медиаисследований – компания Synovate Comcon, comcon 2.ru, специализируется на маркетинговых и социологических исследованиях для заказчиков, а также на изучении СМИ и построении медиарейтингов. Исследования аудитории Интернета проводятся достаточно давно, но результаты долгое время были закрытыми для широкой аудитории.

Проект Target group index является основным. Исследование аудитории проводится глубокое, обширное, что позволяет строить любые пересечения. Данный проект компания «Комкон» конкурирует с аналогичным проектом Web index TNS, однако данные по нему предоставляются не раз в месяц, как у TNS, а один раз в три месяца. OnLife – синдикативный проект Synovate Comcon для углубленного изучения поведения россиян в Интернете. Цель данного исследования – составление более полного портрета пользователей в Интернете, о том, какими устройствами они пользуются для выхода в сеть, осуществляют ли

покупки в Сети, какими еще услугами пользуются в виртуальном пространстве.

Целевая группа данного проекта: пользователи Интернета в возрасте от 16 до 54 лет (недельная аудитория Интернета, пользующаяся тремя и более типами интернет-сервисов).

Исследуются следующие населенные пункты России: Москва, Санкт-Петербург и еще 140 городов с населением 100 тыс. человек и более. Исследования проводятся дважды в год (весной и осенью).

Исследовательский холдинг Ромир, romir.ru регулярно проводит онлайн исследования. Компания занимается составлением портрета целевой аудитории; изучением потребительского поведения; рекламными пре-, пост-тестами, оценивает эффективность рекламных акций; оценивает восприятие рекламного ролика в режиме реального времени; тестированием названий; Медиа-предпочтений и стиля жизни.

Что отличает Интернет-рекламу от прочих рекламоносителей? В первую очередь, это по-прежнему невысокая цена размещения рекламы, таргетинг, т.е. большой выбор целевых групп, а также широкий охват ЦА (целевой аудитории).

Одним из самых больших преимуществ рекламы в Интернете является возможность детального нацеливания на target group по самым различным параметрам (таргетинг).

Глобальная компьютерная сеть Интернет очень интересна с точки зрения возможностей исследований аудитории, т.н. трекинг. Можно собирать, анализировать детальную, ценнейшую информацию о пользователях, которая необходима, прежде всего, рекламодателю, такую как:

- число пользователей, которые посещают страницы сайта, где размещена реклама;
- какова кликабельность этой рекламы;
- как часто показывается данная реклама;
- каковы характеристики пользователей, когда заходили, с какого IP-адреса, как долго были на web-сайте, на какие страницы заходили и так далее;
- сравнение увеличения или уменьшения просмотров по сравнению с предыдущим периодом [1].

Данный анализ весьма ценен, т.к. он позволяет компаниям оперативно корректировать рекламную акцию, а также выявить и исправить ошибки в размещенной на сайте информации, «битую» ссылочную массу.

При выборе интернет-рекламы могут оцениваться следующие показатели: хиты, хосты (количество аудитории); содержание сайта; качество аудитории (индекс соответствия, социально-демографические характеристики, потребительские предпочтения); имеющийся опыт эффективности собственных рекламных усилий или рекламы конкурентов; параметры интернет-рекламы: время размещения, формат, количество просмотров и

кликов, общая стоимость рекламы, стоимость контакта с тысячей потребителей или стоимость пункта рейтинга.

Анализ данной информации происходит с помощью различных методик веб-аналитики.

Результаты исследований, получаемые с помощью веб-аналитики:

– Статистические данные посещаемости сайта: тенденции, абсолютные и относительные показатели.

– Анализ поведенческих характеристик аудитории сайта.

– Сравнительный анализ с общими тенденциями и с конкурентами (независимые исследователи GemiusAudience, Google Trends)

– Анализ юзабилити (плотность щелчков, конверсия).

Инструменты веб-аналитики

Инструментами веб-аналитики являются счетчики, анализаторы логов и системы интернет-статистики.

Счетчики-рейтинги показывают количество посетителей за день, неделю, месяц, за всю историю. Самые популярные среди них внешние программы Rambler's Top100, Liveinternet, Рейтинг@Mail.ru, OpenStat, HotLog.

Для того, чтобы получить статистическую информацию, на веб-страницы сайта устанавливаются небольшие части кода.

Браузер загружает картинку при входе на сайт. Данная картинка размещена на сайте сбора информации. Данные о загрузках счетчика заносятся в БД, и затем анализируются на его сайте.

Анализаторы логов: внутренние программы, которые устанавливаются на компьютер пользователя, например, сервер WebTrends, Webalizer, AWStats. Анализатор логов периодически собирает лог-файлы (это журналы, где записываются все события, связанные с работой сервера), обрабатывает данные и хранит их в своём внутреннем архиве. В результате создаются страницы, которые показывают статистику пользователю.

Системы интернет-статистики предоставляют общую статистику по посещениям, выбранным по некоторому срезу, заданному исследователем. Самые мощные системы – Google Analytics, Яндекс.Метрика, Liveinternet, Рейтинг@Mail.ru, OpenStat (бывш. Spylog), HotLog.

В заключении добавлю, что существенным преимуществом крупных исследовательских компаний, перечисленных в данной статье, является тот факт, что участниками исследований всегда бывают конкретные люди. Инструменты веб-аналитики изучают пользователей, которые могут быть и боты, и отдельные IP-адреса, за которыми могут скрываться несколько разных пользователей. Данное существенное замечание ставит под сомнение объективность получаемой от веб-аналитики информации.

Библиографический список

1. Назайкин А. Медиапланирование в интернете. URL : http://www.bkworld.ru/archive/y2007/n02-2007/n02-2007_198.html (дата обращения 06/11/2014).
2. Описание исследования Web Index. URL : <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/internet/description/> (дата обращения 07/11/2014).

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО РАСШИРЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Г. М. Раченкова

*Старший преподаватель,
Восточно-Казахстанский
государственный университет
имени Сарсена Аманжолова,
г. Усть-Каменогорск, Казахстан*

Summary. Distance learning technologies have become increasingly popular in modern society. This is due to the need for lifelong learning to improve their professional education. In this case, students do not interrupt their career. Thanks to the development of information and communication technologies such training becomes possible.

Keywords: distance learning technologies; information and communication technologies in education.

В наше время образование невозможно без информационно-коммуникационных технологий. Их использование позволяет специалистам повышать квалификацию без отрыва от профессиональной деятельности, дает возможность для переподготовки, получения второго образования. Современная необходимость учиться в течение всей жизни, чтобы соответствовать уровню развития науки и техники, социокультурной жизни общества, требует постоянного совершенствования технологий обучения.

В последнее время интенсивно развивается система дистанционного образования. Такая форма обучения востребована в высшей школе, а также при корпоративном обучении. Использование современных Интернет-технологий позволяет формировать разнообразные виртуальные сообщества, в том числе профессиональные, где они могут обсуждать профессиональные проблемы, обмениваться опытом, информацией и т.д.

Дистанционное обучение – это форма обучения XXI века, позволяющая расширять образовательное пространство. Данная форма обучения явилась следствием объективного процесса информатизации, вобрала в се-

бя лучшие черты других форм обучения и за счет этого стала наиболее перспективной формой обучения [1]. Дистанционное обучение становится популярным по следующим причинам:

1. Обучение можно проходить не прерывая трудовой деятельности и не выезжая из дома.

2. Благодаря Интернету возможен доступ к разнообразным образовательным ресурсам, как отечественным, так и мировым.

3. Осуществляется индивидуальный подход к каждому обучающемуся, т.к. самостоятельная организация своего обучения позволяет работать в удобном темпе и в удобное время.

4. Нет возрастных и других ограничений для прохождения обучения, что расширяет круг людей, которым доступны образовательные ресурсы.

5. Стоимость обучения уменьшается за счет большого количества обучаемых и малых затрат на распространение образовательных ресурсов.

6. Имеется возможность легко разрабатывать комбинированные новые образовательные программы, удовлетворяющие запросы заказчика.

7. Удовлетворяются потребности работодателей в качественно подготовленных специалистах.

8. Повышается уровень образованности общества.

Таким образом, развитие системы дистанционного образования, на основе использования информационно-коммуникационных технологий, является важным и актуальным направлением развития системы образования, которое опирается на информатизацию сферы образования [2].

В процессе применения дистанционных технологий обучения может возникнуть ряд проблем. В первую очередь – это проблемы технического характера, например, отсутствие у слушателей доступа к сети Интернет. Данная проблема в основном сохраняется в отдаленных от центральных населенных пунктов районах. Увеличение инвестиций в образовательную сферу с целью масштабного применения электронных средств и информационных технологий в образовании поможет решить эту проблему.

Другая проблема заключается в неверии заказчиков, а также зачастую и самих преподавателей в эффективность дистанционного обучения, что связано с имеющимися учебными учреждениями, предоставляющими низкий уровень образовательных услуг.

Решение этой проблемы связано с совершенствованием требований к организации дистанционного обучения, осуществление адекватного контроля за процессом обучения, как со стороны образовательных организаций, реализующих дистанционные образовательные технологии, так и со стороны заказчиков.

В последнее время активно разрабатываются электронные учебники, учебные видеофильмы, видеолекции, обучающие компьютерные программы, тесты и другие средства дистанционного обучения для разных уровней образования. Качество этих образовательных продуктов постоянно улуч-

шается в связи с тем, что уже есть достаточный опыт апробации этих средств в учебном процессе.

И еще одна сложность возникает в связи с психологическими проблемами, как у обучающихся, так и у преподавателей. Во-первых, это сложная адаптация профессионального мышления преподавателей к работе с дистанционными образовательными технологиями, отсутствие личного контакта преподавателя и обучающегося. Во-вторых, это отсутствие у обучающегося навыков самоорганизации, желание пройти обучение с отрывом от работы, недостаток времени для самостоятельного изучения учебных материалов и т.д.

