

№	ФИО/ Название сборников	Формы реализации научно исследовательской деятельности	Ссылка/ документ
1	Окорокова Г.С., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Участник XIII Всероссийской (с международным участием) молодежной научно-практической конференции «Человек. Общество. Культура, Социализация». 20-21 апреля 2017 г.	Благодарственное письмо
2	Окорокова Г.С., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Участник X Международной научно-практической конференции «Идеалы и ценности ислама в образовательном пространстве XXI века». 18-20 октября 2017 г.	Благодарственное письмо
3	Окорокова Г.С., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Участник XVI Всероссийской (с международным участием) молодежной научно-практической конференции «Человек. Общество. Культура, Социализация». 23-24 апреля 2020 г.	Текст тезисов выступления на конференции
4	Чукреева М.А., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Участник XV Всероссийской (с международным участием) молодежной научно-практической конференции «Человек. Общество. Культура, Социализация». 25-26 апреля 2019 г. Честь 1.	Текст тезисов выступления на конференции
5	Чукреева М.А., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Участник XV Всероссийской (с международным участием) молодежной научно-практической конференции «Человек. Общество. Культура, Социализация». 25-26 апреля 2019 г. Честь 3.	Текст тезисов выступления на конференции
6	Чукреева М.А., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Участник Conference: HPERA 2019 https://www.futureacademy.org.uk/publication/EpSBS/HPERA2019 (WoS) 2019	Текст статьи
7	Чукреева М.А., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Написание статьи в журнал списка ВАК «Аудиокнига как реминисценция постмодернизма»	Скриншот редакции о приеме статьи к публикации
8	Чукреева М.А., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Написание статьи в журнал списка ВАК «Аудиокнига как проявление культуры постмодернизма»	Скриншот редакции о приеме статьи к публикации

9	Чукреева М.А., магистрант по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование	Написание статьи в журнал списка ВАК «Книжные сообщества в социальных медиа как метод повышения читательской культуры»	Скриншот редакции о приеме статьи к публикации
---	---	--	--

Роль социальных сетей в жизни современного школьника

Г. С. Околокова

Башкирский государственный педагогический университет им.М. Акмуллы

Научный руководитель: Уразметов Т.З., к.к.н., доцент

Аннотация: В данной статье рассматривается роль социальных сетей в жизни современного школьника. Для исследователей различных областей вызывает огромный интерес искать причины и истоки стремительного увлечения подростков социальными сетями. Наибольшей популярностью среди них пользуется Вконтакте, а также Facebook, Instagram, Twitter. Общение в социальных сетях является одной из самых распространенных досуговых практик. Современные школьники достаточно сильно погружены в сферу виртуальных взаимодействий в социальных сетях, они же, в свою очередь, представляют великолепную возможность самоидентификации и самовыражения, а также безграничного общения и обмена информацией. Важно, вместо запрета на социальные сети, направить виртуальную деятельность школьников в правильное русло.

Ключевые слова: социальные сети, информационный поток, самопрезентация, троллинг, кибербуллинг, кибербезопасность, виртуальный мир, культура общения.

Социальные сети представляют собой мощные интерактивные многопользовательские веб-сайты, содержание которых наполняется самими участниками сети. В интернете существует большое количество социальных сетей, первыми из которых были Classmates (1995), LiveJournal (1999), Friendster (2002), LinkedIn (2003), My Space (2003). В силу того, что данное понятие сегодня для большинства обывателей связано исключительно с интернетом, мы посвятим исследование именно этой составляющей социальных сетей. Наибольшей популярностью среди них пользуется Вконтакте, а также Instagram, Facebook, Twitter.

Мир социальных сетей многогранен и разносторонен, поэтому им активно занимаются и психологи и социологи. В зарубежной практике более разработаны теоретические подходы к изучению поведения школьников в социальных сетях, чего, к сожалению, пока нельзя сказать об отечественной литературе. Имеющиеся исследования носят фрагментарный характер и зачастую лишь поверхностно касаются роли социальных сетей в жизни подростков.

Можно сказать, что исследователи пытаются ответить на три главных вопроса:

- зачем люди идут в социальные сети;
- для чего используется социальная сеть;
- как виртуальное общение отражается на реальной социальной жизни.

Рассмотрение данных вопросов в практике исследования подростков ставит соответствующие задачи, а именно: анализ потребностей, свойственных данной возрастной группе реализующихся в социальных сетях; выявление особенностей виртуальной социализации; рассмотрение последствий такой социализации. Именно стремительное увлечение людей социальными сетями побудило исследователей искать причины и истоки такого поведения. Примером попыток решения таких задач является анализ, проведенный сотрудниками лаборатории мониторинговых исследований МГППУ[2, с. 10].

Основная цель посещения социальных сетей школьниками – это общение, на втором месте – чтение новостей и статей в группах, на третьем – прослушивание музыки и просмотр фильмов. Общеизвестно, что социальные сети оказывают все более существенное влияние на развитие, поведение, ценностные ориентации и жизненные позиции современных детей и подростков, самостоятельно формирующих медийный контент и определяющих наиболее значимые медиасобытия в огромном информационном потоке. Практически каждый современный школьник регулярно посещает любимые сайты, просматривает новостную ленту, участвует в обсуждении тем в многочисленных группах, общается в чатах и т. п. Не менее активно современные дети выкладывают в интернет информацию о событиях своей жизни: делятся мыслями, фотографиями, новостями. Иными словами, каждый пользователь самостоятельно, в зависимости от своих интересов, настроения и желания формирует определенную интернет-информацию.

Общение в социальных сетях уже достаточно давно стало своеобразной формой самопрезентации пользователей. Виртуальный образ пользователя, который создан в сети, может быть достаточно далек от образа реального, потому как свобода выбора школьником фото, имени, возраста, интересов предоставляет возможность скрыть личную информацию.

Кроме того, общение посредством социальной сети носит более избирательный характер – пользователь общается только с тем, с кем ему приятно, тогда как реальное общение предполагает не только свободный выбор собеседников. Из всего этого можно предположить, что виртуальное общение посредством социальных сетей – безопасное явление. Однако в последние годы современные школьники – активные пользователи интернет, все чаще сталкиваются с такими негативными явлениями как размещение в интернет информации провокационного характера (троллинг) и информационная атака, направленная на определенного пользователя в виде оскорблений, угроз, издевательств, насмешек, демонстраций фотографий (кибербуллинг). Чаще они теряются в подобных ситуациях и не знают к кому обратиться за советом. В школах уделяется достаточно внимания изучению компьютерной техники, но крайне мало

говорится о безопасности ребенка в сети (кибербезопасности). Да и родители иногда затрудняются с выбором действенных мер против подобных видов медийной агрессии. Важна умелая ориентация в информационном пространстве, которая неразрывно связана с интеграцией подростка в современное общество, становление его как личности и успешная социализация[1, с. 23].

В связи с этим возникает необходимость акцентирования внимания родителей и педагогов на важность воспитания культуры общения современных школьников с виртуальным миром, что включает в себя определение основных ценностных, эстетических, культурных приоритетов в воспитании, обозначение основных векторов образования и воспитания подрастающего поколения, связанных с развитием новых информационных технологий[3, с. 310].

Подводя итог, можно сказать, что социальные сети все же представляют великолепную возможность самоидентификации и самовыражения, а также безграничного общения и обмена информацией. Важно, вместо запрета на социальные сети, направить виртуальную деятельность школьников в правильное русло.

Литература

1. Завилишина, М., Милованова, Е. Социальные сети и подросток [Электронный ресурс]: Дети. Психологический навигатор. - Режим доступа: <http://deti.psynavigator.ru/articles.php?code=135>.- (Дата обращения: 10.03.2018).
2. Роль виртуальных социальных сетей в жизни современного школьника [Текст]: отчет по итогам НИР / Аржанных Е. В., Задорин И. В., Колесникова Е. Ю., Гуркина О. А., Новикова Е. М., Мальцева Д. В. - Москва, 2014. -107 с.
3. Слепцова, Н. К., Васильева, А. Н. Социальные сети как фактор социализации современных подростков // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2016. - Т. 30. - С. 309-311. - Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/56645.htm>.- (Дата обращения: 10.03.2018).

Кино как фактор формирования и развития личности

Г.С. Околокова

Башкирский государственный педагогический университет им. М.

Акмуллы

Научный руководитель: Жукова Е.Д., к.п.н., доцент

Аннотация: Статья посвящена кино, как визуальному средству массовой коммуникации, которое оказывает колоссальное влияние на общественное сознание. В статье кратко представлена история создания и развития кинематографа. Рассмотрена способность кино, как самого массового и самого популярного вида искусства, создавать новые модные тенденции. Дана характеристика глобализации современного мирового кинопроцесса. Рассмотрено воздействие современного киноискусства на зрителя, выражающееся как в позитивном, так и в негативном влиянии на личность.

Ключевые слова: кино, кинематограф, киноискусство, визуальные коммуникации, тенденция, глобализация кинопроцесса, развитие личности, мировоззрение.

Кино – это целый мир, без которого невозможно представить современную жизнь. На сегодняшний день это один из самых распространенных вариантов проведения досуга, будь то поход в кино или просмотр фильма в домашней обстановке. В любой день недели, в любое время дня и ночи современному человеку доступны миллионы кинокартин любого жанра: исторический фильм, комедия, мелодрама, боевик, вестерн, детектив, триллер, фильм ужасов, фильм-катастрофа и многие другие.

Кино появилось немногим больше ста лет назад, но за это короткое с исторической точки зрения время оно смогло стать самым влиятельным видом искусства, обладающим широкими возможностями воздействия на восприятие человека. Как сказал однажды великий британский кинорежиссер Альфред Хичкок: «Фильм – это жизнь, с которой вывели пятна скуки». И действительно, просмотр кино – это погружение в интересную захватывающую жизнь, это эмоции и сопереживание героям, в жизни которых происходят небудничные события. Кино дает возможность человеку оказаться в других мирах и прожить сотню разных судеб, оставить реальность и перенестись туда, куда захочет душа. Во многом благодаря этому свойству, кинематограф так быстро обрел свою популярность по всему миру [7, с.131].

По своей природе кино – синтетический вид искусства, поскольку объединяет изображение, звук, свет, цвет и слово; при этом, не дублируя ни театр, ни литературу, ни музыку, ни живопись, а лишь перерабатывая их опыт в соответствии с особенностями экранной демонстрации видеоряда.

Появлению кино способствовали достижения науки и техники в области оптики, химии, электро- и фототехники [1, с. 113]. Задача, которую ставили перед собой десятки исследователей – закрепить на материальном носителе изображение непрерывного движения объектов и спроецировать это движение на экран.

Среди прочих изобретателей, которые искали путь для создания «движущихся картинок», ближе всего подошли к созданию кинематографа четыре человека: Томас Эдисон, Иосиф Тимченко, братья Луи и Огюст Люмьер. Вошли же в историю как создатели нового жанра искусства – кинематографии – именно братья Люмьер, которым удалось создать работающий киноаппарат («синематограф») и сделать несколько видеороликов. Прорыв технологии, предложенной братьями Люмьер, заключался в том, что она позволяла осуществлять съемку не в специальных помещениях, а в любом месте (в том числе и на улице), быстро готовить фильм к просмотру и показывать его не одному зрителю, а десяткам и сотням человек [6, с. 32]. Свою технику кинопоказа братья Люмьер впервые продемонстрировали на съездах фотографов весной 1895 года. Однако именно 28 декабря 1895 года, когда в Париже на бульваре Капуцинок состоялся первый кинопоказ, проводившийся для всех желающих за небольшую плату, вошло в историю как дата создания кинематографа.

Самые первые фильмы были продолжительностью до одной минуты (документальный фильм «Выход с завода», комедийный сюжет «Поливальныйщик» и т.д.). Знаменитый ролик «Прибытие поезда» был продемонстрирован братьями уже в следующем году, и по легенде напугал зрителей, наблюдавших надвигающийся на них поезд.

С момента изобретения кино его совершенствование не прекращалось: постоянно создавалась новая съемочная и проекционная киноаппаратура, что способствовало улучшению четкости изображения и увеличению продолжительности фильмов. В первом десятилетии XX века она уже достигала 20 и более минут. 1927 год стал очередной значимой датой в киноиндустрии: был создан первый фильм со звуком «Певец джаза» производства кинокомпании «Warner Brothers» [5, с. 4]. Что касается «цветного кино», то, что удивительно, оно появилось практически сразу с черно-белым. Однако данный прорыв в то время не был оценен по достоинству во многом из-за дороговизны съемок такого фильма, а также из-за того, что краски, создаваемые для кино, были грубо локальными и не допускали никаких оттенков. Так, небо было всегда густо-синим, трава – ярко-зеленой, а люди – коричневыми. Первой же официальной цветной картиной была признана в 1935 году картина «Бекки Шарп» Рубена Мамуляна, американского режиссера армянского происхождения [5, с. 6].

Популярность кино с момента его появления и приобщения к просмотрам массового зрителя только росла. Кино сделало небожителями

десятки актеров. Их персонажами восхищались, их самих носили на руках, их стиль копировали, им подражали... Кино заслуженно считают создателем массовой моды. Звезды кино «прививают» моду на прически, макияж, наряды и даже манеру говорить. Например, знаменитая прическа «бабетта» завоевала весь мир после того, как ее продемонстрировала на экране актриса Брижит Бардо в картине «Бабетта идет на войну». Яркий макияж и подводка глаз «по-египетски» стали пискom моды после того, как Элизабет Тейлор воплотила на экране роль Клеопатры. А манеру говорить негромко и с придыханием пытались позаимствовать у Мэрилин Монро тысячи женщин всего мира после просмотра фильма «В джазе только девушки».

Кино как самое массовое и самое популярное искусство в мире способно создавать тренды буквально во всем, и не только во внешности: в видах спорта, музыке, живописи, манере поведения и во многом другом. Например, практически с самого начала появления кинематографа, он стал «диктовать» моду на разные породы собак [4, с. 1]. Если в каком-то популярном фильме появлялась собака – все зрители хотели именно такую, и спрос на эту породу возрастал до небес. Потом появлялись другие фильмы, другие породы собак, и внимание зрителя переключалось на них (таблица 1).

Таблица 1. Как менялась мода на собак под влиянием кино [4, с. 1].

Порода собаки	Фильм
Восточно-европейская овчарка	«Джильбарс» (1935), «Ко мне, Мухтар!» (1964), «Пограничный пес Алы» (1979)
Шотландская овчарка колли	«Лесси возвращается домой» (1943), сериал «Лесси» (1954-1974, 591 серия), «Новые приключения Лесси» (1989, 48 серий) и др.
Шотландский сеттер	«Белый Бим Черное ухо» (1977)
Фокстерьер	«Трое в лодке, не считая собаки» (1979)
Эрдельтерьер	«Приключения Электроника» (1979)
Ньюфаундленд	«Друг» (1987)
Сенбернар	«Бетховен» (1992)
Хаски	«Железная воля» (1994), «Снежные псы» (2002), «Белый плен» (2005)
Акита-ину	«Хатико» (2009)

Эту способность кино продвигать моду в массы не могли не взять на вооружение мировые производственные гиганты. Примером наиболее эффективного продакт-плейсмента (скрытой рекламы в кинематографе) в истории кино стал опыт автоконцерна BMW. Так, в семнадцатом фильме о приключениях Джеймса Бонда «Золотой глаз» (1995) была показана новая модель кабриолета BMW, в продвижение которой автоконцерн вложил 3 млн долларов. Буквально сразу после релиза фильма компания получила заказы на почти 300 млн долларов. Другой пример: в картине «Основной

инстинкт» (1992) всего лишь один вопрос, адресованный героине Шерон Стоун: «Jack Daniel's подойдет?», увеличил продажи данного виски более чем в пять раз [9, с. 1].