Общество в целом и педагогическое сообщество в частности постепенно меняет свое отношение к дистанционным и электронным методам обучения. Все понимают, что в современном мире становится все сложнее с помощью традиционных средств обучения качественно и быстро реагировать на растущие потребности общества в высококвалифицированных специалистах. На данный момент практически все высшие учебные заведения в той или иной форме применяют технологии дистанционного обучения. На разном уровне проводятся конференции, семинары по дистанционному обучению, пишутся статьи, монографии, выпускаются научно-технические журналы [3].

Совершенствование профессионального образования требует поиска новых направлений и качественных изменений в системе подготовки и переподготовки кадров, своевременного реагирования на изменяющуюся информацию, оперативности ее получения независимо от местонахождения обучающегося, в удобное для него время, возможности для обучающихся самостоятельно ее перерабатывать, делая тем самым процесс обучения более осмысленным [1]. Все эти вопросы решаемы с помощью использования в процессе обучения информационно-коммуникационных технологий.

Библиографический список

1. Андреев А.А., Фокина В.Н. Непрерывное образование и дистанционное обучение. // Труды СГУ. Вып. 87. Гуманитарные науки. Психология и социология образования. – М., 2005.
2. Носова С.С. Дистанционное обучение. – М.: КноРус, 2008.
3. Основы открытого образования. / Отв. ред. В.И. Солдаткин. – Российский государственный институт открытого образования. – М.: НИИЦ РАО, 2002.

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ

Ф. Ф. Саегалиева

*Кандидат философских наук, доцент,
Казанский государственный
аграрный университет,
г. Казань, Республика Татарстан, Россия*

Summary. In the information age is information impact on man and society comes to the fore. Informational influence on mass consciousness has both positive and negative sides. Today the media are the only framework through which the population receives not only information about events in the country and in the world, but through which imposed the needs, values and ideals, ideological beliefs. Important protective measure from the manipulative influence is the possession of information culture.

Keywords: informatization; information influence; mass consciousness; manipulation; information culture; information behavior.

Последняя четверть XX века ознаменовалась возникновением информационной цивилизации. Формирование информационного, постиндустриального общества повлекло за собой существенные изменения в образе жизни людей. Информация, являясь одним из важных факторов современной эпохи, изменила характер социальной коммуникации, в сферу которой вторглись техника и современные сложные технологии.

В настоящее время именно информационное воздействие на человека и общество выходит на первый план. Постоянное массированное воздействие на массовое сознание осуществляется с помощью гигантских объемов разноплановой, идеологически выверенной информации. Сегодня СМИ являются единственной структурой, посредством которой население получает информацию о событиях в стране и в мире, через которую навязываются потребности, жизненные ценности и идеалы.

По мнению Н.Шкурко, к достоинствам информационного управления общественным сознанием относятся: «высокая избирательность воздействия, конкретность и оперативность; быстрая перестройка методов и средств воздействия в зависимости от меняющейся обстановки; возможность оперативной концентрации усилий на конкретном объекте, регионе, социальной группе; возможность комплексного применения различных методов и средств информационного управления; сравнительно небольшие затраты на разработку и реализацию управленческих решений при высокой эффективности их внедрения в сознание»[2, с. 81]. Безусловно, информационные технологии сегодня принесли огромное благо для человечества, велика их роль в решении огромного количества общественных

проблем. В то же время в условиях информатизации общества информационные технологии становятся одним из важнейших инструментов формирования массового сознания, организации предсказуемой реакции. Среднестатистический потребитель информации проводит перед телевизором и слушает радио примерно 4 часа ежедневно. Этого времени вполне достаточно, чтобы с помощью звука и видеоряда квалифицированные специалисты по нейро-лингвистическому программированию сформировали в сознании части зрителей и слушателей представления, нужные заказчикам, даже если эти представления противоречат реальности [1]. Ярким примером «информационных спектаклей» являются материалы зарубежных и отечественных «независимых» СМИ при освещении событий на Украине.

Кроме этого, необходимо учитывать весьма важный фактор – иммунитет массового сознания к воздействию. Пропаганда не была бы так эффективна, если бы общество захотело и смогло ей противодействовать. Таким образом, реакция общества на украинский кризис сформирована не только эффективным влиянием пропаганды, но и готовностью самого общества к подобному воздействию.

Одним из факторов свободного развития общества и отдельной личности является право на информацию. Возможность человека получать, хранить, использовать информацию – важная предпосылка его существования в обществе. Важной защитной мерой от манипулятивного воздействия является обладание информационной культурой. Информационная культура личности подразумевает знание об основных информационных процессах (сбор, обработка, анализ информации), способность оценивать информацию, иметь представление о приемах и механизмах манипуляции.

Информационная культура предполагает соответствующее информационное поведение личности. Лучше читать новости, а не слушать или смотреть по телевизору. Доверять проверенным источникам, помнить, что достоверность информации увеличивается в результате обращения к альтернативным источникам.

Информационное поведение личности не только включается в информационную культуру общества, но, в свою очередь, общество является средой, в которой формируется такое поведение.

Библиографический список

1. Федорова О.Н. Информационное воздействие: благо или социальный детонатор// URL: <http://www.rossiyanavsegda.ru/read/1051/> (дата обращения 08.01.2015).
2. Шкурко Н.С. Информационное управление общественным сознанием как социокультурный феномен новой эпохи // Власть и воздействие на массовое сознание: сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза : РИО ПГСХА, 2006.



V. FACTORS INFORMATION SECURITY COMMUNITY



ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ДОГОВОРА О КОЛЛЕКТИВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

М. В. Антонов
Ш. Г. Сеидов

*Аспирант,
доктор политических наук, профессор,
Пензенский государственный
университет, г. Пенза, Россия*

Summary. The article is devoted to consideration of the foundations of information security at the global scale, and the role of the Organization of the collective security Treaty in this process. The authors draw attention to the possibility of engaging the wider public in the framework of University League. The authors also suggest possible topics for holding round tables, discussions within the framework of the training courses on information security issues for students of higher educational institutions.

Keywords: the information space; information security; information warfare.

В Заявлении глав государств – членов Организации Договора о коллективной безопасности (ОДКБ) от 23 декабря 2014 г. отмечалась обеспокоенность глав государств – членов ОДКБ возрастающим применением информационных и коммуникационных технологий как средства вмешательства во внутренние дела стран, и особенно применением данных технологий для подрыва государственной стабильности.

В этом же Заявлении подчеркивается необходимость соблюдать нормы и принципы международного права в информационном пространстве, и отмечается необходимость быстрого приема всеобщих правил, норм и принципов поведения государств в информационной сфере [1].

Характерной чертой развития мирового сообщества на рубеже XX-XXI вв. является информатизация, которая проникла в сферу международных отношений и вызвала усиление взаимодействий в этой сфере. Но так как поскольку в международных отношениях начала XXI в. усилилось региональное сотрудничество и развитие, то значительно возросло и значение региональных факторов.

Влияние информационных преобразований на развитие международных отношений связано с особенностями самой информации. Прежде всего, при масштабном использовании информация составляет исходную базу для формирования своих новых видов с новыми качествами. Затем, на основе информации вырабатываются и принимаются управленческие реше-

ния, в том числе и на уровне глобального управления. Наконец, информация воздействует на сознание и поведение не только отдельных людей, но и всего общества.

Образуется глобальное информационное пространство XXI в. Для него характерно то, что различные деструктивные силы активно используют методы информационного противоборства и терроризма, и при этом их цели направлены на дестабилизацию социально-политической ситуации в странах – членах ОДКБ. Возникает информационно-психологический терроризм как новый вид деятельности, который направлен на применение разных форм и методов отрицательного воздействия на информационно-психологическую среду стран – членов ОДКБ. При этом активно применяются средства массовой информации (СМИ), чтобы создать отрицательные условия, которые привели бы к дестабилизации социально-политической обстановки в стране. Поэтому сейчас одним из основных направлений создания эффективной системы предупреждения терроризма является информационное противодействие распространению идеологии этнонационального и религиозного экстремизма. Стратегия и тактика противодействия пропаганде терроризма и экстремизма должны выбираться с учетом многонационального и поликонфессионального характера стран-членов ОДКБ, различных уровней их социально-экономического развития.

Сегодня традиционная война и вооружение – не главные, но еще сильные, хотя и вспомогательные участники разрушения сложившихся международных отношений. Появились новые субъекты мировой политики, которые пытаются влиять на ее трансформацию. И система обеспечения коллективной безопасности государств-членов ОДКБ должна создаваться с учетом создания в других государствах специальных структур, чтобы отражать действия в информационной войне, которая проникла в Интернет и в социальные сети.

По этой причине предстоит направить усилия государств-членов Организации ДКБ в следующих направлениях:

– Создание международных правовых механизмов для защиты информационного пространства ОДКБ от распространения идеологии терроризма, пропаганды насилия, терроризма и радикализма. Особенно такие механизмы необходимы для обеспечения информационной безопасности блогосферы и социальных сетей.

– Формирование основ межгосударственной контрпропаганды, чтобы противодействовать информационно-психологическому терроризму против населения стран ОДКБ. Для этого необходима согласованная межгосударственная система противодействия информационно-психологическому давлению, которое возникает при обращении к СМИ, блогосфере и социальным сетям.

– Координация деятельности всех гуманитарных ресурсов стран-членов ОДКБ в сфере идеологического противодействия терроризму и экс-

стоверной и объективной информацией, которая гарантирована от целенаправленного искажения фактов, наносящих нравственный ущерб читателям, пользователям сети Интернет, зрителям и слушателям СМИ.

Важную роль в этой работе могла бы сыграть Университетская лига ОДКБ, которая была основана в Екатеринбурге 22 апреля 2014 г. рядом высших учебных заведений Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, России и Таджикистана. Полезным будет широкое привлечение ведущих региональных ведущих вузов к деятельности Университетской Лиги. В рамках деятельности Университетской Лиги ОДКБ проводится цикл обучающих курсов по проблемам информационной безопасности в странах-членах ОДКБ. Данный курс запланирован в университетах стран-членов ОДКБ. В 2014 г. созданы обучающие курсы Университетской Лиги ОДКБ по проблемам информационной безопасности в Ереване, Астане и Минске.

В течение ноября – декабря 2014 г. три обучающих курс на тему «Актуальные проблемы обеспечения информационной безопасности Евразии» состоялись в университетах городов Еревана, Астана, Минска, Душанбе и Бишкека. Темы лекций затрагивали военные и невоенные аспекты безопасности (основы теории информационной войны, методы пропаганды XXVII–XX в., концепция информационной безопасности, Евразии информационная война в социальных сетях, компьютерные психотехнологии.). Подобные курсы по проблематике информационной безопасности можно порекомендовать во всех вузах крупных городов РФ. Это может быть спецкурс или модуль, т. е. часть курса по предмету, связанному с проблемами международных отношений (политология, международное право, социология политики и т.д.).

Возможно предложить темы для проведения «круглых столов», коллоквиумов в рамках обучающих курсов по проблемам информационной безопасности для студентов вузов:

– Модели глобального управления и сотрудничества: политический аспект. Глобальные и региональные факторы принятия политических решений в сфере международных отношений.

– Стратегия России в современном мире. Позиции России по важным глобальным проблемам (формирование устойчивой системы международных отношений в XXI веке, информационно-технологическая и военная безопасность).

– Проблемы формирования новой системы международных отношений. Модели многополярного и однополярного мира.

Библиографический список

1. Заявление глав государств – членов ОДКБ. М., 23 декабря 2014 г. URL: http://www.odkb-csto.org/news/detail.php?ELEMENT_ID=4302&SECTION_ID=91 (дата обращения 30.12.2014).



VI. POLITICAL AND LEGAL ASPECTS OF INFORMATION PROCESSES IN THE MODERN WORLD



СОСТОЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО АРХИВНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

О. В. Медведева

*Кандидат исторических наук, доцент,
Тамбовский государственный
университет имени Г. Р. Державина,
г. Тамбов, Россия*

Summary. The article is devoted to regional archival legislation in Russia. The author briefly discusses several regional laws on archives, draws conclusions about their content and trends of archival legislation in the constituent entities of the Russian Federation.

Keywords: Archival Law; regional laws.

Формирование регионального законодательства обеспечило принятие в 1993 г. Конституции РФ, а позднее – федерального закона «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъекта РФ». Первые региональные законы появились в 1990-е гг., а после принятия в 2004 г. ФЗ «Об архивном деле в РФ» (далее – ФЗ) стали издаваться новые законы [1].

Нами проанализированы законы восьми регионов (Владимирской, Мурманской, Новосибирской, Челябинской, Нижегородской областей, Республики Адыгея, Приморского и Ставропольского краев), по одному из каждого федерального округа. Анализ законов показал их разную степень разработанности. При этом часть положений часто копируется из ФЗ. Однако несколько законов (в первую очередь, Мурманской, Нижегородской, Новосибирской областей и Приморского края) решают те вопросы, которые не были решены на федеральном уровне, а значит, отвечают своему назначению.

Особый интерес представляет вопрос, который мы находим только в законах Приморского края, Новосибирской и Челябинской областей. Он касается установления порядка возмещения негосударственным организациям расходов на осуществление отбора и передачи в государственные архивы области (края) за счет средств бюджета субъекта РФ. Это один из наиболее сложных вопросов, который должен быть решен на уровне субъектов РФ, и появление такой гарантии в региональных законах представляется очень важным.

В законах Новосибирской и Челябинской областей и Приморского края встречаем еще один важный аспект, который не решен на федераль-

ном уровне. Это – заключение договоров с территориальными органами федеральных органов государственной власти, иными государственными органами РФ, расположенными на территории области (края), организациями, находящимися в государственной собственности РФ, о передаче документов Архивного фонда РФ, образовавшихся в процессе их деятельности, в государственные архивы области (края). Однако вопрос о том, кто должен финансировать эту передачу, в законах не решается.

Только в законе Новосибирской области встречается информация о передаче бесплатного обязательного экземпляра документов в государственные архивы.

В целом, в развитии современного регионального законодательства наблюдаются следующие важные тенденции. Законодательство пытается компенсировать недостатки ФЗ путем введения дополнительных статей, регламентирующих те вопросы, которые волнуют регионы. При этом различия в положениях регионального законодательства могут со временем усилиться и привести к определенным проблемам в архивной отрасли. Большая часть региональных законов не решает основных задач, возложенных именно на регионы, в том числе – вопросы о передаче документов территориальных отделений федеральных органов государственной власти, о сохранении электронных документов [2].

Стоит отдельно сказать о законе Тамбовской области. Закон «Об Архивном фонде Тамбовской области» принят 23 июня 2006 г. Он включает всего 8 статей (для сравнения – закон Самарской области включает 26 статей) и отражает фактически только вопросы собственности на архивные документы, отчасти – вопросы комплектования государственных и муниципальных архивов. Если сравнивать его с законами других субъектов РФ, он не выдерживает конкуренции с большинством из них.

В каждом регионе издаются также постановления и распоряжения администрации субъекта РФ по утверждению государственных программ и планов их реализации, о создании межведомственной комиссии по рассекречиванию архивных документов, приказы уполномоченного органа исполнительной власти в сфере архивного дела по решению текущих вопросов материально-технического и финансового обеспечения государственных архивов, утверждаются административные регламенты предоставления государственных услуг.

В целом, можно сделать вывод о том, что правовая база архивного дела разных субъектов РФ разработана с разной степенью полноты, и ряд вопросов во многих регионах остается открытым.

Библиографический список

1. Медведева О. В. Правовая и нормативно-методическая база архивного дела в России // Социально-экономические явления и процессы. 2014. – № 1. – С. 143–148.
2. Храмцовская Н. А. Развитие вопросов архивного дела в региональном законодательстве // Делопроизводство и документооборот на предприятии. – 2005. – № 10.



VII. INFORMATION PROCESSES AND THE DEVELOPMENT OF MODERN INTERNATIONAL RELATIONS



МНЕНИЯ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ Г. ЯКУТСКА О СОБЫТИЯХ В УКРАИНЕ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

П. М. Егоров

*Кандидат политических наук,
младший научный сотрудник,
Институт гуманитарных исследований
и проблем малочисленных народов Севера
СО РАН, г. Якутск,
Республика Саха (Якутия), Россия*

Summary. The article presents the results of the survey conducted among students in Yakutsk, about their attitude to the events taking place in Ukraine.

Keywords: Ukraine; crisis; conflict; youth; social and political activity; the Republic of Sakha (Yakutia).

Кризис государственной власти, расколовший украинское общество и перешедший затем в открытую гражданскую войну в Украине привлекает все большее внимание россиян. В основу исследования легли проведенные автором ранее специализированные исследования отношения населения республики к федеративной реформе[3], институциональных аспектов молодежной политики в Республике Саха (Якутия)[2] и анализ доверия молодежи региональным властным институтам [1].

Пилотное исследование, с целью выявления отношения молодого поколения Якутии к происходящим в Украине событиям было проведено в апреле-мае 2014г. среди учащейся молодежи г. Якутска. В своем исследовании мы решили ограничить точку опроса Республиканским лицеем-интернатом при Северо-Восточном федеральном университете им.М.К. Аммосова, в связи с тем, что там обучаются уроженцы разных районов Республики Саха – Южной Якутии, Западной Якутии, Северной Якутии и Центральной Якутии. Сбор первичной информации осуществлялся путем сплошного анкетного опроса среди учащихся 10 и 11 классов. Объем выборки – 100 респондентов, в том числе 60 юношей и 40 девушек в возрасте от 14 до 17 лет.

Как известно, одним из ключевых индикаторов стабильного демократического общества, является субъективный интерес его членов к поли-

тике вообще и к политическим процессам в частности. Применительно к нашему исследованию, речь идет о произошедшем в Украине перевороте, присоединении Крыма к России, и стремлении к независимости Донецкой и Луганской областей, но до начала открытого военного противостояния.

С целью определения уровня интереса учащихся к данной проблематике мы задали вопрос: «Следите ли Вы за ситуацией на Украине?». С полученных ответов выяснилось, что лишь четверти (24 %) респондентов все равно, что творится на Украине. Остальная часть респондентов в той или иной мере следит за происходящими событиями в Украине. Так постоянно следят за происходящими событиями 17 % респондентов, время от времени 39,5 % и ответ: «про это все пишут и говорят – даже если не хочешь, будешь следить» дали 20 %.

Основным новостным источником информации об украинских событиях для молодых якутян является телевидение 47 %. Также высок уровень информативности из интернет изданий 45 % и социальных сетей 43 %. По каналам радиовещания только 4 % респондента узнает новости, так как на сегодняшний день радиовещание не является сколько-либо значимым информационным каналом для получения контента молодежью. Лишь 12 % молодых якутян ответили, что они не следят за событиями в Украине и не читают новости.

Основным событием на тот момент в Украине стало проведение 16 марта 2014 года референдума о присоединении АР Крым к Российской Федерации. Как видно из рис.1. это событие в той или иной мере поддержали 83 % учащихся, были против 7 % и затруднились ответить 11 % респондентов. Результаты нашего исследования в целом коррелируют с данными полученными ВЦИОМ и ФОМ в ходе совместного опроса проведенным в канун референдума в марте 2014 года, когда 91 % россиян одобряли присоединение Крыма к России, 5 % были против, остальные не смогли определиться[4].

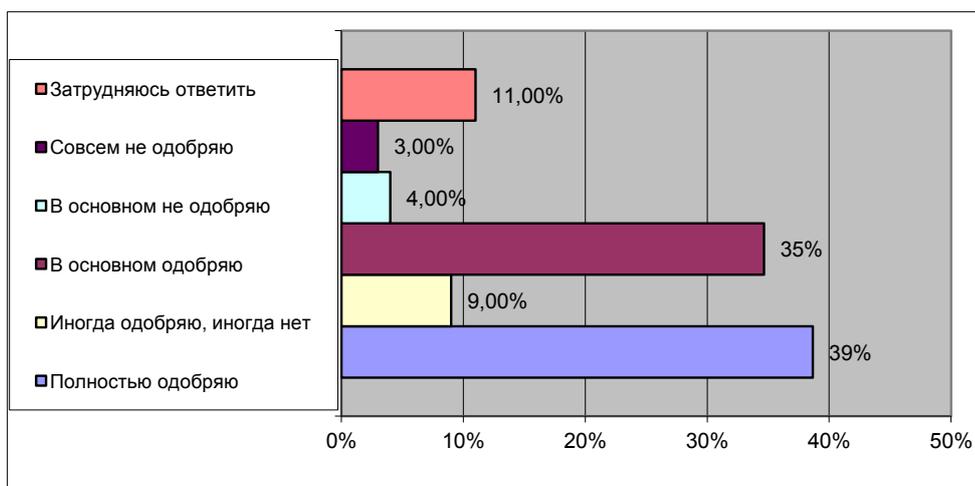


Рис.1. Как Вы относитесь к присоединению Крыма к России?