Основными кинопроизводителями в мире являются США, Китай, Индия, Япония, Франция, Великобритания. Сегодня в мире производится свыше 6 тысяч кинофильмов в год [9, с. 1]. При этом фильмы, где бы они ни производились, распространяются и потребляются в любой другой стране мира, что говорит о глобализации мирового кинопроцесса.

Глобализация включает в себе огромные возможности роста и развития для каждой национальной кинематографии. Поэтому неудивительно, что сегодняшнее кино зачастую строится на глобальных идеях, способных охватить широкие массы потребителей [3, с. 26]. Примером успешного экспорта отечественного кинопродукта в десятки стран мира стал мультсериал «Маша и Медведь» (2009), простой и веселый сюжет которого понятен зрителям любой страны. «Маша и Медведь» был переведен на 25 языков и транслировался более чем 120 странах мира, в том числе в Германии, Италии, США, Канаде и Латинской Америке [9, с. 1].

Тенденцией последних десятилетий становится также совместное производство кинофильма несколькими странами, вовлеченными в процесс изготовления и финансирования фильма. По мнению экспертов, совместное кинопроизводство – наиболее органичный формат существования и развития мирового кино, среди основных преимуществ которого можно отметить расширение финансовых возможностей, облегченный выход на рынки стран-партнеров, а также активное привлечение передовых технических и творческих ресурсов [9, с. 1]. В связи с этим для России основными партнерами являются кинематографисты США, Украины, Германии, Франции. Постепенно появляются и новые партнеры, например, Китай.

«Локомотивами» мирового кино на сегодняшний день являются:

распространение сети Интернет, предоставляющей возможность просмотра любого фильма в любое время в любом месте;

появление 3D- и 5D-фильмов, осваивающих все новые виртуальные пространства и подключающих все новые органы чувств зрителя, вплоть до осязания и обоняния [10, с. 216].

Между обществом и миром кино существует постоянная связь. Общество требует от кинематографии новых достижений: усовершенствования технических приемов и креативности идей. Кино, в свою очередь, психологически воздействует на общество, обучает, формирует мировоззрение, обогащает человека духовно и т.д.

Под воздействием кино может возникать разнообразная гамма неповторимых чувств и эмоций. Тот или иной фильм способен вызвать улыбку или слезы, радость или грусть, возбуждение или ощущение душевного покоя.

Кино развивает общечеловеческие качества: любовь к ближнему, честность, доброту, понимание, сострадание, сочувствие и т. д. Даже самый недооцененный жанр кино, мелодрама, считающийся бесполезной тратой времени, способен положительно влиять на личность, так как помогает понять себя, свои чувства, сбросить накопленную эмоциональную усталость, всплакнув над очередной историей любви.

Просмотр кинофильмов – не просто забава. Кино заставляет думать и анализировать, способствует расширению кругозора и получению новых знаний буквально во всех областях науки и жизни. В целом, кино оказывает влияние на сознание человека, выполняя три важнейших функции (таблица 2) [8, с. 1].

Таблица 2. Основные функции, с помощью которых кинематограф влияет на общественное сознание

Воспитательная	Образовательная	Эстетическая
воспитание чувств патриотизма и любви своей стране;	формирование знаний об известных учено-их открытиях,	удовлетворение эстетических потребностей зрителя;
воспитание нравственного отношения к окружающим;	музыкантах, артистах, художниках и т.д.; и формирование знаний воспринимать красоту, об исторических	формирование и развитие умения видеть прекрасное.
развитие института брака и привитие семейных ценностей;	событиях; формирование представлений об	
профилактика девиантного поведения;	экономических, социальных,	
воспитание любви к природе и миру;	политических процессах;	
развитие международных отношений.	формирование знаний об основах психологии человека, об основах воспитания ребенка, о межличностных отношениях.	

Таким образом, можно сделать вывод, что кино способствует формированию и развитию образованной, воспитанной, всесторонне развитой личности. Однако нельзя не упомянуть и о негативном влиянии кинематографа на современного человека. В последнее время, особенно это усилилось с появлением 3D-фильмов, кино становится развлекательным продуктом, в котором очень важны спецэффекты и графика, а сама сущность, смысловая нагрузка фильма, культурная составляющая уходят на задний план («Дедпул», «Хранители», «Сочувствие госпоже Месть», «Неудержимые» и т.д.). Молодежь, а часто

именно они являются основным потребителем массового кинопродукта, не настраиваются на анализ сюжета и характеров в подобном фильме, а через зрительный нерв, напрямую, воспринимают информацию, идущую в подсознание, минуя процесс анализа. А ведь часто в современных популярных фильмах демонстрируется агрессия, насилие, применяется оружие и т.д. Также повсеместно используются такие установки: «для достижения цели все методы хороши», «живем один раз», «деньги решают все». И герои фильмов подтверждают эти установки: грабят, убивают, предают, подставляют (делают все для достижения своих целей). Во что в дальнейшем может вылиться заложенная в подсознании благодаря таким фильмам поведенческая модель, неясно. Тем более, что в ряде фильмов, где мы можем наблюдать девиантное поведение, герои нередко выглядят харизматичными и обаятельными личностями (например, герои фильмов «Леон», «Убить Билла», «Пипец»).

Исходя из вышесказанного, значительным недостатком кино, негативно влияющим на современного человека, является вседозволенность и отсутствие четких границ того, что показывать можно, а что лучше никогда не отправлять на общедоступный просмотр. Ситуация усугубляется тем, что даже если тот или иной фильм не прошел рейтинговую цензуру или имеет определенные возрастные ограничения для просмотра в кинотеатре, это не станет причиной для его изъятия из сети Интернет, где любой человек, даже ребенок, сможет его посмотреть. Негативно влияет на формирование и развитие личности такое явление, как пропаганда, повсеместно используемая в кино. Посредством кино государство может влиять на общество и манипулировать населением. Нередки случаи «переписывания истории» в кинематографе, искажения фактов прошлого, вырезания «ненужных» мест, акцентируя внимание на том, что выгодно в данный момент для определенных влиятельных сил общества.

В заключении хотелось бы сказать, что не учитывать воздействие кино на человека – это значит игнорировать реальную ситуацию и пренебрегать тем, какое значительное место в нашей повседневной жизни занимает этот вид искусства. Кино – существенный фактор формирования и развития современной личности. Прежде всего, фильмы должны учить думать и анализировать, тем самым формируя всесторонне развитую личность с собственным мнением. Понимая силу влияния кино, надо осознанно подходить к выбору фильмов для просмотра и качественно фильтровать информацию, которую несет тот или иной фильм.

Литература

1. Боров, Ю.Б. Художественная культура XX века (теоретическая история) [Текст]: Учебник / Под ред. Ю.Б. Борева – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 495 с.

2. Ганиева, Э.Р. Кино и телевидение как одни из основных факторов формирования визуальной культуры зрителя [Текст] / Э.Р. Ганиева // Молодой ученый. – 2017. – № 21. – С. 59-61.
3. Ганиева, Э.Р. Особенности эстетического восприятия кино в условиях новой цифровой реальности [Текст] / Э.Р. Ганиева // Филология, искусствоведение и культурология: сб. статей. – № 5(16). – Москва: Изд. «МЦНО», 2018. – С. 24-30.
4. Кравчук, М. Как менялась мода на собак под влиянием кино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edinstvennaya.ua/leisure/dosug/5595-kak-menyalas-moda-na-sobak-pod-vliyaniem-kino-foto> (дата обращения: 10.03.2019).
5. Кукоба, Е. Кино, кино, кино... [Текст] / Е. Кукоба // Позиция. – 2015. – №28 (1219). – С.10.
6. Москаленко, А.В., Ульрих И.В., Башкатов Д.В. Немного из истории кинематографа: эпоха немого кино [Текст] / А.В. Москаленко, И.В. Ульрих, Д.В. Башкатов // Киноискусство, технологии, коммуникация. – 2016. – С. 31-33.
7. Плотникова, Т.А. Изменения в психике современного человека под воздействием технологий кино [Текст] / Т.А. Плотникова // Гуманитаристика в условиях современной социокультурной трансформации: сб. статей. – Липецк, 2018. – С. 130-132.
8. Резников, Д.И. Влияние кинематографа на общественное сознание: анализ отечественного кинофильмов постсоветского периода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://connect-universum.tsu.ru/blog/workshop_students_reports/1186.html (дата обращения: 10.03.2019).
9. Седых, И.А. Киноиндустрия России – 2017 / НИУ «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/09/15/1173122290/Киноиндустрия%20России%202017.pdf> (дата обращения: 10.03.2019).
10. Темлякова, А.С. Киноязык и его трансформации под влиянием цифровых технологий [Текст] / А.С. Темлякова // Известия Уральского федерального университета. – 2018. – Т. 24. – № 4 (180). – С. 216-221.

Социально-педагогический потенциал современного киноискусства в России

Г. С. Окрокова

Башкирский государственный педагогический университет им. М.

Акмуллы

Научный руководитель: Жукова Е. Д. к.п.н., доцент

Аннотация: В настоящее время все большее внимание уделяется процессам, связанным с киноиндустрией. Именно поэтому в представленной статье проведен анализ актуального вопроса социально-педагогического потенциала современного киноискусства в России. Методология исследования – анализ научной литературы по заданному направлению, а также практического отечественного опыта.

Ключевые слова: киноискусство, социально-педагогический потенциал, общество, кинематограф, зритель.

Сфера киноискусства в России имеет достаточно широкий спектр влияния на формирование общественного мнения, а также на воспитание школьников и молодежи. Именно благодаря кинематографу, подрастающее поколение обозначает для себя моральные принципы, обращает внимание на социально значимые проблемы [1, с. 156]. Современное киноискусство в Российской Федерации, как и мировое кино, имеет достаточно большой социально-воспитательный (педагогический) потенциал. Однако очень важна его корректная реализация для достижения наиболее эффективного влияния на формирование мировоззрения субъектов социально-педагогического процесса.

Прежде всего необходимо определить цели социально-педагогической работы, чтобы иметь возможность проследить пути их реализации при помощи современного российского киноискусства. Среди них можно выделить:

- помощь субъекту в социализации в условиях окружающего его общества;
- ознакомление с корректными моделями взаимодействия субъектов социально-педагогической деятельности;
- формирование моральных устоев и принципов [2, с. 260].

Данные возможности отечественного кинематографа объясняются тем, что эта сфера позволяет продемонстрировать субъектам социально-педагогической деятельности модели общественно значимых проблем и пути их разрешения. Благодаря использованию современного киноискусства и других культурно-просветительных отраслей можно достичь разностороннего развития личности, которая, в конечном итоге, станет социально сознательной единицей общества и сможет способствовать его

дальнейшему развитию, поиску новых идеологических норм и предписаний.

Стоит отметить, что для реализации социально-педагогического потенциала современного киноискусства в России целесообразно использовать только некоторые его жанры, которые имеют наибольшую культурную и социальную значимость, способны оказать в достаточной степени высокий уровень воздействия на формирование общественной позиции молодежи. К примеру, данному критерию соответствуют исторически достоверные, документальные, биографические, хронологические и общеобразовательные научные фильмы.

Перед использованием в рамках педагогической деятельности, педагог должен убедиться в соответствии отобранного материала по отношению к заявленным критериям. В противном случае социально-педагогический потенциал современного киноискусства не будет раскрыт в полной мере, то есть, первоначальная задача не будет реализована.

Киноискусство можно использовать в качестве механизма, способствующего развитию нравственности, социальной сознательности и других общественно важных личностных особенностей каждого человека. Данная цель достигается путем наглядной демонстрации подходящих ситуационных сюжетов, которые имеют поучительное и воспитательное воздействие на молодежь, являющуюся субъектом социально-педагогической деятельности [3, с. 54].

Огромную роль в эффективности реализации социально-педагогического потенциала современного киноискусства играет степень его востребованности среди аудитории, на которую направлена данная деятельность. То есть, чем выше уровень распространенности этой культурно-просветительной отрасли, тем более масштабную степень педагогического воздействия можно оказывать на его субъекты. Многие воспринимают кино как развлекательную сферу культуры. Однако при условии правильного подбора и подачи материала его можно использовать в воспитательных и образовательных целях. В первую очередь, необходимо учитывать возраст аудитории, на которую рассчитана определенная социально-педагогическая программа, в которую включено использование образцов киноискусства. Это позволит эффективно реализовать потенциал данной отрасли, при этом используемые материалы не будут идти вразрез с общепринятыми правилами педагогического воздействия на определенные группы его субъектов [4, с. 47].

Конечно социально-педагогическую значимость имеют лишь отдельные образцы киноискусства, в основе сюжетных линий которых лежат актуальные проблемы современного общества. То есть, в процессе социально-педагогической деятельности с использованием киноискусства как вспомогательного инструмента необходимо избирательно подходить к выбору эксплуатируемого материала, чтобы иметь возможность оказания

предполагаемого воздействия на подростков и молодежь, по отношению к которым производится данная разновидность культурно-воспитательной работы. Также требуется четкое определение задач, поставленных перед педагогами в рамках реализации социально-педагогического потенциала современного киноискусства в России. Это позволит разработать наиболее действенную модель использования образовательных материалов, относящихся к данной отрасли культурно-просветительного искусства.

В настоящее время система реализации социально-педагогического потенциала современного киноискусства в России получает все большее распространение и актуальность. Однако, для большей эффективности, стоит предпринять определенные меры, направленные на совершенствование данного аспекта культурно-просветительной деятельности. В первую очередь, следует выявить наиболее подходящие для достижения целей социально-педагогических работ образцы киноискусства. Они должны соответствовать определенным критериям, в частности, способствовать социализации субъектов этой деятельности, нести идеологический и социально значимый посыл для современной молодежи. Благодаря этому в рамках произведения социально-педагогической деятельности можно будет эффективно эксплуатировать киноискусство как один из вспомогательных инструментов.

Таким образом, современное киноискусство в России обладает достаточно большим потенциалом в аспекте осуществления социально-педагогической деятельности [5, с. 83]. Ранее данная отрасль не имела необходимого уровня распространенности для достижения поставленных целей при реализации культурно-просветительного воспитания молодежи, однако, в настоящее время она получает все большую степень актуальности в условиях современного информационного общества.

При помощи киноискусства можно реализовать одну из основополагающих задач социально-педагогической деятельности (социализацию молодежи и формирование корректной общественной позиции). Соответственно, можно сделать вывод, свидетельствующий о том, что современное киноискусство имеет огромный потенциал в качестве одного из инструментов для осуществления качественной и эффективной социально-педагогической деятельности. При этом очень важно корректно подбирать материал, который будет использоваться в процессе достижения основных задач социально-педагогической работы, он должен соответствовать ряду критериев, учет которых необходимо для эффективности образовательной деятельности по отношению к молодежи.

Литература

1. Кле, М. Психология подростка. Психосексуальное развитие [Текст] / М. Кле. – Москва: Педагогика, 1991. – 365 с.
2. Мелконян, К.Ю. Киноискусство как фактор Формирования

социокультурного пространства общества [Текст] / К.Ю. Мелкоян // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2014. – №66. – С. 259-263.

3. Мелкоян, К.Ю. Социология кино в историко-теоретическом контексте [Текст] / К.Ю. Мелкоян // Социокультурные проблемы в модернизирующемся обществе. – Майкоп: Изд-во Адыгейского государственного университета. – 2015. – С.53-58.

4. Синенко, В.Я. Духовно-нравственное становление растущей личности в системе взаимодействия семьи и школы [Текст] / В.Я. Синенко // Семья, школа, церковь. – 2015. – № 13. – С. 46-52.

5. Николаева, А.Е., Майорова Д.М. Воспитательный потенциал киноискусства для современных подростков [Текст] / А.Е. Николаева, Д.М. Майорова // Молодой ученый. – 2017. – №11. – С. 82-85.

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы»



БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

Деканат социально-гуманитарного факультета выражает благодарность

Окороковой Галине

за активное участие в общественной жизни факультета и университета и

за помощь в организации благотворительной акции
«Золотая пента» (15.02.2017г.)

Заместитель декана СГФ по СивР

Султангалеева А.В.

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы»



БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

Деканат социально-гуманитарного факультета выражает благодарность

Окороковой Галине

за активное участие в общественной жизни факультета и университета и

за помощь в организации мероприятия
«День открытых дверей» март 2017

Заместитель декана СГФ по СивР

Султангалеева А.В.



СЕРТИФИКАТ № 1561

выдан Ожороковой Ташине Сергеевне
ФИО

студентке (у) СГР

прошедшей (ему) в 2016 / 2017 учебном году обучение по курсу
«Основы вожатского мастерства» в объеме 72 часов:

1. Нормативно-правовые основы деятельности вожатого. – 6 ч.
2. Психолого-педагогические основы деятельности вожатого. – 6 ч.
3. Методические и управленческие основы деятельности вожатого. – 60 ч.

Дополнительно студентом освоен курс «Охрана труда» в объеме 8 часов:

1. Юридические аспекты трудовой деятельности педагогов ДОУ. – 2 ч.
2. Правовые основы охраны труда. – 2 ч.
3. Порядок расследования несчастных случаев. – 2 ч.
4. Оказание первой доврачебной помощи пострадавшим. – 2 ч.

Ректор

Р.М.Асадуллин

г.Уфа 2017 г.

Федеральное государственное бюджетное учреждение
высшего образования
"Башкирский государственный педагогический университет
им. М. Акмуллы"

СЕРТИФИКАТ

выдан

за помощь в организации
регионального этапа всероссийской олимпиады школьников
по искусству

Ожороковой Ташине Сергеевне

Ректор БГПУ им. Акмуллы

Асадуллин Р.М.

февраль 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирский государственный педагогический университет
им. М. Акмуллы»
(ФГБОУ ВО БГПУ им. М. Акмуллы)

Благодарственное письмо

Окороковой

Галине Сергеевне

за помощь в организации

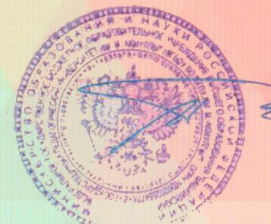
XIII Всероссийской

(с международным участием)

молодежной научно-практической
конференции

«Человек. Общество. Культура. Социализация»,
посвященной 50-летию БГПУ им. М. Акмуллы

Ректор



Р.М. Асадуллин

Уфа, 20-21 апреля 2017

Башкирский государственный
педагогический университет им.М.Акумалы



Сертификат

участника

ШКОЛЫ МОЛОДОГО УЧЕНОГО
«START-UP В НАУКУ»

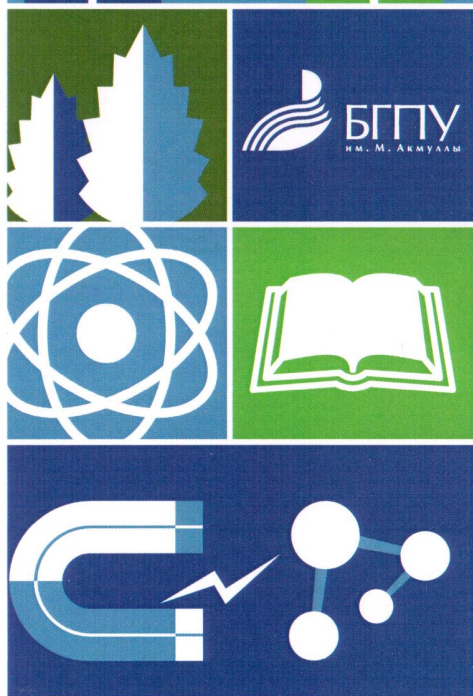
Окороковой Талеев

РЕКТОР



Р.М. АСАДУЛЛИН

УФА 2017





мархамат
благотворительный
образовательный фонд

Трамота

**Благотворительный образовательный фонд «Мархамат»
выражает огромную благодарность**

Окорокова Жанне

**За активное участие в мероприятии «Масленица»
для подопечных Благотворительного образовательного
фонда «Мархамат» 25 февраля 2017 года.**

**Желаем крепкого здоровья, успехов в работе, счастья
и благополучия.**

Президент
Благотворительного
образовательного фонда
«Мархамат»



А.Р.Тареева





СЕРТИФИКАТ УЧАСТНИКА

Настоящий сертификат подтверждает, что

Окорокова Галина

Прошел(а) образовательный курс в рамках
Республиканского молодежного образовательного форума
"Артылыш"

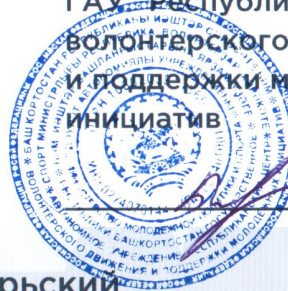


Директор
МБУ "Дворец молодежи"



Н.А. Спирина

Директор
ГАУ "Республиканский центр
волонтерского движения
и поддержки молодежных
инициатив"



И.Н. Биккулов



РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ЦЕНТР
ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ
И ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНЫХ
ИНИЦИАТИВ

г. Октябрьский
2017 год

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Башкирский государственный педагогический университет
им. М. Акмуллы»



БГПУ

им. М. Акмуллы



Объединенный
Совет Обучающихся

БГПУ

им. М. Акмуллы

Благодарственное письмо

ФГБОУ ВО

«Башкирский государственный педагогический университет
им. М. Акмуллы»

выражает искреннюю благодарность

**ОКОРОКОВОЙ ГАЛИНЕ
СЕРГЕЕВНЕ**

За значительный вклад в развитие
студенческого самоуправления
общезжития №5

Желаем Вам крепкого здоровья, дальнейших
творческих успехов и надеемся на плодотворное
сотрудничество!

Ректор



Р.М. Асадуллин

Уфа-2016

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования «Башкирский
государственный педагогический университет им. М. Акмуллы»

Почетная грамота

Вручается студентке социально-гуманитарного факультета
БГПУ им. М. Акмуллы

Окороковой Галине

За активное участие в праздничном концерте,
посвященному Дню Республики, совместно с УНМЦ
«Байрам»

Декан СГФ

В.А. Бенин

Зам.декана по СивР

С.Е. Чушкина

Руководитель УНМЦ «Байрам»

Е.С. Килина



2017



Благодарственное письмо

Уважаемая Галина Сергеевна!

*Благодарим Вас за содействие в проведении
X Международной научно-практической конференции
«ИДЕАЛЫ И ЦЕННОСТИ ИСЛАМА
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ XXI ВЕКА»,
прошедшей 18 – 20 октября 2017 года в городе Уфе*

*Директор НИИ ДБ и РРО
БГПУ им. М. Акмуллы
к. филос. н., доцент*

Д. М. Абдрахманов

г. Уфа – 2017



Сертификат
Окороковой Галины Сергеевны
участника конкурса
«Конференция студентов»
«Актуальность идей Л.С. Выготского
в современном образовании»

*Всероссийская студенческая олимпиада по педагогике и
психологии, посвященная 120-летию со дня рождения
Л.С. Выготского
(18-20 апреля 2016 г.)*

Ректор ФГБОУ ВО «ЧГПУ»

Челябинск – 2016



В.В. Садырин



мархамат

благотворительный
образовательный фонд

ГРАМОТА

**Благотворительный образовательный фонд «Мархамат»
выражает благодарность**

Окороковой Галине

**за активное участие в Благотворительной акции «Бегу
помогу» в рамках «Уфимского международного
марафона», направленной на образовательную программу
фонда «Центр детского развития» для детей с
ограниченными возможностями здоровья.**

**Желаем успехов в учебе, удачи, счастья и
благополучия.**

Президент

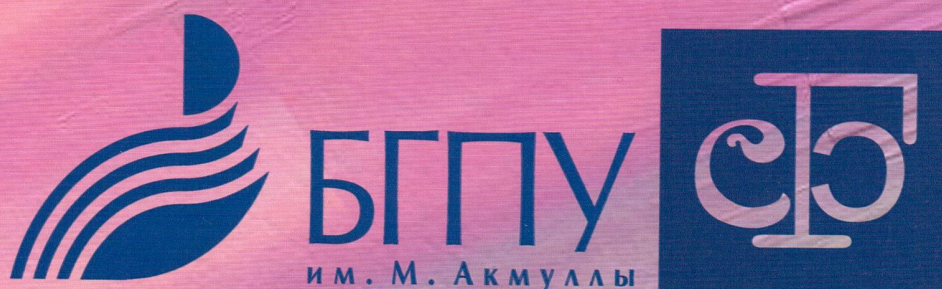


Гареева А.Р.

**Бегу
помогу**

Уфа 2017

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирский государственный педагогический университет
им. М.Акумлы»



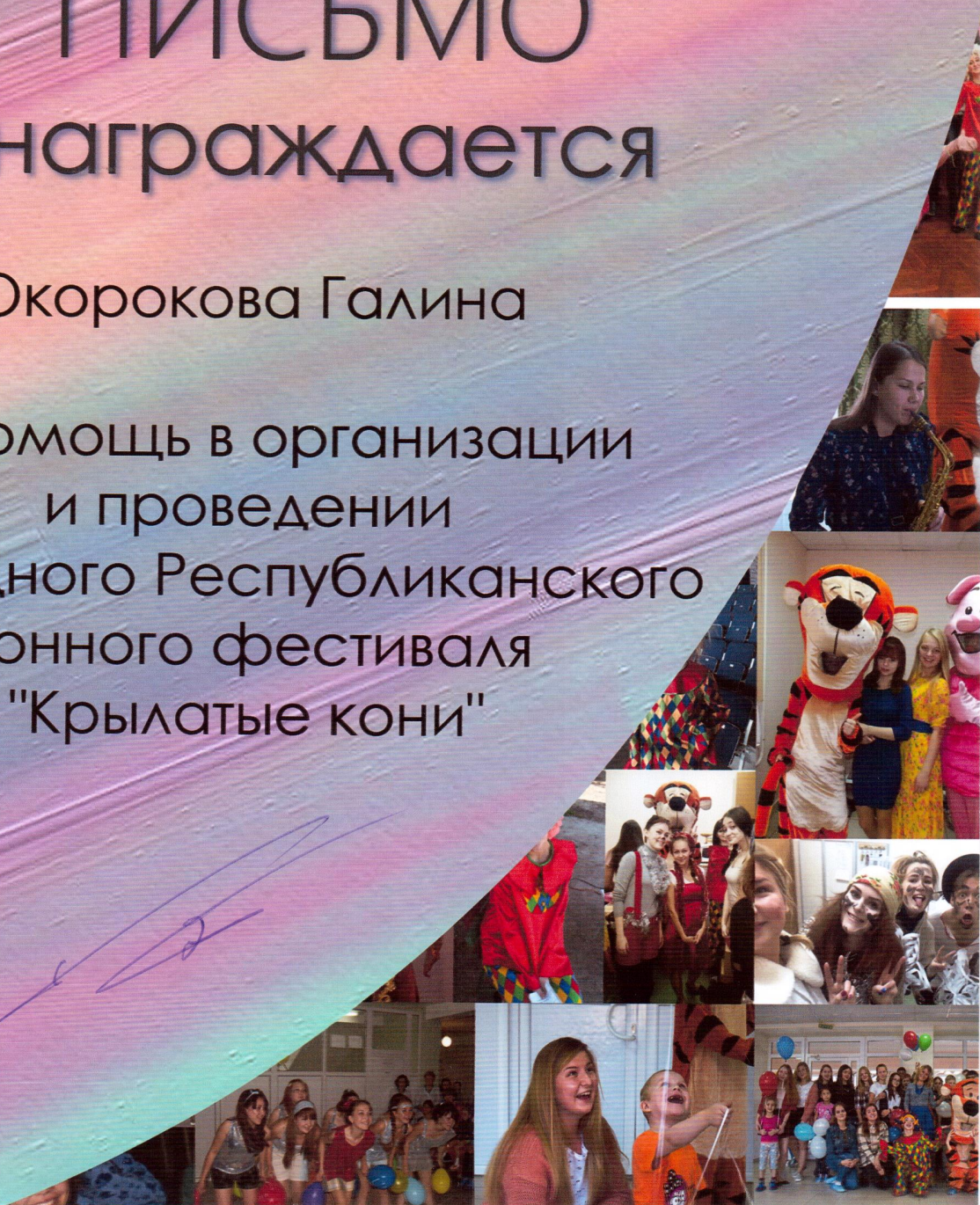
БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО награждается

Окорокова Галина

за помощь в организации
и проведении
ежегодного Республиканского
конного фестиваля
"Крылатые кони"

Декан СГФ
В.Л. Бенин

Уфа, 2017





**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА
ИСПОЛНЕНИЯ НАКАЗАНИЙ
УПРАВЛЕНИЕ
ПО РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН**
(УФСИН РОССИИ ПО РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН)
Достоевского ул., 39/1, г. Уфа, 450015
Тел./факс (347) 279-58-10
gufsinbash@yandex.ru

Проректору по социальной и
воспитательной работе
ФГБОУ «Башкирский
государственный педагогический
университет им. М. Акмуллы»

Шаяхметову В.А.

450000, г. Уфа, ул. Октябрьской
революции, 3а

02.03.2016 иск-3/10/15-3273

Уважаемый Винаер Абдулманович!

УФСИН России по Республике Башкортостан и администрация Стерлитамакской воспитательной колонии уделяет большое внимание организации и проведению воспитательных мероприятий, направленных на формирование и развитие у несовершеннолетних осужденных стремления к общественно-полезной деятельности, соблюдению требований законов и принятых в обществе правил поведения.

Руководство УФСИН России по Республике Башкортостан выражает искреннюю благодарность студенту ФГБОУ ВПО «БГПУ им. М. Акмуллы» Окороковой Галине Сергеевне, принявшей активное участие в проведении концерта художественной самодеятельности для воспитанников Стерлитамакской воспитательной колонии, состоявшемся 18 февраля 2016 года в клубе учреждения.

Уверен, что привлечение к исправительному процессу будущих педагогов, проходящих обучение в Вашем учебном заведении, способствует совершенствованию духовно-нравственного воспитания и позволит расширить формы организации культурного досуга несовершеннолетних осужденных.