Положительно на вопрос: «Считаете ли Вы Крым Россией?» ответили 75 % молодых якутян. Лишь 4 % учащихся посчитали, что Крым это еще не Россия, четверть респондентов (47 %) затруднилась сказать что-то определенное в этой связи.

Теперь обратимся непосредственно к оценке деятельности Президента РФ В. В. Путина по украинскому вопросу, что позволит выявить не только мотивы критических настроений респондентов, но и ожидания молодежи в отношении новых приоритетов в его деятельности. Результаты опроса показывают, что в спектре мнений опрошенного массива отражается вся сложность социально-политической ситуации.

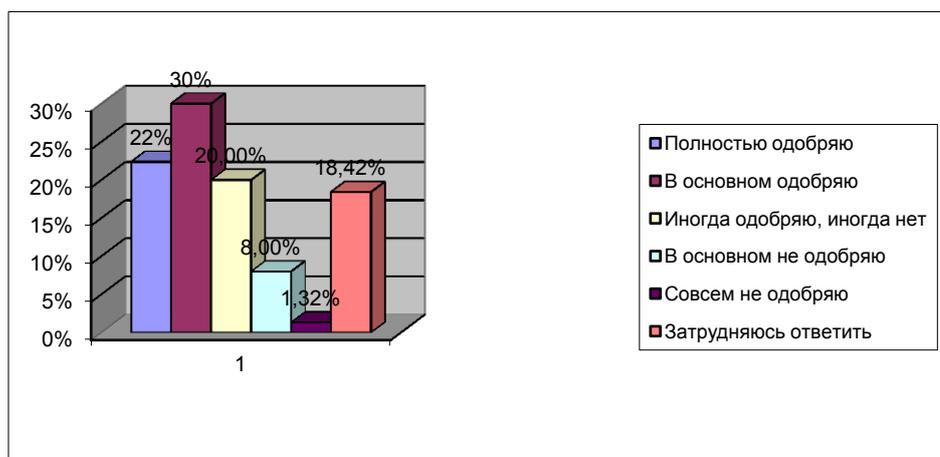


Рис.2. Одобряете ли Вы деятельность Президента РФ В.В. Путина по украинскому вопросу?

Как видно из графика на рис.2 большинство молодежи 72 % в той или иной степени поддерживает политику Президента России.

Существенная поддержка политики Президента России по украинскому вопросу стимулировал интерес к другому аспекту общественного внимания к более активному участию России по предотвращению гражданской войны в Украине. С этой целью мы задали учащимся вопрос: «Как Вы считаете должна ли Россия вмешаться для того чтобы остановить гражданскую войну в Украине?» Опрос показал существенный разброс мнения молодых якутян на данный вопрос. 30 % – опрошенных уверены в том, что Россия должна вмешаться, 32 % – нет и 38 % еще не определились со своим ответом.

Также большинство школьников затруднились ответить на вопрос о том «Чем завершиться противостояние в Донеске?». Это можно объяснить тем, что на момент опроса, апрель-май 2014 года еще не произошло эскалации конфликта, и он еще не перешел в активную фазу открытого военного противостояния рис. 3.

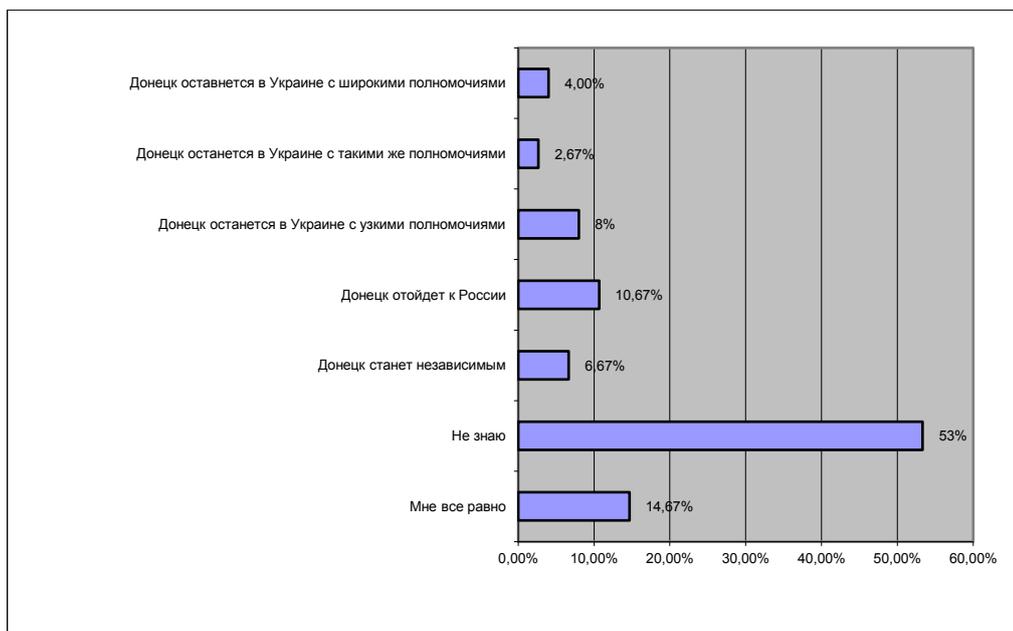


Рис. 3. Чем завершится противостояние в Донецке?

Весной 2014 года западные страны, обвинив Россию во вмешательстве внутренние дела Украины стали вводить экономические санкции. Нам представилось интересным какотреагируют молодые люди на данные действия Запада. Результаты можно увидеть на рис. 4.

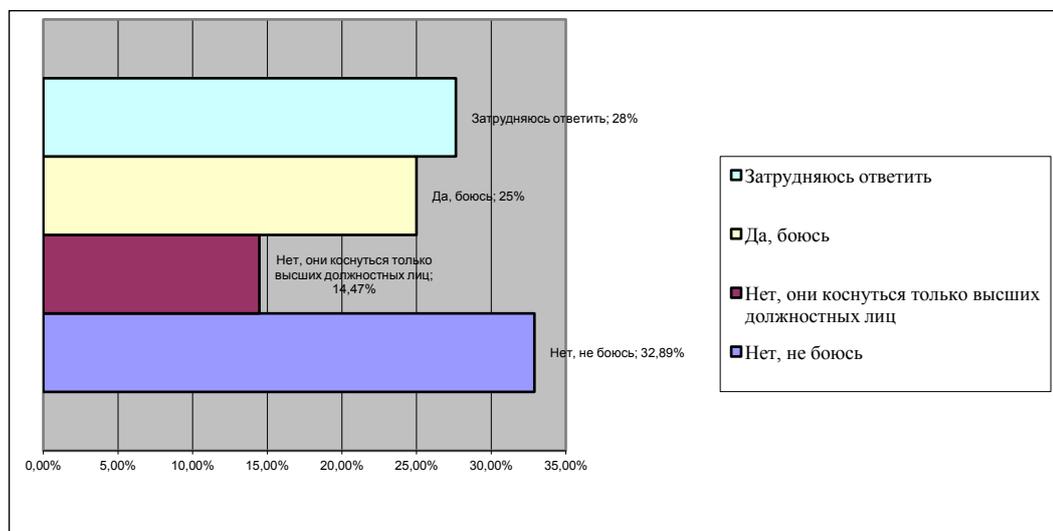


Рис.4. Боитесь ли Вы санкций западных стран против России?

Мы получили довольно таки большой разброс мнений учащихся на данный вопрос. Треть учащихся не боится введения санкций, четверть опасается их введения, 14 % – уверены, что санкции коснутся только высших должностных лиц и 28 % затруднились, что-либо ответить по этому поводу.

В целом, результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что весной 2014 года молодые якутяне в основном получали информацию о событиях в Украине через Телевидение и Интернет, большинство из числа учащихся поддерживало присоединение Крыма к России и надеялось на разрешение конфликта в Украине мирным путем. В связи с этим они ждали от политического руководства страны энергичного решения вопросов безопасности, защиты интересов и спокойствия населения России. Следует отметить, что в настоящее время во всех развитых странах мира безопасность и стабильность существования стала одним из основных приоритетных требований населения к власти, в т.ч. и молодежи.

Библиографический список

1. Егоров П. М. Анализ мнения учащейся молодежи г. Якутска о деятельности Главы Республики Саха (Якутия) Е. А. Борисова. // *Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты.* – 2014. – № 13. – С. 168–173.
2. Егоров П. М. Молодежная политика в Республике Саха (Якутия): формирование законодательной базы // *Культура. Духовность. Общество.* – 2014. – № 9. – С. 157–161.
3. Егоров П. М. Федеративная реформа в оценках населения Якутии // *Гуманитарные науки в Якутии: исследования молодых ученых. Сборник научных статей. Институт гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера СО РАН.* Отв. ред.: Боякова С. И., Винокурова, Д. М., Романова, Л. Н.. – Якутск, – 2011. – С. 136–141.
4. Российское общественное мнение о Крыме. Совместный телефонный мегаопрос ФОМ и ВЦИОМ о Крыме // *Сайт Фонд Общественное Мнение ФОМ.* 17 Марта 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/Mir/11401> (дата обращения: 8.12.14).