С уважением,

Врип начальника
полковник внутренней службы

М.Л. Капустин

Исп.: Мисюков А.В.
тел. 8 (347)279-58-17, вн. 27-95



Почетная ГРАММОТА

**Вручается
студентке социально-гуманитарного факультета
БГПУ им. М. Акмуллы**

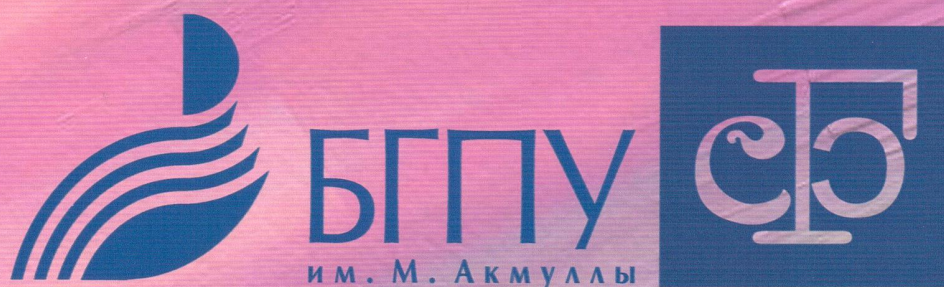
Окороковой Галине

за активное участие в деятельности УНМЦ "Байрам"

**Декан СГФ
Зам.декана по СивР
Руководитель УНМЦ "Байрам"**

**В.Л. Бенин
А.В. Султангалеева
Е.С. Килина**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирский государственный педагогический университет
им. М.Акумлы»



БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО награждается

Окорокова Галина

за помощь в организации
и проведении
новогоднего мероприятия
в Детской клинической
больнице №17 и
Кардиологическом диспансере

Декан СГФ
В.Л. Бенин

Уфа, 2017



Благодарственное Списывлю.

Государственное бюджетное учреждение
Республиканский центр семейного устройства детей-сирот
и детей, оставшихся без попечения родителей

выражает благодарность

Окороковой Галине Сергеевне

студентке
социально-гуманитарного факультета Башкирского государственного
педагогического университета им. М.Акумлы

за активное участие в благотворительной акции «Ручная работа»
в рамках II Молодежного Образовательного Фестиваля
и специализированной выставки
«Образование. Наука. Карьера. Спорт».

И.о. начальника



И.Н. Тригорьева

март 2017 г., г. Уфа





мархамат
благотворительный
образовательный фонд

Трамота

**Благотворительный образовательный фонд «Мархамат»
выражает огромную благодарность**

Окороковой Телеше

**За активное участие в Благотворительной акции
«Солнечный блин» в рамках программы «Линия сердца»
Благотворительного образовательного фонда
«Мархамат» 26 февраля 2017 года.**

**Желаем крепкого здоровья, успехов в работе, счастья
и благополучия.**

*Президент
Благотворительного
образовательного фонда
«Мархамат»*



А.Р.Тареева





ДИПЛОМ

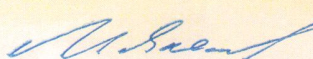
номинанта на стипендию главы Администрации
городского округа город Уфа
Республики Башкортостан
на 2016-2017 учебный год

Окороковой Галины Сергеевны

ФГБОУ ВО Башкирский государственный педагогический
университет им. М. Акмуллы

Глава Администрации
городского округа город Уфа
Республики Башкортостан



 И.И. Ялалов



Благодарственное письмо

всехотёру Ташке
Окороковой

Выражаем Вам огромную признательность и искренне благодарим за участие в Благотворительном празднике «Солнечный круг». Ваша помощь - это неоценимый вклад в развитие благотворительности и, несомненно, ощутимая поддержка и помощь в сборе средств на лечение Ильнары и Алеши.

Добрые дела не остаются незамеченными! Они, как маяки, светят тем, кто ждет помощи. Уверены, что Ваш пример показателен и для других благотворителей. Оказывая помощь, Вы дарите нам радость и надежду.

Пусть Ваша доброта и щедрость вернутся к Вам сторицей. Желаем Вам всяческих благ, здоровья, процветания и побольше тепла на Вашем жизненном пути.

С уважением,
семья Насыровых и Масухиных

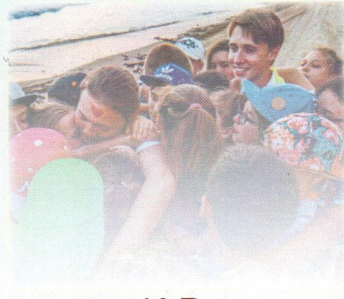
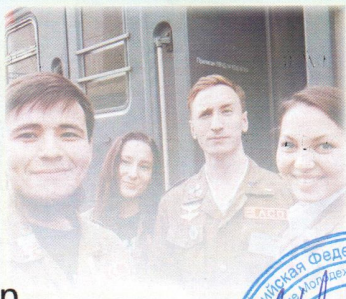
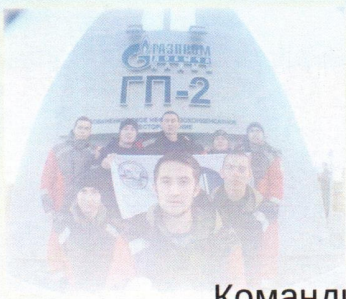




Благодарственное ПИСЬМО вручается

Окороковой Галине

за активное участие в творческом
фестивале «БашРО ищет таланты»,
приуроченном закрытию третьего
трудового семестра



Командир
БашРО МООО «РСО»

Сухарева И.Р.



Председатель правления
БашРО МООО «РСО»



Шарафутдинов А.В.

БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

ФГБОУ ВО «Башкирский государственный
педагогический университет им. М. Акмуллы»
выражает огромную благодарность

Галине Сергеевне Огороковой

за проявленную бдительность по безопасности
проживающих, охране имущества
и своевременном предотвращении пожара
в общежитии № 5 в ночь с 13 на 14 февраля 2017 года.
Желаем крепкого здоровья,
оптимизма и благополучия.

С уважением,

Ректор
БГПУ им. М. Акмуллы

Р. М. Асадуллин

Директор
студенческого городка

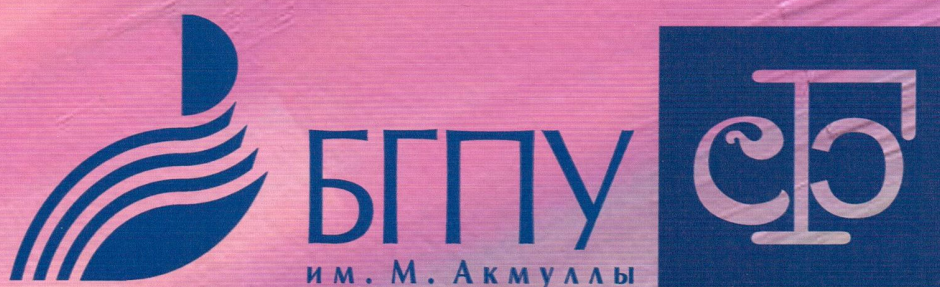
Р. А. Рахматуллина



УФА
2017 г



государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирский государственный педагогический университет
им. М.Акумуллы»



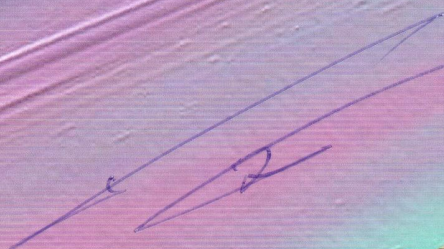
БЛАГОДАРСТВЕННОЕ
ПИСЬМО
награждается

Окорокова Галина

за активное участие
в деятельности
УНМЦ "Байрам"

Декан СГФ
В.Л. Бенин

Уфа, 2017





Благодарность

Окороковой Галине
Сергеевне

за помощь в организации
мероприятия "Посвящение
студентов в жители общежития"

Директор
Студенческого
городка БГПУ
им. М.Акмоллы



Рахматуллина Р.А.

Культурно-
массовый сектор
общежития №5

Гизатуллина А.Ф.

сентябрь 2017



БЛАГОДАРНОСТЬ

Окороковой Галине
Сергеевне

за помощь в организации
квеста "Маршрут построен"

Директор
Студенческого
городка БПУ
им. М. Акмуллы



Рахматуллина Р.А.

Культурно-
массовый сектор
общешития №5

Гизатуллина А.Ф.

октябрь 2017



мархамат
благотворительный
образовательный фонд

Трамота

**Благотворительный образовательный фонд «Мархамат»
выражает благодарность**

Окороковой Галине

**за помощь в организации мероприятия «День
лиловых шаров» для подопечных фонда «Хантер-Синдром
ш» г. Москва, страдающих редкими заболеваниями (14
марта 2017 г.)**

**Желаем крепкого здоровья, успехов в учебе, счастья и
благополучия.**

*Президент
Благотворительного
образовательного фонда
«Мархамат»*

А.Р.Тареева





мархамат
благотворительный
образовательный фонд

Трамота

**Благотворительный образовательный фонд «Мархамат»
выражает благодарность**

Окороковой Галине

**за помощь в качестве волонтера при проведении
второго молодежного образовательного фестиваля
"Образование, наука, карьера, спорт" (1-3 марта 2017 г.)**

**Желаем крепкого здоровья, успехов в учебе, счастья и
благополучия.**

*Президент
благотворительного
образовательного фонда
«Мархамат»*



А.Р.Тареева



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Башкирский государственный педагогический
университет им. М.Акумулы"



ЧОКС
ЧЕЛОВЕК. ОБЩЕСТВО.
КУЛЬТУРА. СОЦИАЛИЗАЦИЯ.

XV МЕЖДУНАРОДНАЯ
МОЛОДЁЖНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ

**СБОРНИК
СТАТЕЙ**
Часть 1

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Башкирский государственный педагогический университет
им. М Акмуллы»

(ФГБОУ ВО «БГПУ им. М.Акмуллы»)

ЧЕЛОВЕК ОБЩЕСТВО КУЛЬТУРА СОЦИАЛИЗАЦИЯ

Материалы XV Международной молодежной научно-практической
конференции

УФА-2019

УДК 37.01
ББК 74.04(2)7

Человек. Общество. Культура. Социализация [Текст]: материалы XV Международной молодежной научно-практической конференции / под ред. В.Л. Бенина. – Уфа, 2019. – Часть 1.

В предлагаемом читателю сборнике представлены материалы XV Международной молодежной научно-практической конференции «Человек. Общество. Культура. Социализация», которая проходила 18 – 19 апреля 2019 года на Социально-гуманитарном факультете Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы.

Выступления охватывают широкий круг вопросов: социально-экономические, политические, правовые проблемы, современного общества, деятельность информационно-аналитических центров, сохранения информационной безопасности страны, научное исследование института семьи и детства, формирование положительных культурных ценностей у подрастающего поколения. Сборник адресуется учителям, студентам, аспирантам, магистрантам и всем интересующимся актуальными проблемами педагогики и культурологии.

Научный редактор: В.Л. Бенин, д-р пед. н., проф.

Редколлегия: В.Л. Бенин, д-р пед. н., проф. (отв. ред.); Т.З.

Уразметов, к. культ.; С.Е. Чушкина, ст. преподаватель;

Асылгузина Алина, студент СГФ.

Художественный редактор: Кильбахтина Юлиана, студент СГФ.

ISBN 978-5-87978-640-0

Содержание

СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ РЭП КАК ВИД ИСКУССТВА И.И. ФАЙЗРАХМАНОВА, Д.Р. АБДРАХИМОВА	8
БАНКОВСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В.Р. АКУЛОВА	14
ВЛИЯНИЕ НЕГАТИВНОГО ОПЫТА РЕБЕНКА НА ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ В ПРИЕМНОЙ СЕМЬЕ Е.О. АНУФРИЕВА	17
ВОЗМОЖНОСТЬ ВКЛЮЧЕНИЯ ФИЛОСОФСКОЙ ПРОПЕДЕВТИКИ В ПРЕДМЕТНУЮ ОБЛАСТЬ «ОСНОВЫ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ НАРОДОВ РОССИИ» Л.О. АРИПОВА.....	20
КОМИССИЯ ПО ДЕЛАМ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОФИЛАКТИКИ ДЕТСКОЙ БЕЗНАДЗОРНОСТИ Л.А. БАГАУТДИНОВА	23
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ И ШКОЛЫ В НРАВСТВЕННОМ ВОСПИТАНИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ Л. БАДРТДИНОВА	28
ЗНАЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ СПЕЦИАЛИСТА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ А. БАЗИКАЕВА	35
ВЛИЯНИЕ СУБКУЛЬТУР НА СТАНОВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ ПОДРОСТКА БАЙКОВА А.Ф.	37
РАБОТА С РЕЛИГИОЗНЫМИ ТЕКСТАМИ В КУРСЕ «ОСНОВЫ РЕЛИГИОЗНОЙ КУЛЬТУРЫ И СВЕТСКОЙ ЭТИКИ» Л.З. БАЙСАРИНА	43
ПОНЯТИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ Н.М. БАЙЧУРИНА	46
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ С.Б. БЕЙДЕРМАН, А.Ф. ШАЕХОВ.....	47
СПЕЦИФИКА СИМВОЛОВ КУЛЬТУРНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ А.Ф. БЕРЕЗИНА	57
SELF-CONFIDENCE AS A SOCIO-PSYCHOLOGICAL PHENOMENON: THE ASSERTIVENESS TRAINING PROJECT FOR HIGH SCHOOL STUDENTS М.А. ВОЙКО, К.И. ВАИСНЕВА	60
СВОЕОБРАЗИЕ ОБРАЗОВ БОГАТЫРЕЙ В РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗКАХ И ИХ ОБЩИЕ ЧЕРТЫ С БАШКИРСКИМИ ГЕРОЯМИ К.В. БУТЕНКО	64
МОТИВАЦИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА Л. ВАЛЕЕВА	66
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКСПОЗИЦИЙ ИНТЕРАКТИВНЫХ МУЗЕЕВ В ПРЕПОДАВАНИИ МИРОВОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ. РАННЯЯ ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ ДЕТЕЙ-СИРОТ И ДЕТЕЙ, ОСТАВШИХСЯ БЕЗ ПОПЕЧЕНИЯ РОДИТЕЛЕЙ А.А. ГАББАСОВА	72
ФОРМИРОВАНИЕ ДУХОВНО – НРАВСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ УЧАЩИХСЯ ПОСРЕДСТВОМ МУЗЕЯ ГАБИДУЛЛИНА А. Б.	76
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ГАЗИЗОВА З.Ф.	78
ВЛИЯНИЕ МОДЫ НА ЛИЧНОСТЬ Л.Р. ГАЗИЗОВА	82
РАЗВИТИЕ РЕЧИ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ А. А МАКШАНОВА.....	85
ШКОЛЬНЫЙ БУЛЛИНГ – МАССОВОЕ СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ А. А МАКШАНОВА.....	88
ВИЗУАЛ КНИЖНОГО БЛОГА В INSTAGRAMНА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ Е.И. МЕЛЬНИЧЕНКО	90
ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИСТОРИЯ ИСКУССТВ». КОНСТРУКЦИИ СВОДОВ СРЕДНЕВЕКОВОЙ АРХИТЕКТУРЫ	

эффективности его действий. Он может предложить наиболее рациональные пути решения благоприятных как самому работнику, так и его работодателю. Поэтому важна мотивация как отдельно взятого работника, так предприятия в целом. «Мотивация труда – это желание работника удовлетворить свои потребности через трудовую деятельность» [5, с. 90].

К счастью, в настоящее время у школьников, студентов и работников есть доступ к большому количеству методических изданий для самообразования. У многих есть и мотивация. Трудность заключается в выборе действительно качественных литературы и методик. Именно поэтому необходимо вовлечение педагогов в разработку эффективных форм работы по формированию деловой активности и предпринимательских компетенций обучающихся.

Литература

1. Лукаш, Ю. А. Мотивация и эффективное управление персоналом: Практическое руководство / Ю. А. Лукаш – М.: Финпресс, 2007. – 208 с, 2007. – 208 с.
2. Мерманн Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации. Пер. с нем. / Э. Мерманн – Харьков: Гуманитарный Центр, 2007. – 184 с.
3. Рыженкова И. К. Профессиональные навыки менеджера. Повышение личной и командной эффективности / Рыженкова И. К. — М.: «Издательство «Эксмо», 2014. – 340 с.
4. Селезнева, Е. В. Лидерство: учебник для бакалавров / Е. В. Селезнева. — М.: Издательство Юрайт, 2013. – 102 с.
5. Спивак В.А, Личность и предприятие: факторы успешного взаимодействия (поведенческие основы управления персоналом). СПб, 2002. – 375 с.

ВЛИЯНИЕ СУБКУЛЬТУР НА СТАНОВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ ПОДРОСТКА

Байкова А.Ф.

Башкирский государственный педагогический университет им. М.

Акмуллы

Научный руководитель: Чукреева М.А., преподаватель

Аннотация: в статье говорится о проблеме влияния субкультур на развитие личности в переходный возраст, и о том, что любая субкультура может вызвать как позитивные, так и негативные последствия влияния на формирование личности подростка. Приводятся примеры некоторых неформальных групп. Также рассматривается получившая в настоящее время популярность субкультура «фитоняша», ее воздействие на формирование личности учащихся.

Ключевые слова: молодежь, социализация, молодежная субкультура, формирование личности, культура.

В этой статье мы рассмотрим проблему влияния субкультур на развитие личности в переходный возраст. Мы считаем, что данная тема будет актуальна всегда, потому что культура подростков и становление личности – неизбежный этап в их жизни, так как родители не всегда могут повлиять на это. Тема влияния субкультур на становление личности подростка так же актуальна по причине появления множества течений, где вандализм и насилие считаются нормой, и молодёжь, к сожалению, всё чаще проявляет к этому интерес.

Молодежная субкультура – это эзотерическая, урбанистическая культура, созданная молодыми людьми для себя; это культура, нацеленная на включение молодых людей в общество; это – частичная культурная подсистема внутри системы «официальной», базовой культуры общества, определяющая стиль жизни, ценностную иерархию и менталитет ее носителей. Согласно выводам специалиста по молодежной культуре С.И. Левиковой, молодежная субкультура характеризуется следующими чертами: - молодежная субкультура представляет собой социальную общность, каждый представитель которой сам причисляет себя к ней; члены такой общности могут формировать как группы непосредственного контакта (компании, объединения, тусовки), так и виртуального общения; - вхождение молодого человека в ту или иную молодежную субкультуру означает принятие им и разделение ее норм, ценностей, мировосприятия, манер, стиля жизни, а также внешних атрибутов принадлежности к данной субкультуре (прическа, одежда, украшения, жаргон); - как правило, молодежные субкультуры возникают вокруг какого-либо «центра», выразителя тех или иных пристрастий к музыкальным стилям, образу жизни, отношения к определенным социальным явлениям; - значимые для той или иной молодежной субкультуры идеи и ценности получают внешнее выражение в обязательной для ее членов символике и атрибутике группы.

Молодежная субкультура обеспечивает чувство стабильности для молодых людей, предоставляя ясный набор ценностей и ролей. По представлениям функционалистов, молодежная культура имеет общую социально-психологическую основу, поэтому как бы вовсе не обязательно выделять внутри этой целостности различные субкультуры - выделять какие-то стили, интересы или мировоззрения. Для социологов-функционалистов понятие "субкультура" было не более чем определением некоей группы сверстников, предоставлявшей подросткам способ обретения себя в мире. Далее они утверждали, что по мере перехода молодежи во взрослый мир существование и поддержание функционирования таких групп становятся лишними.

В наше время феномены молодежной субкультуры привлекают внимание социологов, культурологов, психологов, педагогов. При этом

причины интереса достаточно разнообразны. Молодежная субкультура может рассматриваться, как богатый источник инноваций и открытий в искусстве, моде, формах досуга; как вариант примитивной массовой культуры; как форма творческой активности молодежи, не находящей принятия и поддержки со стороны официальной культуры; как источник опасности для социального и духовного здоровья молодых.

Современная российская молодежная субкультура во многом носит суррогатный характер — она наполнена искусственными заменителями реальных ценностей: подражание отношениям взрослых с системой господства и доминирования сильных личностей; призрачное участие в приключениях экранных и литературных героев вместо реализации собственных стремлений; наконец, бегство или неприятие социальной действительности вместо ее переустройства и совершенствования. Круг российских субкультур разнообразен и включает дифференциацию по досуговым занятиям, этническими особенностями, по стилю поведения и образу жизни. В этом смысле особого внимания заслуживают процессы, которые происходят в молодежной среде. Ведь именно молодые люди являются более подверженными внешнему влиянию. Они, как правило, не обременены противоречивым опытом прошлого с присущими ему ценностными и поведенческими установками. Молодежь, которая определяет будущее любого общества, уже сегодня существенно влияет на его содержательные характеристики. Среди молодежных субкультур, которые часто встречаются в России, можно обозначить следующие: граффитчики, готы, металлисты, панки, рэйверы, хип-хоперы, эмо и другие. Чаще всего, субкультуры, представленные в современном российском обществе, являются просоциальными и позитивно влияют на социализацию и саморазвитие молодежи [2]. Но, стоит также обратить внимание на асоциальные субкультуры, такие как, например, субкультура скинхедов, которая представляет собой угрозу для общества и морально разлагают молодежь, отвергая толерантность и межэтническое равенство. В российские молодежные субкультуры вовлечена молодёжь от 14 до 35 лет, приблизительно одинаково представленная обоими полами.

Специфическими проблемами, возникающими у старшеклассников - представителей юношеских субкультур являются: компенсация негативного отношения к себе крайним преувеличением и мифологизацией своей знаковости; выбор определенного внешнего субкультурного образа, который подменяет ценностное самоопределение при отсутствии у воспитанника соответствующего социального опыта; конфликтность взаимоотношений с взрослыми и сверстниками, вызываемое провоцирующим имиджем и некомпетентностью в общении.

Для того чтобы подойти к пониманию того, что представляет собой субкультура, какие области человеческой жизни она затрагивает, необходимо понять, что такое вообще любая культура. Так как

субкультура вообще и молодежная субкультура в частности являются культурными явлениями, то, поняв, какую роль играет культура в человеческой жизни, мы сможем понять, какую роль играет и субкультура как вариация базовой культуры общества.

Слово «культура» происходит от латинского «культивировать» или «возделывать», и именно в таком понимании («искусство земледелия») оно употреблялось до начала восемнадцатого века. Позже его стали относить и к людям, отличавшимся изящными манерами, начитанностью, музыкальностью. [4, с. 230]. В обиходной лексике, на уровне массового сознания, слово культура до сих пор ассоциируется с хорошим воспитанием, посещением театров и музеев, художественной эрудицией.

Современное научное определение культуры значительно шире. Под культурой понимаются убеждения, ценности и выразительные средства, которые являются общими для определенной группы людей и служат для упорядочения опыта и регулирования поведения членов этой группы. Воспроизводство и передача культуры последующим поколениям лежат в основе процесса социализации – усвоения ценностей, верований норм и правил и идеалов предшествующих поколений.

Социологи С. Кребер и Р. Клакхон определяют культуру как «абстракцию конкретного человеческого поведения, но не само поведение». Аналогичную точку зрения высказывают Л. Билз, А. Хойджер и др. Л. А. Уайт оспаривает эту точку зрения, говоря о том, что культуру нельзя отделять от ее онтологической реальности [6]. Каждое из этих многообразных определений сосредотачивается на какой-то одной стороне, или характеристике, или качестве культуры. Как правило, они не являются взаимоисключающими. Для нас интересно то, какие стороны человеческой жизни затрагивают культурные явления.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что:

1. Культура – социально наследуемое явление.
2. Культура – определенный образ жизни, базирующийся на определенных идеалах и ценностях.
3. Культура связана с психологическими процессами.
4. Культура подразумевает определенную структуру, социальную организацию.
5. Культура – явление как идеального, так и материального порядка.
6. Культура связана с процессами символизации.

Многие ученые выделяют причины вступления молодых людей в различные течения. Например, Рыжкова И.А. пишет в своей статье «Молодежные субкультуры»: «Подростки воспринимают окружающий мир по-своему. Особенности психологического состояния подростков не позволяют большинству молодых людей выражать в одиночку свой взгляд на мир. Поэтому подростки предпочитают объединяться в компании, где «чувство локтя» – единственно возможный для них способ выживания в

обществе[7]. В свою очередь, мы считаем, что такие явления возникают чаще всего по той причине, что в процессе воспитания имеются значительные искажения и пробелы. Многие в жизни подростка зависят от того, как взрослые повлияют на формирование его мировоззрения, какие мнения и виды деятельности будут в процессе воспитания в приоритете.

Существует масса различных молодежных движений, которые влияют на личность. Проанализируем некоторые субкультуры.

Готы – выходцы из культуры панков конца 90х годов 20 века. Их цвет черный, мрачный, движение в основном направлено на культ вечности с темами страдания и мученичества. Имидж гота мрачен: бледное лицо с длинными, черными волосами, длинные, черные плащи, балахоны, черные браслеты с серебряными вставками.

Эмо – (от emotional – эмоциональный) основные характеристики данной субкультуры: любовь, романтизм, жалость к себе, ценность дружбы. Это чувствительные подростки, имидж которых очень не похож на других. Косая, розовая челка на один глаз, черно-розовая одежда. Черный цвет у них как выражение депрессии, а розовый как яркие эмоции, которые они очень ценят.

Панки – появились в конце 60-х годов прошлого века в Великобритании, США, Канаде и Австралии. Панки стремятся к личной свободе и независимости, ярко выражено самовыражение, не постоянство творчества, эксперимент, плохое отношение к политике и признанность к панк-року.

Имидж панков очень яркий, вызывающий и шокирующий. Самый яркий элемент панка – это прическа. Эти ребята выбривают виски, ставят ирокезы, красят их в разные цвета. Одежда панка вызывает тоже немало эмоций: кожаная куртка-косуха, белые футболки с лозунгами, рваные джинсы, кеды или берцы. Именно из субкультуры панков вытекло много разных молодежных движений, например, эмо, готы и др.

Итак, мы выяснили, почему подростки находят себя в субкультуре и какие движения наиболее приняты в их обществе. Это не что иное, как самовыражение и поиск себя, подражание взрослым.

Проанализируем, например, такую субкультуру, как «панки». На первой стадии развития это не очень красиво, агрессивно, антисоциально и у многих людей вызовет отвращение. Позже ребенок переходит на другую стадию развития панка, тогда он начинает раскрывать для себя новые горизонты этого движения. Что делать дальше, как не творить, если общество заставляет тебя идти с ним в ногу, а в душе ты этому противостоял когда-то? И в будущем такая личность будет воздействовать на свою субкультуру как положительный пример для подражания уже нового поколения панков. «Искусство приведет человека к Истине», говорит Николай Рерих.

Есть, конечно, и отрицательные стороны, например, скинхеды или правые движения, которые по сути не находят себя в творчестве и социуме, «качают» свои права везде, не принимая истин, нравственных канонов и социальных законов – это те, кто не почувствовали мощную опору для скачка вперед на следующую стадию.

Значительную роль в этом переходе могут оказать учреждения культуры, предложив качественную досуговую альтернативу подросткам. В рамках досуговых занятий возможен не только неназидательный контроль поведения подростков, но и формирование у них вкуса, ценностных ориентаций, наконец, мировоззрения. Например, следует активизировать внимание к созданию клубов по интересам подростков, в деятельности которых предоставлять больше инициативы, самовыражения личности подростков [6]. Также следует создавать все условия для проявления индивидуальности, чтобы в будущем развивать не асоциальное общество, а социально-культурное.

В настоящее время, фитоняшки крайне популярны как в реальной, так и виртуальной жизни. Но кто же скрывается за столь необычным названием? Как многие уже могли догадаться слово «фитоняшка» образовано от слияния двух слов «фитнес» и «няшка», и появилось в речи несколько лет назад. Этимология слова «фитоняшка» вполне понятно: слово произошло при совмещении фито (от «фитнес») и няшка (анимешное слово для «милая девушка»). Само понятие пришло к нам из-за рубежа, относится к девушкам-завсегдатаям тренажерок и спортивных центров, а в вольном переводе означает «фитнес-цыпочки».

Девушки, относящиеся к данной категории активно занимаются спортом и предпочитают вести здоровый образ жизни. Так же фитоняшек часто причисляют к моделям фитнес – бикини, но большинство занимается спортом исключительно для себя.

Первой фитоняшкой можно считать Бетти Бросмер, чья внешность была эталонной для конца 40-х и 50-х годов, а уже в 13 лет ее фотография появилась на обложке журнала и стала работать как профессиональная модель. Многие признают, что именно Бетти Бросмер была прародительницей такого жанра как пин-ап. В то время она гордо носила звание «самого шикарного тела 50-х годов».

В современном мире фотографии спортивных красавиц собирают сотни, если не тысячи восторженных комментариев и лайков. С точки зрения возрастной психологии именно поздний подростковый и ранний юношеский возраст является основными для проявления субкультуры фитоняшек.

Подводя итог, хотим отметить, что молодежь — это движущая сила любого общества и его будущее. Она с одной стороны влияет положительно, когда дает толчок к саморазвитию и реализацию творческих способностей молодежи, а с другой, в некоторых случаях,

может культивировать приоритет потребления готовой продукции над креативом, а так же стимулировать девиантное поведение, в зависимости от своей направленности и идеологии [3, с. 108]. Молодежная субкультура, безусловно, важна для социума, играя немаловажную роль в социализации и становлении личности молодого человека.

К сожалению, в российском обществе не уделяется должного внимания развитию и поощрению просоциальных субкультур и отсутствует усиленный контроль субкультур асоциального и антисоциального типов. Проблематика молодежной субкультуры и молодежных объединений достаточно нова для нашего общества, поэтому она еще носит более теоретический характер и требует глубокого осмысления сквозь призму не только культурологической науки, но и других сфер жизнедеятельности общества и социальных институтов.

Литература

1. Гатиатуллина, Э. Р. Влияние субкультур на становление личности в подростковом возрасте: социально-философский анализ [Текст] / Э. Р. Гатиатуллина., А. Н. Орлов. – Москва: Молодой ученый. – 2013. – С. 630-634.
2. Екимова, С. Современные субкультуры России [Текст] / С. Екимова // Высшее образование в России. – 2016. – № 12. – С. 95-97.
3. Жерздева, В.А. Анализ поведения несовершеннолетней молодежи на рынке труда [Текст] / В.А. Жерздева // Вестн. Моск. ун-та. Сер.6, Экономика. – 2007. – № 5. – С. 105-112.
4. Колесин, И. Д. Подходы к изучению социокультурных процессов [Текст] / И.Д. Колесин // Социологические исследования. - 2018. - № 1.
5. Янг, К. Особенности молодежных субкультур в России [Текст] / К. Янг. // Социологические исследования. - 2016. - № 10.
6. Кребер, С. Подросток и субкультура [Электронный ресурс] / С. Кребер, Р. Клакхон. – Здоровье детей, 2008, – №28, – Режим доступа: <http://www.zdd.1september.ru>. – (Дата обращения: 12.03.2019).
7. Рыжкова, И. А. Молодежные субкультуры [Электронный ресурс] / И. А. Рыжкова – Образование Урала, – Режим доступа: <http://www.uraledu.ru/node/26423>. – (Дата обращения: 12.03.2019).