MODERN RUSSIAN EDUCATIONAL REFORMS IN LIGHT OF THE IDEALS OF INFORMATION (POST-INDUSTRIAL) SOCIETY

P. G. Makukhin

*Ph.D.,
Omsk State Technical University,
Omsk, Russia*

Summary. The article discusses the modern Russian educational reforms in the light of those social transformations of modern developed countries, which comprehended by Daniel Bell, Yoneji Masuda, Alvin Toffler, Peter Drucker. Hazel Henderson, Manuel Castells and other prominent thinkers within the scope of «information society» concept. Therefore, it is concluded that moving of Russia to the historical stage is impossible without the preservation and development of university education, which includes a full course of philosophy.

Keywords: information (post-industrial) society; competitiveness; (specialists it is concluded that philosophy; businesses and the state as a whole); university as a major social institution «knowledge society»; the role of philosophy at the university.

It requires vital permit for the following contradiction arising on understanding of theoretical foundations and practical implementation of Russian educational reforms of the last three decades. On the one hand, there is no doubt that the prospects for the development of both Russia and the civilization in whole are primarily connected with processes, to comprehend within the concepts of «information» society, also known as a «knowledge society», or «postindustrial» (in this article we start from the synonymy of these concepts, abstracting from the subtleties in their definitions, although we are aware that there is a «problem of demarcation between the concept of the knowledge society, the theory of information and postindustrial society, other theoretical constructions describing the social transformation» [1, p. 5]). As a kind of distinctive credo of these undoubtedly desirable prospects we quote words of the Director-General of UNESCO Koichiro Matsuura from the preface to the report of the organization «Towards Knowledge Societies» (2005): «Today, generally obvious that knowledge has become a subject of enormous economic, political and cultural interests. Thus, it can be used to determine the qualitative state of society, the contours of which are only starting to emerge in front of us» [2, p. 7]. This type, or rather the period in the development of society is primarily characterized by «increasing the role of theoretical knowledge» [3, p. 293]) that becomes particularly revealing in terms of «information revolution» [4, p. 142]). In other words, under these concepts is defined as «a new space of social existence» [5, p. 200] that develops at the expense of using technologies «receiving and data processing with continuous personal learning process» [5, p. 200]. More thoroughly, the contours of this stage of social development were revealed in the works «Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era» (1970) by Zbigniew Brzezinski, «The Com-

ing of Post-industrial Society: A Venture in Social Forecasting «(1973) by Daniel Bell, «Information Society as a Post-industrial society» (1980) by I. (Y.) Masuda, «The Third Wave» (1980) by Alvin Toffler, «Post-capitalist society» (1995) Peter Drucker, «Creating Alternative Futures: The End of Economics» (1996) by Hazel Henderson, «The Information Age: Economy, Society and Culture» by Manuel Castells, and several others. And the idea of the last of above mentioned authors represented us insufficiently appreciated in modern Russian culture, despite the fact that he is one of the world's largest sociologist -experts on the Problems of Information Society, which can be explained by ideological reasons - the American scientist Hispanic origin is Marxist (or post-Marxists, in other terminology). However, his next idea seems to be extremely topical especially for modern Russia: «in the new, the informational mode of development the source of productivity lies in the technology of generating of knowledge, data processing and symbolic communication. Of course, knowledge and information are critical elements in all modes of development, since the production process is always based on knowledge and data processing at some level. However, the influence of knowledge upon knowledge itself is specific for informational mode of development as it is the main source of productivity» [6, p. 39].

Nevertheless, the reader might have a question: What, then, is a sharp contradiction with the statement that began this article, if we still were given a rather obvious idea, firmly included in the cultural baggage of contemporary humanity? Just the fact that the reforms of post-Soviet Russian higher education directly contradict to this «cultural baggage», by these indisputable conclusions devaluate the importance of the very university, and thus call into question the essence itself as a system generating element of post-industrial society. In order to be clearly to our categoricalness, explaining that, firstly, we are talking about reducing the number of training hours (in the transition from a five-year course for «experts» to the four-year training course for «Bachelor» and in the future – to a three-year training course for «applied bachelor») is primarily carried out by reducing the «non-core» disciplines (ie, on the one hand, philosophy, sociology, political science, study of culture, etc. – for engineering students and on the other hand – mathematics, natural sciences, computer science, etc. – respectively, for the students of the humanities). Secondly, we point out that these quantitative changes lead to qualitative education: education from the process of assimilation of cultural values and the formation of the ability to form new cultural values (this education ideal has always been important in Russian culture). It becomes a process of acquiring the specific knowledge, skills and practice, which are directly necessary on their future workplace. Thirdly, these two factors are related as follows - the growing influence of the potential employers - large enterprises, etc. – in the process of education and even the content of educational programs. Over the past few years this effect was regularly expressed. For example, the representatives of graduate departments of all universities obligated to conduct surveys of employers who operate their graduates, and adjust the

content of their education in accordance with the received remarks. Moreover, today, in the condition of increasing commercialization of education, where the number of budget places in universities is reducing, the effect of employers increasing because they are paying for the experts who are necessary for them, regularly insist on the necessary in connection with the changes in the structure of educational courses. And it destroys the optimism in terms of the fate of the Russian education, which played significant role of the majority participants in educational discussions in the early 90s. Particularly, A. R Markov within the scope of «round table» and «Education in the late of 20th century» (1992) wrote: «now it is often expressed apprehension that in the conditions of market reforms people are losing interest to the fundamental social and humanitarian education» [7, p. 12]. But «our experience shows that it is not» [7, p. 12], «New business corporations ... aware that well-educated, capable of non-standard decisions and rapid requalification person is a very valuable acquisition for them» [7, p. 12]. Actually, on the contrary, we see the influence of employers, particularly in the face of private enterprises in the process of education is manifested as a reduction up to complete disappearance of all «superfluous», «unnecessary» academic disciplines.

As an ideological justification of the three listed items referred to aspiration for the competitiveness: as future professionals in the labor market and enterprises, where they will work and universities in the «market of educational services» (wrong interpretation of education such as the service sector - a separate problem that goes beyond the scope of this article). All this, according to the prevailing ideologeme should lead to the competitiveness of Russian goods on world markets, and Russia as whole. However, guidelines themselves of these reforms of education contradict to the thesis, one of the first that was substantiated by Daniel Bell. The point that is made is if in pre-industrial historical period the main social institutions were the church and the army, in industrial-corporation, in the post-industrial period «the main problem is in the organization of science, and the most important institution is the university or research laboratory» [8, p. 159]. Specifying the situation, D. Bell called «axial principle» of post-industrial society as the leading part of theoretical knowledge and the issue of their codification; economic base - science intensive sector, therefore, the main resource - human capital. Hence the major political problems that are associated with the policy in the field of science and education. Accordingly, the basis of social stratification is getting knowledge and intellectual skills that sharpen the issue of access to education [8, p. 160]. Therefore, returning to the Russian reality - awareness of «the central role of theoretical knowledge» as an «axial principle» for the information society, compels to recognize the competitive factor of one or another modern state ruling the population by theoretical, abstract knowledge, rather than specific, practical and production skills.

Clearly, this problem is shown by the example of the relation to those traditions of teaching of philosophy that are namely specific for universities - in

fact that it is impossible to imagine the university without philosophy course, which plays important role, integrating disparate knowledge and educate the integrated personality. Retention of philosophy in Russian higher education is called in question, that is a very abstract science becoming the first «victim» reduction of «non-core» disciplines – which we discussed in detail in... [9, 10].

Thus, analyzing gives reason to conclude that the prospects for Russia as «information society» is unattainable without university in the same extent, as well as the University is impossible without high-grade – and not reducing "open classes", "elective courses" etc. – a philosophy course as well.

Bibliography

1. Makuhin P. G. Rethinking the role of philosophy in the structure of scientific knowledge as a condition to preserve it in the Russian higher education system // *Sharing the Results of Research towards Closer Global Cooperation among Scientists: Results of the 1st International Conference: Collection of Research Papers (March 7, 2014)* – Montreal, Canada : Published by Accent Graphics Communications, 2014. – P. 70-73.
2. Makuhin P. G. Die Bedeutsamkeit der Ideen von G. W. F. Hegel für die modernen Diskussionen bezüglich der Besonderheit, der Ziele, des Umfanges und der weisen des Unterrichtens der Philosophie in der höchsten Schule Russlands // *Innovations in education: Monograph, Volume 3/ ed. by L. Shlossman.* – Vienna: «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2014. – P. 62-76.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования // *Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования.* – Изд. 2-ое, испр. и доп. – М. : Academia, 2004. – 664 с.
4. Ефременко Д. В. Предисловие // *Концепция «общества знания» в современной социальной теории: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. Психологии.* – М. : ИНИОН РАН, 2010. – С. 5–10.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
6. Мацуура К. Предисловие // *К обществам знания. Всемирный доклад ЮНЕСКО.* – Париж : Издательство ЮНЕСКО, 2005. – С. 7-8.
7. Иноземцев В. Л. Постиндустриального общества теории // *Новая философская энциклопедия. В 4 т. Т. 3 / Ин-т философии РАН ; Нац. обществ. – науч. фонд.* – 2-е изд. – М. : Мысль, 2010. – С. 293–295.
8. Образование в конце XX века (материалы «круглого стола») // *Вопросы философии.* – 1992. – № 9. – С. 3–21.
9. Соловьев Э. Г. Информационное общество // *Новая философская энциклопедия. В 4 т. – Т. 2 / Ин-т философии РАН ; Нац. обществ. – науч. фонд.* – 2-е изд. – М. : Мысль, 2010. – С. 142–143.
10. Шитов С. Б. От информационного общества к обществу знания // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики.* – 2011. – № 3 (9): в 3-х ч. Ч. III. – С. 198–200.



**План международных конференций, проводимых вузами России,
Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Ирана,
Казахстана, Узбекистана, Украины и Чехии на базе
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» в 2015 году**

1–2 марта 2015 г.

III международная научно-практическая конференция **«Национальные культуры в социальном пространстве и времени»**
(К-03.01.15)

3–4 марта 2015 г.

II международная научно-практическая конференция **«Современные философские парадигмы: взаимодействие традиций и инновационные подходы»**
(К-03.03.15)

5–6 марта 2015 г.