РАБОТА С РЕЛИГИОЗНЫМИ ТЕКСТАМИ В КУРСЕ «ОСНОВЫ РЕЛИГИОЗНОЙ КУЛЬТУРЫ И СВЕТСКОЙ ЭТИКИ»

Л.З. Байсарина

Башкирский государственный педагогический университет им.

М.Акмуллы

Научный руководитель: Бенин В.Л., д.п.н., к.ф.н., профессор

Аннотация: Рассматривается использование текстов различного содержания на уроках ОРКСЭ. Художественные произведения являются для учащихся одним из источников нравственного воспитания, способов воздействия на их мысли, чувства, воображение. Читая различные тексты, они приобретают первый жизненный опыт, учатся разбираться в поступках

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Башкирский государственный педагогический
университет им. М.Акумлы"



ЧОКС
ЧЕЛОВЕК. ОБЩЕСТВО.
КУЛЬТУРА. СОЦИАЛИЗАЦИЯ.

XV МЕЖДУНАРОДНАЯ
МОЛОДЁЖНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ

**СБОРНИК
СТАТЕЙ**
Часть 3

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирский государственный педагогический университет
им. М Акмуллы»
(ФГБОУ ВО «БГПУ им. М.Акмуллы»)

ЧЕЛОВЕК ОБЩЕСТВО КУЛЬТУРА СОЦИАЛИЗАЦИЯ

Материалы XV Международной молодежной научно-практической
конференции

УФА-2019

УДК 37.01
ББК 74.04(2)7

Человек. Общество. Культура. Социализация [Текст]: материалы XV Международной молодежной научно-практической конференции / под ред. В.Л. Бенина. – Уфа, 2019. – Часть 3.

В предлагаемом читателю сборнике представлены материалы XV. Международной молодежной научно-практической конференции «Человек. Общество. Культура. Социализация», которая проходила 18 – 19 апреля 2019 года на Социально-гуманитарном факультете Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы.

Выступления охватывают широкий круг вопросов: социально-экономические, политические, правовые проблемы, современного общества, деятельность информационно-аналитических центров, сохранения информационной безопасности страны, научное исследование института семьи и детства, формирование положительных культурных ценностей у подрастающего поколения. Сборник адресуется учителям, студентам, аспирантам, магистрантам и всем интересующимся актуальными проблемами педагогики и культурологии.

Научный редактор: В.Л. Бенин, д-р пед. н., проф.

Редколлегия: В.Л. Бенин, д-р пед. н., проф. (отв. ред.); Т.З.

Уразметов, к. культ.; С.Е. Чушкина, ст. преподаватель;

Асылгузина Алина, студент СГФ.

Художественный редактор: Кильбахтина Юлиана, студент СГФ.

ISBN 978-5-87978-640-0

Содержание

ГРАФФИТИ-ФЕСТИВАЛЬ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ У СТУДЕНТОВ	
Е.С. Акулова	10
ГРАФФИТИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ	
Е.С. Акулова	14
ПСИХОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ СЛУХОВ	
Ф. Д. Авальбаева	18
АНАЛИЗ ПОРЯДКА И ТРЕБОВАНИЙ К АККРЕДИТАЦИИ ЭКСПЕРТОВ И ЭКСПЕРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ПРИВЛЕКАЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АККРЕДИТАЦИОННОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Р.В. Емышбаева	21
ПРОФИЛАКТИКА ГЕНДЕРНОЙ ДЕВИАЦИИ СРЕДИ ПОДРОСТКОВ	
О. А. Галимянова	26
НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВОВОЙ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ТРУДА НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ РАБОТНИКОВ	
И.Д. Галина	30
ЗАНЯТОСТЬ ЖЕНЩИН В ДЕКРЕТЕ	
Илалтдинова Р.Р., Ишкильдина Г. Р.	34
ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	
Н. В. Иванов	37
НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ НЕФОРМАЛЬНОЙ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ	
Халимова С. И.	41
НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ НЕФОРМАЛЬНОЙ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ	
ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ В ПРОЦЕССЕ ВОСПИТАНИЯ	
Кокорина И.П., Аскарова А.А.	47
РОЛЬ ОТЦА В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА В НЕПОЛНОЙ СЕМЬЕ	
З.А. Шаумарова	50
ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	
Т.Х. Яковлев	52
ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, КАК БЕЗОПАСНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОГО РЕСУРСА РФ	
Загитова М.С., Воронов Р.А.	56
АКТИВИЗАЦИЯ УЧАСТИЯ ЖЕНЩИН В СОЦИАЛЬНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ.	
Шафеева Э.И.	59
ВЛИЯНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ПОДРОСТКОВ НА СОЦИАЛИЗАЦИЮ	
Л. Ш. Адельмурдина	65
СТАБИЛИЗАЦИОННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА	
А.В. Аллахвердиев, Е.А. Рябова	68
FUNDAMENTALS OF THE THEORY OF INVESTMENT ANALYSIS	
A.V. Allakhverdiev, S.V. Yudinseva	71
НАБЛЮДЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ	
Алышов Р.Р.	77
ОГРАНИЧЕНИЕ ДОГОВОРНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРИ ИЗМЕНЕНИИ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА	
Д. Ахметьянов	81
КУЛЬТУРА РЕЧИ СОТРУДНИКА ПОЛИЦИИ	
В.Е. Ашаев	84
КАРТИНЫ – ОСОБЫЙ МИР ИСКУССТВА	
Аюпова А.И., Мингазова А.З.	88
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ГРАФИЧЕСКИХ УМЕНИЙ У ШКОЛЬНИКОВ	
Э. Н. Багаветдинова	92
КОМИССИЯ ПО ДЕЛАМ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОФИЛАКТИКИ ДЕТСКОЙ БЕЗНАДЗОРНОСТИ	
Л.А. Багаутдинова	95
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ И ШКОЛЫ В НРАВСТВЕННОМ ВОСПИТАНИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ	
Л. Бадртдинова	99
КАК ОЦЕНИТЬ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ БИБЛИОТЕКИ: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ ЧИТАТЕЛЕЙ И БИБЛИОТЕКАРЕЙ ЦЕНТРАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ ГОРОДА ЧЕЛЯБИНСКА	

А. А. Барিশовец	106
ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОФАЙЛИНГА В ПАТРУЛЬНО ПОСТОВОЙ СЛУЖБЕ	
А. Е. Бельтюкова	111
ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ ПРЕСТУПНИКА-РЕЦИДИВИСТА	
Е.Д.Вараксина	114
СНОВИДЕНИЯ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ В ПСИХОЛОГИИ	
А. Н. Васильев	117
ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ НЕУСТОЙЧИВОСТЬ СОТРУДНИКОВ ОРГНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ	
Ю. В. Васильева	121
ПРОБЛЕМА ВТОРИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА	
А.Г. Габидуллин	123
ОБРАЗОВАНИЕ И ЗДРАВООХРАНЕНИЕ КАК ОСОБЕННАЯ УСЛУГА	
Т. Габитова	128
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ФАКТОР ВЛИЯЮЩИЙ НА УСПЕШНОСТЬ ШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ	
Гаврюшиной Д.А.	130
МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА И ЕЁ ИЗУЧЕНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
А. Гайнетдинов	134
КЛАССИФИКАЦИЯ МОТИВОВ В РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЯХ	
К. А. Галиева	137
СОЦИАЛЬНОЕ ВОСПИТАНИЕ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В УСЛОВИЯХ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	
А.Ф. Галимзянова	143
СОВРЕМЕННЫЕ РОССИЙСКИЕ СПРАВОЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ: ОБЗОР, СРАВНЕНИЕ.	
Г.Р.Ганиева	146
СПРАВОЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ.	
Г.Р.Ганиева	149
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЗАВИСИМОСТИ	
Гарифуллина Г.Ф.	153
ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫЕ ОРГАНЫ	
В. С. Гоголев	159
КОММЕРЧЕСКАЯ ЭКСПЛУАТАЦИЯ ДЕТЕЙ ПРИ ОПЕКЕ И ПОПЕЧИТЕЛЬСТВЕ: СУЩНОСТЬ И ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ	
Е.А. Горбенко	164
СОЦИАЛЬНЫЕ ИСТОКИ И СПЕЦИФИКА МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ	
О.А. Давлетшина	169
ПРОФАЙЛИНГ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПОРТИВНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	
А. И. Давлетшина	173
ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В МЕГАПОЛИСАХ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН	
Г. Дильмухаметова	179
АФФЕКТ В БОЛЬШОМ СПОРТЕ	
Н. Д. Дурманов	183
СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ СУДОВ ОБЩЕЙ ЮРИСДИКЦИИ В РАЗВИТИИ СУДЕБНОЙ СИСТЕМЫ РФ	
Е. Егорова	186
ИНФОРМАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ, КАК МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМ НОРМАТИВНО-СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ	
Е. Егорова	188
СТАНДАРТ «КАЧЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ И ОСНОВНАЯ СТАТИСТИКА БИБЛИОТЕЧНЫХ ЗДАНИЙ – ПРОСТРАНСТВО, ФУНКЦИЯ И ДИЗАЙН»: ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТА РЕАЛИЗАЦИИ НАЦПРОЕКТА «КУЛЬТУРА»	
А. А. Ефимова	190
СЕМЬЯ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ	
Э. Жигулина	194
ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СОТРУДНИКОВ ОВД К ТРЕБОВАНИЯМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Д.И. Жидкова	199
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «АВТОВАЗ»	

также за созданием новых изделий. Для любого предприятия разработка перспективного ассортимента является стратегической задачей. Ее суть состоит, прежде всего, в том, чтобы сформировать наиболее выгодный для производителя перечень реализуемой продукции (услуг), который позволит достичь поставленных целей и обеспечить устойчивое функционирование предприятия в перспективе. Процесс формирования торгового ассортимента должен начинаться с определения целей компании. Нахождение перспективного ассортимента гарантирует предприятию успешную реализацию товара на рынке с минимальным риском.

Предлагаемые методы направлены на решение проблем функционирования организации в целом и отдельных ее элементов на основе эффективного использования ограниченных ресурсов и возможностей. За счет применения методов оптимально используются производственные, финансовые и трудовые ресурсы. Предложенный инструментарий позволяет повысить эффективность управленческих решений, выявить предпочтения потребителей и обеспечить ритмичную работу предприятия. [2, 120-122]

Таким образом, практически ни на одном из предприятий нельзя обойтись без маркетинговой службы. Поэтому, некоторым предпринимателям нужно перестать недооценивать профессиональных маркетологов, потому что в будущем они принесут только прибыль: предприятие, особенно только вошедшее в рынок, почувствует себя уверенней на ещё неосвоенном рынке.

В настоящее время производителей становится всё больше и отыскать своего потребителя становится сложнее. Для того чтобы облегчить эту задачу и существует тактика продвижения. Изучив основы маркетинга можно сделать вывод, что маркетинг, является очень важным элементом политики предприятия. Поэтому, если руководители предприятий хотят чувствовать себя уверенно на рынке, им нужно выработать сознание важности и актуальности маркетинга.

Литература

1. Крипак Е. М. Формирование эффективной маркетинговой политики предприятия: методы, модели, технологии [Электронный ресурс] // Вестник ОГУ. 2011. №13 (132). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-effektivnoy-marketingovoy-politiki-predpriyatiya-metody-modeli-tehnologii> (дата обращения: 23.03.2019).
2. Кузин, Б. Методы и модели управления фирмой / Кузин Б., Юрьев В., Шахдинаров Г. - Санкт-Петербург: Питер, 2014. - 432 с.
3. Портер, М. Конкуренция: пер. с англ. [Текст] / М. Портер. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2013. - 496 с.

КЛАССИФИКАЦИЯ МОТИВОВ В РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЯХ

К. А. Галиева
Башкирский государственный педагогический
университет им. М. Акмуллы
Научный руководитель: М. А. Чукреева
Башкирский государственный педагогический
университет им. М. Акмуллы

Аннотация: Статья посвящена современной классификации мотивов в рекламном сообщении. Определяется роль психологии в определении глубинных установок, которыми руководствуется человек при совершении действий, что необходимо для понимания того, каким образом реклама эксплуатирует фундаментальные ценности и влияет на потенциального потребителя. Автор разделяет мотивы в рекламах сообщения на три группы – рациональные, социальные и эмоциональные – и дает краткую характеристику каждой категории этих групп, а также иллюстрирует тот или иной мотив примером вербальной конструкции.

Ключевые слова: реклама, маркетинг, мотивы в рекламных сообщениях, психология, ценности, потребитель, воздействие.

Мотивы, избранные в том или ином рекламном сообщении, всегда являются отражением мотивов, сопутствующих жизни целевого потребителя, поэтому важное место при анализе поведения покупателя занимает теория мотивации, разработанные психологом З. Фрейдом [6, с. 67]. Цель теории – изучение побудительных стимулов, которыми руководствуется индивидуум, когда делает выбор. В соответствии с концепцией мотивации З. Фрейда человек с самого рождения находится под давлением множества желаний, причем их влияния на собственные поступки он может даже не осознавать. Именно эти потаенные желания, направляющие человеческое поведение, и вскрывают исследователи потребительского интереса, чья деятельность в конечном счете становится основой для создания рекламного сообщения.

Теория мотивации включает в себя понятие «комплекса неполноценности», суть которого заключается в том, что в подсознании человека на протяжении жизни откладывается множество травм, требующих если не разрешения, то, по крайней мере, определенной моральной компенсации [4, с. 46]. Отсюда исходит стремление улучшить свое индивидуальное и социальное положение. Желание сделать себя лучше активно эксплуатируют специалисты в области рекламы, потому как самый действенный способ реализовать эту цель – потребление. Здесь важно отметить, что потребляемый товар в данном контексте рассматривается не просто как вещь, помогающая решать повседневные задачи, а как компенсирующий комплекс неполноценности инструмент, за которым может стоять уникальный образ. Потребитель, находящийся под влиянием рекламы, покупает не столько, к примеру, косметику, сколько красоту; не автомобиль,

а солидность [1, с. 52]. Следовательно, грамотно преподнесённый товар обретает сопутствующую, имиджевую ценность, которая в конечном счете становится важнее функциональности. Созданные рекламой идеалы воспринимаются покупателем как части его собственного «я». Мотивы покупок – сложные психологические структуры, части которых порой неясны самому потребителю. Покупатель поддается эмоциям, реагируя на созвучные ему образы и побуждения.

Отправная точка для выбора мотива рекламного сообщения – исследование основных установок потенциального потребителя, определение смысла совершаемых поступков (в частности, покупок). Имея информацию о мотивации покупателя, разработчики рекламного сообщения могут достичь положительного эффекта и снизить действие установок, препятствующих покупке. Часть этих установок находится в глубине подсознания. В свете этого особая роль уделяется архетипичным образам – древнейшим отпечаткам в психике, – которые влияют на человека, независимо от его воспитания, мировоззрения и багажа знаний [7, с. 318]. В коллективном бессознательном, согласно К.Г. Юнгу, закреплено множество типажей, каждый из которых транслирует свои, уникальные ценности: престиж (Правитель), успех (Герой), свобода (Странник), возможности (Ребенок), комфорт (Хранитель), страстность (Любовник) [2]. Нарботки К.Г. Юнга широко используются в маркетинге. Мы сможем в этом убедиться, рассмотрев классификацию мотивов в рекламных сообщениях. В качестве наглядных примеров мы используем слоганы и вербальные конструкции.

Мотивы в рекламных сообщениях можно разделить на три условные группы: рациональные, социальные, эмоциональные [3, с. 211].

Рациональные:

1. Мотив здоровья и натуральности используется в рекламе продуктов здорового питания, спортивных товаров, средств личной гигиены. Примеры: минеральная вода «Bon Aqua» («Сила воды – эффект витаминов», жевательная резинка «Orbit» («Самая вкусная защита от кариеса», различных витаминизированных продуктов, отделочные материалы «Baltic Floor» («Натуральное дерево под твоими ногами»).

2. Экономический мотив основывается на желании обогащения, целесообразного расходования средств, их рационального распределения и экономии. Примеры: стиральное средство «Gala» («Никакой разницы! Зачем платить больше?»), магазин «Фамилия» («Любовь к выгодным покупкам? Это у нас фамильное!»). Эти же мотивы были ведущими в рекламе многих автомобилей: «Лада» («8 дверей по цене 4-х! Автомобиль Лада в Германии»);

3. Мотив надежности, гарантии. Защита от рисков – определяющий фактор отраслях экономики, банковского и страхового дел. Достаточно часто данные отрасли касаются производства и быта – там, где человек нуждается в том, чтобы оградить себя от угрожающих и непредсказуемых ситуаций. Однако банки и страховые фирмы – далеко не единственная сфера, в которой используется мотив надежности. Примеры: «Международный Московский

банк» («Мы в ответе за вас»), станция техобслуживания «АвтоЗащита» («Аксиома безопасности!»), стиральная машина «Eurosoba» («Надежна, как швейцарский банк»).

4. Мотив удобств и дополнительных преимуществ предполагает обещание в рекламных сообщениях более комфортной эксплуатации товара, дополнительных удобств, получение значительных преимуществ. Примеры: зубная щетка Oral-B («Меняет представление о чистке зубов. Навсегда»), мягкая мебель Mobel & Zeit («Когда мебель искусство...»), автомобиль «Peugeot» («Исключительный контроль над дорогой»).

Социальные мотивы:

Социальные мотивы апеллируют к принятым в обществе нормам долженствования, чувству справедливости, порядочности и высокому уровню ответственности за окружающий мир. Данную группу мотивов можно встретить либо в социально ориентированном контенте, либо в рекламе благотворительных организаций [4, с 226].

1. Мотив справедливости обозначает рекламируемый объект как инструмент по восстановлению или поддержке чести и достоинства. Примеры: экспертно-правовое бюро «Юрдэкс» («Обманула страховая? Мы заставим их платить!»), политическая партия «Справедливая Россия» («Справедливость – мэр, цена, налог, власть, суд – во всем»).

2. Мотив защиты окружающей среды используется для призыва к бережному отношению к природе, животному миру, экологии. Примеры: Служба спасения Московской области («Весь лес может погибнуть из-за одной спички. Берегите лес»), проект «Все равно?!» («У мусора есть дом»), всемирный фонд дикой природы «WWF» (постер с изображением эволюции амурского тигра, последней ступенью развития которого является шуба).

3. Мотив порядочности основополагающий для трансляции моральных ценностей: честности, доброты, чистоплотности и долге. Примеры: Налоговая служба Российской Федерации («Заплатите налоги, позаботьтесь о городе»), социальная реклама «Stand Up For The Pregnant» («Уступите место тому, кто несет что-то более важное»), Молодежный совет Федерации профсоюзов республики Башкортостан («Позвони родителям»).

4. Мотив сострадания исходит из гуманистических ценностей: сочувствия человеческому горю или острым проблемам окружающих. Примеры: Армия спасения («С вашими пожертвованиями чувство достоинства достижимая цель»), Красный крест («Позаботьтесь об их пище, чтобы они позаботились друг о друге»), Leo Burnett – социальная реклама психологической поддержки («Лекарств недостаточно. Лучший способ помочь человеку с депрессией – это выслушать его»).

Эмоциональные мотивы в рекламе играют на желании реципиентов избавиться от отрицательных и добиться положительных эмоций. В сообщении при этом говорится, что достичь такого эффекта возможно путем приобретения рекламируемого товара [4, с 241].

1. Мотив свободы основывается на стремлении человека к независимости от обстоятельств, защите своей самостоятельности в различных сферах жизни. Примеры: автомобиль Toyota Corolla («Corolla. Чувство свободы»), сотовый телефон Pantech G500 («Твоя жизнь. Твой выбор»), Обувь «Sterling». («Свободная обувь – свободное движение»).

2. Мотив страха отражается в относящейся к потребителю угрозе его благосостоянию, безопасности, здоровью. Товар при этом становится средством спасения от нависшей угрозы. Часто мотив страха реализуется в социальной рекламе, где цель побуждения купить продукт или воспользоваться услугой замещается предостережением, призывом обратить внимание на проблему или предпринять какие-либо действия по её решению. Примеры: изображенные на пачках сигарет предостережения («Курение убивает», «Зависимость», «Онкозаболевания», «Самоуничтожение», «Преждевременное старение», «Импотенция», «Ампутация»), противоугонное средство Clifford («Что, угнали? Надо было ставить «Clifford!»), Налоговая служба («Что, не спится? Заплати налоги и спи спокойно!»);

3. Мотив самореализации и значимости апеллирует к желанию человека в признании окружающими, повышении социального статуса и респектабельности. Товар становится средством демонстрации имиджа и самодостаточности. Примеры: автомобили Cadillac («Дорогу королю!»), косметика L'Oreal («Ведь Вы этого достойны»), независимая оценочная компания «Глобал» («Оценим все, кроме Вас – Вы бесценны!»).

4. Мотив уподобления играет на желании человека быть ближе к своему кумиру и ассоциировать себя с ним посредством потребления одной и той же продукции. Как правило, этот мотив наиболее эффективен в отношении детей, подростков, еще несформировавшихся личностей, для которых рекламируемый идиолом товар имеет сакральный смысл. Этот прием также используется для популяризации и создания идеологической основы бренда за счет образа представителя. Для реализации данного мотива достаточно «амбассадора» – популярного человека, появление которого в медийной среде обеспечивает как минимум внимание со стороны широкой аудитории. Пример: шампунь «Clear» (амбассадор – футболист Криштиану Роналду), косметика «Nivea» (амбассадор – певица Рианна), оператор сотовой связи «МТС» (амбассадор – актер и шоумен Дмитрий Нагиев).

5. Мотив любви, дружбы, платонических отношений позиционирует товар как посредника между близкими людьми, неотъемлемого атрибута семейного быта, заботливого помощника по уходу за детьми или как наиболее уместный подарок близкому, любимому человеку. Примеры: конфеты Raffaello («Донесет Ваши чувства»), детское питание Gerber («Мамина любовь в каждой ложечке»), оператор сотовой связи «МТС» («Дарите любимым общение!»).

6. Мотив радости и юмора располагает потребителя к товару за счет позитивной подачи информации. Реклама в таком исполнении обладает

высоким уровнем меметичности благодаря забавному и запоминающемуся вербальному сообщению, которое сочетается с ярким визуальным сопровождением. Примеры: оператор сотовой связи «МТС» («Не сын – сынище. Речище течет. Не люди – человечища. Им нужен не просто безлимитный тариф – а безлимитище!»), чай «Принцесса Нури» (видео: девочка-подросток расстроена; её отец интересуется у жены, в чем причина грусти, на что получает ответ: «Валера». Далее отец подходит к дочери с чашкой чая и говорит: «У меня в жизни тоже был Валера (пауза), и звали её Рита». Здесь также реализуется мотив платонических отношений), конфеты-драже «Scittles» («Скиттлс-трюнка», «Дотянись до радуги, попробуй радугу»).

7. Мотив открытия базируется на любопытстве и стремлении человека к новизне. Приобретая товар, потребитель как бы открывает для себя нечто новое и доселе неизвестное. Вербализуется этот мотив с помощью призывов, подталкивающих реципиента не столько к покупке, сколько к новым ощущениям и опыту. Примеры: автомобиль Suzuki («Почувствуйте размах!») шампуни Waterflow («Дай себя увлечь»), сигареты L&M («Почувствуй вкус, объединяющий мир»).

8. Мотив ностальгии мобилизует положительные эмоции, отсылая потенциального потребителя в «прекрасное» прошлое. Теоретически человек при взгляде на рекламу должен испытывать теплые чувства и ассоциировать их с предлагаемым товаром. Пример: лекарство от кашля «Мукалтин» («Тогда и сейчас. Мукалтин»), IT-компания «Google» (девушка рассказывает, как сложно было увлекаться литературой полвека назад и насколько просто это сейчас с использованием сервисов «Google»: «Думаю, что, если бы тогда у бабушки был интернет, она бы проводила там еще больше времени, чем я»). Идеальное воплощение ностальгического мотива можно встретить в сцене американского сериала «Безумцы», где главный герой – копирайтер – презентует фотоаппарат Kodak Carousel, сопровождая презентацию слайдами семейной идиллии и следующим комментарием: «...в переводе с греческого ностальгия означает «боль старых ран». Это тяга сердца более сильная, чем сами воспоминания. Этот прибор не космический корабль, это – машина времени. Она перемещается в прошлое и будущее. Переносит нас в месте, где мы мечтаем оказаться снова. Это не колесо, это – карусель. Мы путешествуем на ней, как дети, – круг за кругом – и возвращаемся домой: туда, где нас всегда любят».

9. Мотив гордости и патриотизма применяется к четкой привязке к стране-производителю товара. Продукт становится выразителем какой-либо национальной черты, исключительности и колорита. Примеры: шоколад «Россия» («Россия – щедрая душа»), компьютеры «Genius iRu» («Компьютер для всех, кто думает по-русски»), автомобиль «УАЗ Патриот» («Мы с тобой одной крови»).

10. Мотив сексуальности в рекламе используется в первую очередь для того, чтобы захватить внимание потенциального потребителя, вызвать отклик как на уровне сознания, так и на уровне инстинктов для дальнейшей

ассоциации бренда с определенным ощущением – к примеру, с эстетическим наслаждением или возбуждением. Примеры: алкогольной продукции Marybelle («Возьми меня во время сильной жажды и передай меня своему другу»), сети магазинов электроники «Эльдорадо» («Пыль сосу за копейки» (на рекламном щите слово «Пыль» графически сливается с фоном)). Эксплуатация сексуальных мотивов в рекламе, согласно классификации О. Н. Ткаченко и Д. К. Краснойровой, входит в перечень приемов шоковых информационных сообщений. Помимо сексуальных образов как способа эмоционального воздействия, в данный список входят следующие средства:

- запугивание зрителя (если потребитель откажется от рекламируемого товара, то его ожидают жуткие последствия; сфера использования: моющие средства и лекарственные препараты);

- власть и насилие (если потребитель приобретет товар, то получит эксклюзивный доступ к доминирующей позиции в личной жизни или обществе; сфера использования: широчайшая – от средств личной гигиены до обуви; здесь стоит также отметить, что тема власти и насилия может раскрываться в социальной рекламе уже не как цель, а как порицаемое явление, которое необходимо пресечь);

- табуированные темы (необъяснимых запретов в обществе; сфера использования: средства личной гигиены, туалетная бумага, противозачаточные средства, социальная реклама) [5].

В данной системе также присутствуют мотивы эпатажа, провокации и безобразия как эстетической категории. Отметим, что четкую границу между приемами провести сложно. Так, например, на практике запугивание может перемежаться с насилием, а эпатаж – с мотивом сексуальности.

Таким образом, мы классифицировали мотивы, которые чаще всего встречаются в рекламных сообщениях. Разумеется, помимо вышеперечисленных побудительных стимулов, существуют и другие, однако чаще всего они являются лишь производными от основных.

Литература

1. Блэкуэлл, Р., Миниард, П., Энджел, Дж. Поведение потребителей – Москва: Питер, 2007. – 944 с.
2. Иващенко, А. Теория архетипов и практика брендинга. – Москва, 2006. – URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/inner_motivation.htm. – (дата обращения: 21.01.2019)
3. Ромат, Е.В. Реклама: учеб. для вузов. 7-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 512 с.
4. Уэллс, У., Бернет, Дж., Мориарти, С. Реклама: Принципы и практика. – Санкт-Петербург: Питер – 2001г. – 736с.
5. Фомина, Н. Н. Размер не имеет значения: тема секса в современной рекламе // Лингвокультурология. 2015. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razmer-ne-imeet-znacheniya-tema-seksa-v-sovremennoy-reklame> (дата обращения: 19.01.2019)
6. Фрейд, З. Введение в психоанализ: Лекции. – Москва: Наука, 1989. – 456 с.
7. Юнг, К.Г Сознание и бессознательное // Психология сознания / Сост. Л.В. Куликов. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 475 с.

<https://sledcom.ru/news/item/1280181/?print=1> – (Дата обращения: 31.03.2019).

8. Швецова, М.Н. Социально-психологическое сопровождение замещающей семьи [Текст] / М.Н. Швецова. – М.: МПГУ, 2013. – 188 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ ИСТОКИ И СПЕЦИФИКА МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

О.А. Давлетишина

*Башкирский государственный педагогический
университет им. М. Акмуллы*

*Научный руководитель: М. А. Чукреева
Башкирский государственный педагогический
университет им. М. Акмуллы*

Аннотация: Статья посвящена изучению молодежных субкультур. Молодежная субкультура создается самими молодыми людьми для молодых, она эзотерична, конкретные ее варианты понятны лишь знающим и посвященным. Молодежная субкультура – явление элитарное, через него проходят немногие молодые люди и, отклоняясь от традиционной культуры, в действительности нацелена на включение молодых людей в общество

Ключевые слова: молодежная субкультура, подростки, молодежь, рэппер, скинхед, гот.

Молодежь – неотъемлемая и самая активная часть общества. Поэтому изучение явлений, возникающих в данной среде особенно актуально. В последнее время мы все чаще слышим такие слова как «скинхед», «гот», «рэппер» и другие. Любой более или менее социализированный человек знает, о ком идет речь, и какие опасности могут скрывать эти явления.

В социологической науке их называют молодёжными субкультурами. И их изучение очень важно, так как зачастую именно данные феномены воспринимаются как социальная патология и требуют своевременного вмешательства различных институтов социума: семьи, школы, государства.

Субкультура может навязать подростку или юноше семью, навязать свои ценности, идеалы, роли и нормы морали. В свою очередь представитель субкультур так же влияют на окружающее их общество, часто внося негативные изменения в систему коммуникации и иных видов взаимодействия его членов [1]. При этом зачастую юному поколению прививаются ложные ценности и нормы антиморали.

Закономерно возникает проблема описания молодежных субкультур, их характерных особенностей, источников и причин возникновения. Ответы на эти вопросы позволят провести своевременную профилактику среди молодежи, спланировать и повысить эффективность социальной работы. Проблема молодежных субкультур представляет собой малоизученную область культурологического знания. В связи с этим возникла проблема изучения современного состояния молодежных субкультур: их специфики и источников.

Говоря о субкультуре, мы придерживаемся термина «молодежные субкультуры», сформулированного С.И. Левиковой [2], так как именно её дефиниция принята Министерством образования для преподавания в высших учебных заведениях РФ. Согласно С.И. Левиковой «Молодежная субкультура – это система символов, норм и ценностей и социальных институтов, определяющая самоидентификацию, поведение и деятельность индивидов и групп, регулируя, таким образом, значимую часть жизнедеятельности своих адептов» [2, с. 9]. Новые субкультуры могут присваивать символику субкультур, которые существовали ранее.