V международная научно-практическая конференция **«Символическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях»**
(К-03.05.15)

10–11 марта 2015 г.

Международная научно-практическая конференция **«Социогуманитарные и медицинские аспекты развития современной семьи»**
(К-03.10.15)

13–14 марта 2015 г.

III международная научно-практическая конференция **«Актуальные проблемы современных общественно-политических феноменов: теоретико-методологические и прикладные аспекты»**
(К-03.13.15)

15–16 марта 2015 г.

V международная научно-практическая конференция **«Социально-экономическое развитие и качество жизни: история и современность»** (К-03.15.15)

20–21 марта 2014 г.

III международная научно-практическая конференция **«Гуманизация обучения и воспитания в системе образования: теория и практика»**
(К-03.20.15)

25–26 марта 2015 г.

V международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы теории и практики филологических исследований»**
(К-03.25.15)

27–28 марта 2015 г.

II международная научно-практическая конференция **«Современные инфокоммуникационные и дистанционные технологии в образовательном пространстве»**
(К-03.27.15)

29–30 марта 2015 г.

III международная научно-практическая конференция **«Развитие личности: психологические основы и социальные условия»**
(К-03.29.15)

1–2 апреля 2015 г.

Международная научно-практическая конференция **«Формирование культуры самостоятельного мышления в образовательном процессе»**
(К-04.01.15)

5–6 апреля 2015 г.

V международная научно-практическая конференция **«Народы Евразии: история, культура и проблемы взаимодействия»**
(К-04.05.15)

7–8 апреля 2015 г.

Международная научно-практическая конференция **«Миграционная политика и социально-демографическое развитие стран мира»**
(К-04.07.15)

10–11 апреля 2015 г.

V международная научно-практическая конференция **«Проблемы и перспективы развития профессионального образования в XXI веке»**
(К-04.10.15)

15–16 апреля 2015 г.

V международная научно-практическая конференция **«Информационно-коммуникационное пространство и человек»**
(К-04.15.15)

18–19 апреля 2015 г.

II международная научно-практическая конференция **«Преимственность уровней образования: содержание, управление, мониторинг»**
(К-04.18.15)

20–21 апреля 2015 г.

Международная научно-практическая конференция **«Здоровье человека как проблема медицинских и социально-гуманитарных наук»**
(К-04.20.15)

22–23 апреля 2015 г.

III международная научно-практическая конференция **«Социально-культурные институты в современном мире»**
(К-04.22.15)

25–26 апреля 2015 г.

V международная научно-практическая конференция **«Детство, отрочество и юность в контексте научного знания»**
(К-04.25.15)

28–29 апреля 2015 г.

Международная научно-практическая конференция **«Культура, цивилизация, общество: парадигмы исследования и тенденции взаимодействия»**
(К-04.28.15)

2–3 мая 2015 г.

III международная научно-практическая конференция **«Современные технологии в системе дополнительного и профессионального образования»**
(К-05.02.15)

5–6 мая 2015 г.

VI международная научно-практическая конференция **«Теория и практика гендерных исследований в мировой науке»**
(К-05.05.15)

10–11 мая 2015 г.

III международная научно-практическая конференция **«Риски и безопасность в интенсивно меняющемся мире»**
(К-05.10.15)

13–14 мая 2015 г.

II международная научно-практическая конференция **«Культура толерантности в контексте процессов глобализации: методология исследования, реалии и перспективы»**
(К-05.13.15)

15–16 мая 2015 г.

VI международная научно-практическая конференция **«Психолого-педагогические проблемы личности и социального взаимодействия»**
(К-05.15.15)

20–21 мая 2015 г.

III международная научно-практическая конференция **«Текст. Производство. Читатель»**
(К-05.20.15)

22–23 мая 2015 г.

II международная научно-практическая конференция **«Реклама в современном мире: история, теория и практика»**
(К-05.22.15)

25–26 мая 2015 г.

V международная научно-практическая конференция **«Инновационные процессы в экономической, социальной и духовной сферах жизни общества»**
(К-05.25.15)

1–2 июня 2015 г.

IV международная научно-практическая конференция **«Социально-экономические проблемы современного общества»**
(К-06.01.15)

10–11 сентября 2015 г.

VI международная научно-практическая конференция «**Проблемы современного образования**»
(К-09.10.15)

15–16 сентября 2015 г.

V международная научно-практическая конференция «**Новые подходы в экономике и управлении**»
(К-09.15.15)

20–21 сентября 2015 г.

V международная научно-практическая конференция «**Традиционная и современная культура: история, актуальное положение и перспективы**»
(К-09.20.15)

25–26 сентября 2015 г.

III международная научно-практическая конференция «**Проблемы становления профессионала: теоретические принципы анализа и практические решения**»
(К-09.25.15)

28–29 сентября 2015 г.

III международная научно-практическая конференция «**Этнокультурная идентичность – фактор самосознания общества в условиях глобализации**»
(К-09.28.15)

1–2 октября 2015 г.

V международная научно-практическая конференция «**Иностранный язык в системе среднего и высшего образования**»
(К-10.01.15)

5–6 октября 2015 г.

VI международная научно-практическая конференция «**Семья в контексте педагогических, психологических и социологических исследований**»
(К-10.05.15)

10–11 октября 2015 г.

II международная научно-практическая конференция «**Актуальные проблемы связей с общественностью**»
(К-10.10.15)

12–13 октября 2015 г.

Международная научно-практическая конференция «**Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития**»
(К-10.12.15)

13–14 октября 2015 г.

II международная научно-практическая конференция «**Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях**»
(К-10.13.15)

15–16 октября 2015 г.

V международная научно-практическая конференция «**Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия**»
(К-10.15.15)

20–21 октября 2015 г.

Международная научно-практическая конференция «**Современная возрастная психология: основные направления и перспективы исследования**»
(К-10.20.15)

25–26 октября 2015 г.

V международная научно-практическая конференция «**Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов**»
(К-10.25.15)

1–2 ноября 2015 г.

V международная научно-практическая конференция «**Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия**»
(К-11.01.15)

3–4 ноября 2015 г.

Международная научно-практическая конференция «**Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования**»
(К-11.03.15)

5–6 ноября 2015 г.

II международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы**»
(К-11.05.15)

15–16 ноября 2015 г.

III международная научно-практическая конференция «**Проблемы развития личности: многообразие подходов**»
(К-11.15.15)

20–21 ноября 2015 г.

V международная научно-практическая конференция «**Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования**»
(К-11.20.15)

25–26 ноября 2015 г.

IV международная научно-практическая конференция «**История, языки и культуры славянских народов: от истоков к будущему**»
(К-11.25.15)

1–2 декабря 2015 г.

VI международная научно-практическая конференция «**Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях**»
(К-12.01.15)

3–14 декабря 2015 г.

III международная научно-практическая конференция «**Проблемы и перспективы развития экономики и управления**»
(К-12.03.15)

5–6 декабря 2015 г.

II международная научно-практическая конференция «**Безопасность человека и общества как проблема социально-гуманитарных наук**»
(К-12.05.15)

Plan of the international conferences organized by Universities of Russia, Armenia, Azerbaijan, Belarus, Bulgaria, Iran, Kazakhstan, Uzbekistan, Ukraine and the Czech Republic on the basis of Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» in 2015

March, 1–2, 2015.

III international scientific conference «**Ethnic cultures in social space and time**»
(К-03.01.15)

March, 3–4, 2015.

II international scientific conference «**Modern philosophic paradigms: interrelation of traditions and innovative approaches**»
(К-03.03.15)

March 5–6, 2015.

V international scientific conference «**Symbolic and archetypic in culture and social relations**»
(К-03.05.15)

March, 10–11, 2015.

International scientific conference «**Socio-humanitarian and medical aspects of development of a modern family**»
(К-03.10.14)

March, 13–14, 2015

III international scientific conference «**Current issues of modern socio-political phenomena: theoretical and methodological and applied aspects**»
(К-03.13.15)

March, 15–16, 2015.

V international scientific conference «**Social and economic development and quality of life: history and modern times**»
(К-03.13.15)

March, 20–21, 2015.

IV international scientific conference «**Humanization of education and upbringing in the education system: theory and practice**»
(К-03.20.15)

March, 25–26, 2015.

VI international scientific conference «**Current issues of the theory and practice of philological researches**»

(K-03.25.15)

March, 27–28, 2015.

III international scientific conference «**Modern infocommunication and remote technologies in the educational space of school and higher education institution**»

(K-03.27.15)

March, 29–30, 2015.

III international scientific conference «**Personal development: psychological basis and social conditions**»

(K-03.29.15)

April, 1–2, 2015.

International scientific conference «**Building a culture of independent thinking in the educational process**»

(K-04.01.15)

April, 5–6, 2015.

V international scientific conference «**Peoples of Eurasia: history, culture and interaction problems**»

(K-04.05.15)

April, 7–8, 2015.

International scientific conference «**Migration policy and socio-demographic development of the world**»

(K-04.07.15)

April, 10–11, 2015.

V international scientific conference «**Problems and prospects of professional education in the 21st century**»

(K-04.10.15)

April, 15–16, 2015.

V international scientific conference «**Informative and communicative space and a person**»

(K-04.15.15)

April, 18–19, 2015.

II international scientific conference «**Continuity of education levels: contents, management, monitoring**»

(K-04.18.15)

April, 20–21, 2015.

International scientific conference «**Human health as an issue of medical and social sciences and humanities**»

(K-04.20.14)

April, 22–23, 2015.

III international scientific conference «**Social and cultural institutions in the modern world**»

(K-04.22.15)

April, 25–26, 2015.

V international scientific conference «**The childhood, adolescence and youth in a context of scientific knowledge**»

(K-04.25.15)

April, 28–29, 2015.

International scientific conference «**Culture, civilization and society: a paradigm of research and trends in interaction**»

(K-04.28.15)

May, 2–3, 2015.

III international scientific conference «**Modern technologies in system of additional and professional education**»

(K-05.02.15)

May, 5–6, 2015.

VI international scientific conference «**The theory and practice of gender researches in world science**»

(K-05.05.15)

May, 10–11, 2015.

III international scientific conference «**Risks and safety in rapidly changing world**»

(K-05.10.15)

May, 13–14, 2015.

II international scientific conference «**The culture of tolerance in a context of globalization: methodology of research, reality and prospect**»

(K-05.13.15)

May, 15–16, 2015.

VI international scientific conference «**Psycho-pedagogical problems of a personality and social interaction**»

(K-05.15.15)

May, 20–21, 2015.

III international scientific conference «**Text. Literary work. Reader**»

(K-05.20.15)

May, 22–23, 2015.

II international scientific conference «**Advertizing in the modern world: history, theory and practice**»

(K-05.22.15)

May, 25–26, 2015.

V international scientific conference «**Innovative processes in economic, social and spiritual spheres of life of society**»

(K-05.25.15)

June, 1–2, 2015.

IV international scientific conference «**Social and economic problems of modern society**»

(K-06.01.15)

September, 10–11, 2015.

VI international scientific conference «**Problems of modern education**»

(K-09.10.15)

September, 15–16, 2015.

V international scientific conference «**New approaches in economy and management**»

(K-09.15.15)

September, 20–21, 2015.

V international scientific conference «**Traditional and modern culture: history, actual situation, prospects**»

(K-09.20.15)

September, 25–26, 2015.

III international scientific conference «**Problems of formation of a professional: theoretical analysis principles and practical solutions**»

(K-09. 25.15)

September, 28–29, 2015.

III international scientific conference «**Ethnocultural identity as a strategic resource of consciousness of society in the conditions of globalization**»

(K-09.28.15)

October, 1–2, 2015.

V international scientific conference «**Foreign language in the system of secondary and higher education**»

(K-10.01.15)

October, 5–6, 2015

VI international scientific conference «**Family in a context of pedagogical, psychological and sociological researches**»

(K-10.05.15)

October, 10–11, 2015.

II international scientific conference «**Current issues of public relations**»

(K-10.10.15)

October, 12–13, 2015.

International scientific conference «**Computerisation of higher education: current situation and development prospects**»

(K-10.12.15)

October, 13–14, 2015.

III international scientific conference «**Purposes, tasks and values of education in modern conditions**»

(K-10.13.15)

October, 15–16, 2015.

V international scientific conference «**Personality, society, state, law: problems of correlation and interaction**»

(K-10.15.15)

October, 20–21, 2015.

International scientific conference «**Modern developmental psychology: main trends and prospects of research**»

(K-10.20.15)

October, 25–26, 2015.

V international scientific conference «**Socio-economic, sociopolitical and sociocultural development of regions**»

(K-10.25.15)

November, 1–2, 2015.

V international scientific conference «**Religion – science – society: problems and prospects of interaction**»

(K-11.01.15)

November, 3–4, 2015.

II international scientific conference «**Professionalism of a teacher in the information society: problems of formation and improvement**»

(K-11.03.15)

November, 5–6, 2015.

III international scientific conference «**Current issues of social researches and social work**»

(K-11.05.15)

November, 15–16, 2015.

III international scientific conference «**Problems of development of a personality**»

(K-11.15.15)

November, 20–21, 2015.

V international scientific conference «**Preparing a competitive specialist as a purpose of modern education**»

(K-11.20.15)

November, 25–26, 2015.

IV international scientific conference «**History, languages and cultures of the Slavic people: from origins to the future**»

(K-11.25.15)

December, 1–2, 2015.

VI international scientific conference «**Practice of communicative behavior in social and humanitarian researches**»

(K-12.01.15)

December, 3–4, 2015.

III international scientific conference «**Problems and prospects of development of economy and management**»

(K-12.03.15)

December, 5–6, 2015.

II international scientific conference «**Safety of a person and society**»

(K-12.05.15)

ИНФОРМАЦИЯ О ЖУРНАЛАХ «СОЦИОСФЕРА» И «PARADIGMATA POZNÁNÍ»

Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера» (ISSN 2078-7081) 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», а также на сайтах Электронной научной библиотеки и Directory of open access journals.

Содержание журнала включает следующие разделы:

- Наука.
- В помощь преподавателю.
- В помощь учителю.
- В помощь соискателю.

Периодичность выпуска – 4 раза в год (март, июнь, сентябрь, декабрь).

Главный редактор – Б. А. Дорошин, кандидат исторических наук, доцент.

Редакционная коллегия: Дорошина Илона Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент (ответственный за выпуск), Антипов Михаил Александрович, кандидат философских наук, доцент, Ефимова Диана Валерьевна, кандидат психологических наук, доцент, Саратовцева Надежда Валентиновна, кандидат педагогических наук, доцент.

Международный редакционный совет: Арабаджийски Николай, PhD., профессор (экономика – София, Болгария), Берберян Ася Суреновна, доктор психологических наук, профессор (Ереван, Армения), Большакова Алла Юрьевна, доктор филологических наук, (Москва, Россия), Волков Сергей Николаевич, доктор философских наук, профессор (Пенза, Россия), Голандам Араш Карим, доцент (филология – Решт, Иран), Гончаров Вадим Николаевич, доктор философских наук, доцент (Ставрополь, Россия), Гринин Леонид Ефимович, доктор философских наук, академик РАЕН (Волгоград,

Россия), Исламов Захиджан Махмудович, доктор филологических наук, профессор (Ташкент, Узбекистан), Кашпарова Ева, PhD. (социология – Прага, Чехия), Кондрашин Виктор Викторович, доктор исторических наук, профессор (Пенза, Россия), Минияров Валерий Максимович, доктор педагогических наук, профессор (Самара, Россия), Мохначева Марина Петровна, доктор исторических наук, профессор (Москва, Россия), Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук, (г. Кызылорда, Казахстан), Сапик Мирослав, PhD., доцент (философия – Колин, Чехия), Сердобинцева Елена Николаевна, доктор филологических наук, профессор (Пенза, Россия), Танцошова Джудита, PhD. профессор (экономика – Братислава, Словакия), Христова Наталия Цветанова, PhD., профессор (история – София, Болгария), Хрусталькова Наталья Александровна, доктор педагогических наук, профессор (Пенза, Россия), Цибак Любош, PhD., MBA (экономика – Братислава, Словакия).

Чешский научный журнал «**Paradigmata poznání**» (Парадигмы познания) публикует научные статьи, теоретические обзоры и результаты эмпирических исследований, отзывы на книги, статьи, диссертации, рецензии, отчеты о научных мероприятиях по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам. Тематика журнала охватывает широкий спектр проблем.

Журнал приглашает к сотрудничеству российских и зарубежных авторов и принимает для опубликования материалы на чешском, английском и русском языках. Журнал «Социосфера» зарегистрирован Международным Центром ISSN (региональное отделение в г. Прага), ему присвоен номер ISSN 2336-2642. Полнотекстовые версии всех номеров журнала размещаются на сайте НИЦ «Социосфера» <http://sociosfera.com>, на сайте Электронной научной библиотеки по адресу <http://elibrary.ru>, а также на сайте Directory of open access journals по адресу <http://www.doaj.org>.

Содержание журнала включает следующие разделы:

- Теория и анализ.
- Эмпирические и прикладные исследования.
- Обзоры, рецензии и отзывы.
- Научная жизнь.

Периодичность выпуска – 4 номера в год (февраль, май, август, ноябрь).

Главный редактор – Дорошина Илона Геннадьевна,
кандидат психологических наук, доцент,
заместитель главного редактора – **Кушаев Умиджон Рахимович,**
кандидат философских наук.

Редакционная коллегия: Абдуллаев Равшан Вахидович, доктор экономических наук, профессор (Ташкент, Узбекистан), Бойцов Виктор, DrSc., профессор (информационные системы – Рига, Латвия), Бушина Филип, PhD., MBA (экономика – Колин, Чехия), Вернигора Александр Николаевич, кандидат биологических наук, доцент (Пенза, Россия), Девярых Сергей Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент (Витебск, Беларусь), Замаровский Петер, RNDr. (естественные науки – Прага, Чехия), Ивановска Божена, PhD. (социология – Варшава, Польша), Кашпарова Ева, PhD. (социология – Прага, Чехия), Крейчова Ленка, PhD. (психология – Прага, Чехия), Кобец Петр Николаевич, доктор юридических наук, профессор (Москва, Россия), Кортаев Андрей Витальевич, доктор исторических наук, профессор (Москва, Россия), Кэмп Марианне, PhD., доцент, (история – Вайоминг, США), Лидяк Ян, PhD., профессор (международные отношения –

Колин, Чехия), Митюков Николай Витальевич, доктор технических наук, профессор (Ижевск, Россия), Сапик Мирослав, PhD., доцент (философия – Колин, Чехия), Сигмунд Томаш, PhD. (философия – Прага, Чехия), Сзуппе Мария, PhD. (история – Иври-сюр-Сен, Франция), Танцошова Джудита, PhD., профессор (экономика – Братислава, Словакия), Хаджкова Ванда, DrPaed., доцент (педагогика – Прага, Чехия), Хайруллина Нурсафа Гафуровна, доктор социологических наук, профессор (Тюмень, Россия).

Требования к оформлению материалов, отправляемых в журналы «Социосфера» и «Paradigmata poznání»

Материалы представляются в электронном виде на e-mail sociosphere@yandex.ru. Каждая статья должна иметь УДК (см. www.vak-journal.ru/spravochnikudc/; www.jscs.ru/informat/grnti/index.shtml). Формат страницы А4 (210 x 297 мм). Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ – 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman, стиль – Обычный. Название жирным шрифтом, 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 4–25 страниц. Заявка располагается после текста статьи и не учитывается при подсчете объема публикации.

Имя файла, отправляемого по e-mail,
для журнала «Социосфера»

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**.

для журнала «Paradigmata poznání» файл со статьей – **PP-Петров ИВ** или **PP-German P**, квитанция – **PP-Петров ИВ квитанция** или **PP-German P receipt**.

Материалы должны быть подготовлены в текстовом редакторе Microsoft Word, тщательно выверены и отредактированы.

Стоимость публикации в журналах составляет 250 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 250 рублей за один экземпляр.

INFORMATION ABOUT THE JOURNALS «SOCIOSPHERE» AND «PARADIGMATA POZNÁNÍ»

Methodological and theoretical journal «Sociosphere» publishes scientific articles and methodological books for lessons and complementary activities at social-humanitarian disciplines for professional and comprehensive schools. Themes of journal cover a wide range of problems. Materials about philosophy, sociology, history, culturology, study of art, philology, psychology, pedagogy, law, economics and other social-humanitarian areas are accepted.

The journal invites to cooperation Russian and foreign authors and accepts materials in Russian and English languages for publication. Full-text versions of all issues of journal will be placed on the website of Scientific Publishing Center «Sociosphere» <http://sociosphera.com> and on the website of Electronic research library at <http://elibrary.ru> and also on the website of Directory of open access journals at <http://www.doaj.org>.

The content of journal has following parts:

- Science
- In help to professors
- In help to teachers
- In help to doctoral candidates.

Periodicity of journal – 4 issues in a year (March, June, September, December).

Editor-in-Chief– Boris Doroshin,

candidate of historical sciences, assistant professor

Editorial board

Ilona G. Doroshina, candidate of psychological sciences, assistant professor (responsible for release), Michail A. Antipov, candidate of philosophical sciences, assistant professor, Diana V. Efimova, candidate of psychological sciences, assistant professor, Nadezhda V. Saratovceva, candidate of pedagogical sciences, assistant professor.

The international editorial council

Nikolay Arabadzhiski, Ph.D, professor (Economics – Sofia, Bulgaria), Alla Yu. Bolshakova, Doctor of Philological Sciences, professor (Moscow, Russia), Asya S. Berberyan, Doctor of Psychological Sciences, professor (Erevan, Armenia), Sergey N. Volkov, Doctor of Philosophy, professor (Penza, Russia), Arash K. Golandam, assistant professor (Philology – Rasht, Iran), Vadim N. Goncharov, Doctor of Philosophy, assistant professor (Stavropol, Russia), Leonid E. Grinin, Doctor of Philosophy, academician of RANS (Volgograd, Russia), Zahidzhan M. Islamov, Doctor of Philological Sciences, professor (Tashkent, Uzbekistan), Eva Kashparova, Ph.D. (Sociology – Prague, Czech Republic), Natalia Ts. Khristova, Ph.D, professor (History – Sofia, Bulgaria), Viktor V. Kondrashin, Doctor of Historical Sciences, professor (Penza, Russia), Valeriy M. Miniyarov, Doctor of Pedagogical Sciences, professor (Samara, Russia), Marina P. Mokhnacheva, Doctor of Historical Sciences, professor (Moscow, Russia), Murat O. Nasimov, Candidate of Political Sciences (Kyzylorda, Kazakhstan), Miroslav Sapik, Ph.D, assistant professor (Philosophy – Kolin, Czech Republic), Elena N. Serdobintseva, Doctor of Philological Sciences, professor (Moscow, Russia), Judita Tancoshova, Ph.D, professor (Economics – Bratislava, Slovakia), Natalia A. Hrustalkova, Doctor

of Pedagogical Sciences, professor (Penza, Russia), Lubosh Cibak, Ph.D, MBA (Economics – Bratislava, Slovakia).

Czech science journal «**Paradigmata poznání**» (ISSN 2336-2642) publishes research papers, theoretical surveys and results of empirical studies, reviews for books, articles, dissertations, reviews, reports about scientific events at social-humanitarian, technical and natural-scientific disciplines. Themes of journal cover a wide range of problems.

The journal invites to cooperation Russian and foreign authors and accepts materials in Russian and English languages for publication. Full-text versions of all issues of journal will be placed on the website of Scientific Publishing Center «Sociosphere» <http://sociosfera.com> and on the website of Electronic research library at <http://elibrary.ru> and also on the website of Directory of open access journals at <http://www.doaj.org>.

The content of journal has following parts:

1. Theory and analyses.
2. Empirical and applied studies.
3. Surveys, reviews and comments.
4. Science life.

Periodicity of journal – 4 issues in a year (February, May, August, November).

Editor-in-Chief – Ilona G. Doroshina,

candidate of psychological sciences, assistant professor

Deputy Editor-in-Chief – Umidjon R. Kushaev, Ph.D. (philosophy),

International editorial board

Ravshan V. Abdullayev, doctor of economic sciences, professor (Tashkent, Uzbekistan), Victor Boicov, DrSc., professor (Information Systems – Riga, Latvia), Phillip Bushina, Ph.D., MBA (Economics – Colin, Czech Republic), Aleksandr N. Vernigora, candidate of biological sciences, assistant professor (Penza, Russia), Sergey Yu. Devyatych, candidate of psychological sciences, assistant professor (Vitebsk, Belarus), Bozhena Ivanovska, Ph.D. (Sociology – Warsaw, Poland), Vanda Hajkova, DrPaed., associate professor (Education – Prague, Czech Republic), Eva Kashparova, Ph.D. (Sociology – Prague, Czech Republic), Nursafa G. Khayrulina, doctor of sociological sciences, professor (Tyumen, Russia), Lenka Krejcová, Ph.D. (Psychology – Prague, Czech Republic), Petr N. Kobets, doctor of law, professor (Moscow, Russia), Andrey V. Korotayev, doctor of history, professor (Moscow, Russia), Marianne Kamp, Ph.D, associate professor (History – Wyoming, USA), Jan Lidyak, Ph.D. professor (Political science – Colin, Czech Republic), Nikolay V. Mityukov, doctor of technical sciences, professor (Izhevsk, Russia), Miroslav Sapik, Ph.D. associate professor (Philosophy – Kolin, Czech Republic), Tomash Sigmund, Ph.D. (Philosophy – Prague, Czech Republic), Mariya Szuppe, Ph.D. (History – Ivry-sur-Seine, France), Judita Tancoshova, Ph.D, professor (Economics – Bratislava, Slovakia), Peter Zamarovsky, RNDr. (Nature Sciences – Prague, Czech Republic).

Guidelines for publications sent to the journals «Sociosphere» and «Paradigmata poznání»

Articles are to be sent in electronic format to e-mail: sociosphere@yandex.ru or sociosfera@seznam.cz. Each article should have a UDC. Page format: A4 (210x297mm). Margins: top, bottom, right – 2cm, left – 3cm. The text should be typed in 14 point font Times

New Roman, 1.5 spaced, indented line – 1.25, Normal style. The title is typed in central alignment. The second line comprises the initials and the family name of the author(s); central alignment. The third line comprises the name of the organization, city, country; central alignment. The methodical articles should indicate discipline and specialization of students for which these materials are developed. After a blank line the name of the article in English is printed. On the next line the name of the authors in English is printed. Next line name of the work place, city and country in English. After one line space comes the abstract in English (3–4 sentences) and a list of key words in English. The text itself is typed after one line space. Graphs, figures, charts are included in the body of the article and count in its total volume. References should be given in square brackets. Bibliography comes after the text as a numbered list, in alphabetical order, one item per number. References should be inserted manually. Footnotes are not acceptable. The size of the article is 4–25 pages. The registration form is placed after the text of the article and is not included in its total volume.

The name of the file

for the journal «Sociosphere» – family name and initials of the first author, for example:

German P. The payment confirmation should be scanned and e-mailed, it should be entitled, for example **German P receipt**.

for the journal «Paradigmata poznání» – the file with an article – **PP-German P**, the payment confirmation – **PP-German P receipt**.

Materials should be prepared in Microsoft Word, thoroughly proof-read and edited.

Образец оформления статьи для журналов
«Социосфера» и «Paradigmata poznání»

Sample of articles for journals
«Sociosphere» and «Paradigmata poznání»

УДК 94(470)»17/18»

Культура г. Семиреченска в XIX веке

И. И. Иванов, кандидат исторических наук, доцент,

В. В. Петров, аспирант

Семиреченский институт экономики и права,

г. Семиреченск, N-ский край, Россия

Culture in Semirechensk in the XIX century

I. I. Ivanov, candidate of historical sciences, assistant professor;

V. V. Petrov, postgraduate student

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.

Keywords: 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

Согласен с публикацией статьи на сайте до выхода журнала из печати?

Да/нет (оставить нужное)

**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 «Социосфера»)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- Редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок).
- Изготовление оригинал-макета.
- Дизайн обложки.
- Печать тиража в типографии.

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 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.

PUBLISHING SERVICES
OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- ✓ training manuals;
- ✓ autoabstracts;
- ✓ dissertations;
- ✓ monographs;
- ✓ books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic
(in the output of the publication will be registered
Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
or in Russia

(in the output of the publication will be registered
Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»)

We carry out the following activities:

- Editing and proofreading of the text (correct spelling, punctuation and stylistic errors).
- Making an artwork.
- Cover design.
- Print circulation in typography is by arrangement.

These types of work can be carried out individually or in a complex.

«Premium» package includes:

- editing and proofreading of the text;
- production of an artwork;
- cover design;
- printing coloured flexicover;
- printing copies in printing office;
- ISBN assignment;
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of Czech Republic;
- sending books to the author by the post.

Circulation includes copies, which are obligatory delivered to the leading libraries of the Czech Republic (5 items) or to Russian Central Institute of Bibliography (16 items)..

Other options will be considered on an individual basis. For questions and requests you can contact us by e-mail sociosphere@yandex.ru.

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
Faculty of Business Administration, University of Economics in Prague
Penza State Technological University
Penza State University

**INFORMATIZATION OF SOCIETY:
SOCIO-ECONOMIC, SOCIO-CULTURAL
AND INTERNATIONAL ASPECTS**

Materials of the V international scientific conference
on January 15–16, 2015

Articles are published in author's edition.
The original layout – I. G. Balashova

Signed in print 26.01.2015. 60x84/16 format.
Writing white paper. Publisher's sheets 6,62.
100 copies.

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky, Česká republika.
Tel. +420608343967,
web site: <http://sociosphera.com>,
e-mail: sociosfera@seznam.cz