Систематизировав основные социологические подходы к истокам происхождения субкультур, можно сгруппировать их в несколько категорий. В первую категорию входят исследования субкультуры как феномена городской жизни. Яркие представители данного подхода - Клод Фишер и Л.Вирт. Субкультуру как форму девиантного поведения рассматривали У.Миллер, А.Коэн и Р.Мертон. Субкультура как явление молодежной культуры изучена К. Мангеймом, Т. Парсонсом, Дж. Мидом, К.Левиным. С. Коэн, Ч. Кули и Г. Мид так же считают субкультуры продуктом общественного мнения. С позиции социолингвистики данный вопрос освещался Н. Смелзером, У. Лабовым, Р.Макдэвидом. Субкультура как продукт общества потребления и постиндустриального общества рассматривалась Э.Тоффлером [3]. Вместе с тем, исследования не могут в полной мере изучить новейшие феномены, поскольку невозможно предусмотреть векторы развития культуры.

В современной науке существует множество классификаций молодежных субкультур. Так М. Мид выделил типы человеческих культур в контексте передачи опыта между поколениями. В типологии А.В. Толстых основным фактором, определяющим субкультуру является то, как позиционируют себя в обществе члены той или иной общности. С.С. Фролов в своей типологии упор идет на идеологию и ценности молодежной субкультуры, то есть оценка сущности самих себя, вопрос извне в само содержание. А.С. Обухов разделил субкультуры по доминирующей деятельности или объединяющему основанию. И.П. Башкатов и В.Т. Лисовский разработали классификацию по социальной направленности. В зависимости от ведущих ценностей и устремлений субкультуры были классифицированы С.А. Сергеевым [6]. Тем не менее, система ценностей

постепенно претерпевает изменения, что отражается на специфике той или иной субкультуры.

Оценивая критерии классификации, применяемые различными исследователями можно выделить ряд признаков, существенных для молодежной субкультуры. Участникам молодежных субкультур свойственен специфический стиль жизни и поведения; наличие специфических норм, ценностей, мировосприятия; наличие разделяемой всеми представителями субкультуры внешней атрибутики, проявляющейся в одежде, украшениях, манерах, жаргоне; наличие нормоформирующего слоя – более или менее явного инициативного центра, генерирующего нормы субкультуры [6]. При этом жаргон и сленг постепенно теряют остроту и перестают восприниматься как недопустимое отклонение от нормы.

Таким образом, проанализировав различные подходы и трактовки явления субкультуры, можно заключить, что субкультура может определяться и пониматься по-разному в зависимости от того, что выделяют в качестве основного фактора формирования субкультуры. В качестве данных факторов могут обозначаться как объективные внешние общественные процессы и явления, такие как урбанизация, социальное неравенство, развитие СМИ и общества массовой культуры, социальные изменения и трансформации в обществе; так и внутренние – социально-психологические характеристики девиантных групп, нормы и ценности различных сообществ, особенности социализации молодежи.

Множественные практические исследования молодежной субкультуры показали, что в современной социокультурной среде города активно бытуют различные подростковые субкультуры и неформальные молодежные направления, имеющие в чем-то общую социально-психологическую природу своего существования, но сильно отличающиеся друг от друга по социальной направленности, характеру включенности в них подростков и молодежи, конструктивной или деструктивной направленности в отношении к самим членам групп или внешним для них социальным общностям [2]. Задача специалистов – своевременное выявление проблемных зон и предотвращение деструктивного воздействия на личность юного поколения.

Репертуар и социальная популярность подростковых субкультур и молодежных неформальных объединений в условиях открытой информационной среды и высокой социальной мобильности мегаполиса имеют неустойчивый, динамично изменчивый характер и связаны с общемировыми тенденциями в молодежных движениях и течениях.

Среди основных универсальных факторов, определяющих особенности формирования и существования молодежных неформальных объединений можно выделить три группы:

- 1) возрастно-психологические, связанные с потребностями подросткового и юношеского возраста в самоопределении и поиска самоидентичности через обособление от взрослых и подкреплении

собственной социальной значимости в группе сверстников, в поиске средств усиления уникальности своего «я» посредством связи с определенным «мы»;

2) социально-психологические, базирующиеся на механизмах группового сплочения на основе архаического принципа противопоставления «свой» – «чужой», дающие ощущения единства общности и социальной поддержки членам группы, выраженные в системе социальных нормативов, социальной структуре, формах коммуникации со «своими» и «чужими»;

3) социокультурные, выраженные в пространственных, временных, предметных, знаковых и иных средствах, задающих характер выделения субкультур как особых культурных общностей, определяющих формы и способы их бытования, сигнализирующих своим и другим для адекватной культурной идентификации, выступающих образно-знаковыми средствами самоидентификации членов субкультуры [9]. Вместе с тем на формирование и развитие субкультур влияют и глобализационные процессы.

Основные причины включения в подростков и молодежи в подростковые субкультуры и неформальные организации различаются в зависимости от характера и социальной направленности данных социальных общностей; однако существуют относительно устойчивые взаимосвязи включения подростков те или иные объединения и группировки с жизненными ситуациями. Ситуация жизненной неопределенности, особенно в психологически значимых сферах (семья, отношения с эмоционально значимыми другими, социальный статус в референтной группе) выступают личностным основанием для поиска психоэмоциональной стабилизации и социальной поддержки в субкультурах [4]. В процессе подобного поиска подростков зачастую привлекают субкультуры, носящие негативные, экстремистские свойства.

Таким образом, обращение к молодежной субкультуре является следствием, а не причиной нарушений социального развития. Следовательно, социальные источники молодежных субкультур требуют дальнейшего изучения и конкретизации.

Литература

1. Глебова, Е.А. Типология молодежной субкультуры Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии [Текст]/ –Новосибирск: СибАК, 2011. –187 с.
2. Левикова, С.И. Молодежная субкультура: учеб. Пособие [Текст]/ С.И. Левикова – Москва: Фаир-пресс, 2014. – 608 с.
3. Обухов, А.С. От детства к взрослости через эксперимент: современные подростковые и молодежные субкультуры в Москве [Текст]/ А.С. Обухов // Ребенок в истории и культуре: Труды семинара «Культура детства: нормы, ценности, практики» Вып. 4 / Под ред. А.С. Обухова, М.В. Тендряковой. – Москва: Библиотека журнала «Исследователь/Researcher», 2015. – с. 187-213.
4. Омельченко, Е.Л. Молодежные культуры и субкультуры [Текст]/ Е.Л. Омельченко. – Москва: Изд-во Института социологии РАН, 2011. – 300 с.
5. Орлова, Н.А. Молодежные субкультуры [Текст]/ А.Н. Орлова – Томск: ТУСУР, 2007. – 150 с.

HPEPA 2019**Humanistic Practice in Education in a Postmodern Age 2019****SOCIAL AND CULTURAL PRACTICES IN THE
POSTMODERNITY EPOCH: TENDENCIES OF DEVELOPMENT**

Evgeniya Akulova (a), Rimma Gilmiyanova (b)*, Vera Mazina (c), Mariya Chukreeva (d)

*Corresponding author

(a) Bashkir State Pedagogical University n. a. M. Akmulla, ul. Oktyabrskojrevoljucii, 3-a, Ufa, RB, the Russian Federation, simbal@mail.ru

(b) Bashkir State Pedagogical University n. a. M. Akmulla, ul. Oktyabrskojrevoljucii, 3-a, Ufa, RB, the Russian Federation, gilm_bspu@mail.ru

(c) Bashkir State Pedagogical University n. a. M. Akmulla, ul. Oktyabrskojrevoljucii, 3-a, Ufa, RB, the Russian Federation, mazina-vera@bk.ru

(d) Bashkir State Pedagogical University n. a. M. Akmulla, ul. Oktyabrskojrevoljucii, 3-a, Ufa, RB, the Russian Federation, mchukreeva@inbox.ru

Abstract

The article describes characteristic features of the postmodern epoch, which are volatility, uncertainty, complexity and ambiguity. The purpose of this study is to analyze such different in their content social and cultural practices, as 'the image of motherhood in the modern Bashkir paintings', 'graffiti', 'audiobook', to indicate their peculiarities and trends in the epoch of postmodernity. The study is based on the theoretical findings of the Ufa school known under the name of 'Pedagogical cultural studies' within such general scientific approaches as cultural, system-based and interdisciplinary. We have considered the phenomenon of the audiobook as one of social and cultural practices. We have concluded that the topic of motherhood in art is still one of the most significant ones as through the image of mother people transfer all those enduring values, which connect generations and serve as a moral guide for a person in the modern world. Graffiti is shown as a successful attempt of transforming the urban environment in Ufa – the capital of the republic of Bashkortostan. Street art is oriented mostly not towards educative but towards anthropologic and design goals, which create novel cultural situations for people, make them direct participants of the events and help them to gain integrity.

2357-1330 © 2020 Published by European Publisher.

Keywords: Audiobook, cultural identity, social-cultural practices.



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 Unported License, permitting all non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. Introduction

Each epoch has its own social and cultural dynamics and its own social and cultural practices, which reflect its specifics. The active study of peculiarities of modern social and cultural dynamics known as the epoch of postmodernity were started by Anthony Giddens, a British sociologist, in the middle of 1970-s (Giddens, 1976, 1979). The category of postmodernity is used to indicate the worldview attitudes of the modern culture connected, first of all, with a poly variant view of life with its local social and cultural content, defining characteristics of social time, which flows differently in different cultures, to determine 'intelligent' technologies, which have already become a characteristic of society, development of the phenomenon of individualization and value pluralism.

The world we live in can be described by means of four concepts, which reflect characteristic features of the given period of time. They are: volatility, uncertainty, complexity and ambiguity. This all according to Giddens can be called a 'runaway world' (Giddens, 2004, p. 59), in which the personality of an individual undergoes discontinuity, disjointedness resulted from the fact that their life experience is of a fragmentary character. It means that the abovementioned characteristics of the postmodernity epoch should be reflected in sociocultural relations and practices.

2. Problem Statement

Which way does the orientation and content of social and cultural practices under the 'global turbulence' change, when the life experience of a single person acts as 'a separate time slot, which is hardly connected with the intergenerational continuity' (Kravchenko, 2007, p. 26)? What are the peculiarities of social and cultural practices in the epoch of postmodernity and what are the tendencies of their development? The answers to these questions determine the problematic field of our study.

3. Research Questions

The culture as a concentrated and organized experience of a mankind in terms of people's social performance, tangible and intangible values created by them is known as axiological unity, society development basis. The essence of social and cultural approach, that being the case, can be accounted under the concept of Sorokin (1992), who specified that the structure of social and cultural interaction comprises three integral constituents: 1) personality as a subject of interaction; 2) society as a group of interacting individuals together with social and cultural relations and processes; 3) culture as a complex of meanings, values and rules used by the interacting persons and a group of bearers who objectify, socialize and reveal these meanings.

Thus, interrelation of culture and space intermediating by the activity of actors creates a peculiar reality which can be defined as 'social and cultural activity', where 'social' indicates the actor of activity while 'cultural' indicates the sort and field of their activity. These concepts, 'social' and 'cultural' are interconnected since in any social phenomenon there is always a person acting as a bearer of social roles and cultural values. On the one hand, cultural practices and values, which are preserved and modified by the subject of culture, predetermine the purport of society existence. On the other hand, sociality not only determines its bearer, who is the subject of cultural activity, but imparts content-related distinctness to the

artefact of culture (Markov & Birzheniuk, 1998, p. 89). 'In contemporary society, –Grin (2016) states, – individualization releases the biography of each particular person from any linkage to traditional values and institutions' (p. 143). Nowadays the life path of a person is mostly defined by their personal decisions. How does it influence the orientation of social and cultural practices?

4. Purpose of the Study

The purpose of the study is to analyze such different in their content social and cultural practices, as 'the image of motherhood in the modern Bashkir paintings', 'graffiti', 'audiobook', to indicate their peculiarities and trends in the epoch of postmodernity.

5. Research Methods

The study is based on the theoretical findings of the Ufa school known under the name of 'Pedagogical cultural studies' within such general scientific approaches as cultural, system-based and interdisciplinary.

6. Findings

Being an integral part of culture, visual art as a creative reflection of reality in artistic images performs several functions, among which there are modifying, compensatory, cognitive-heuristic, artistic-ideational, foresight, communicative, informative, pedagogic, convincing and aesthetic functions.

To study the topic of motherhood in Bashkir paintings it is important, in our opinion, to distinguish those functions which contribute to the formation of particular values in society. We will define the notion 'values' in accordance with the concept of such scholars as Lapkin and Pantin (2001), who have defined values as 'universal ideas of people concerning the most important goals and rules of behavior, which define priorities in perception of reality, set guidance on their actions in all spheres of life and considerably form the 'life style' of society'. There are various classifications of values but in the context of our study it is important for us to single out such values as currently important and traditional ones.

Traditional values recur in many generations or during a long period of historical-and-cultural development of a certain society. Currently important values appear as the result of the development of society and its views. Traditional values are: family values, religious values, labour, patriotism, etc. (Lapkin & Pantin, 2001).

Among the most important traditional values there are family values, which are based on such concepts as love, trust, understanding, respect. Nowadays family values are still quite topical. However, they undergo some transformations. Today starting a family is not a priority task for many young people. It has been superseded by such values as career progression and self-fulfillment (Kagan, 2002, p. 65). Love as an important value of family relations, recedes into the background. Starting a family more and more people become supporters of a 'childfree' ideology which is characterized voluntary unwillingness to have children.

At the same time, the topic of motherhood has inspired artists throughout human history. Starting with sculptures made by prehistoric artists, Madonnas by Renaissance men, iconographic images of Holy

Mother and ending with the works of modern artists – that is how the ideal image of a woman developed in art. The image of mother has always been sacred for people and served as a moral guide for society. Each epoch has its own image of motherhood, that is why it is topical and significant to study and analyze it in contemporary sociocultural space (Guzik, 1999, p. 78). We have addressed to the topic of motherhood in contemporary paintings of the Republic of Bashkortostan.

Speaking about Bashkir fine art it must be said that it appeared relatively early, at the beginning of the 20th century. Before that period of time the development of fine art had been restrained by the Islamic religion, which forbade to depict living beings as it considered to be the imitation of Allah (Gafarova, 2010, p. 876). Nowadays fine art in the Republic of Bashkortostan holds one of the leading positions both: in Russia and in the world. The topic of motherhood is one of the key points in it.

One of the first Bashkir artists who portrayed a mother was Akhmat Lutfullin. His canvas ‘Three women’ painted in 1969 impersonifies splendor, wisdom and pride of Bashkir women. V. Vanslov remarked that Lutfullin ‘embodied proud beauty and goodness of national characters having created an image evoking contemplations of the destiny of generations, the course of life, of the past and the contemporary period in the history of the nation’ (as cited in Popova, 2007, p. 156).

The art of modern Bashkir painters is rather versatile. To conduct a sociocultural analysis, we have chosen the works of three artists: Salavat Akhmetshin, Vera Frolova and Vera Sharigina. All of them are related to one and the same topic – the image of motherhood.

The canvas by Salavat Akhmetshin, who was a follower of realist school of painters, is entitled precisely ‘Motherhood’. The painting portrays a woman holding a son in her arms. She seems to be standing on a hill surrounded by a river and plains. The woman is holding the baby a little above her showing him the beauty of nature. It is noteworthy that the painter depicted a naked baby, which emphasized his childhood purity and innocence. The boy is looking carefully into the distance. There is no fear on his face, it expresses only undivided attention. The woman’s countenance speaks pride in her son. There are sunbeams peeking through the dark sky. They are shining on the mother and her baby, which makes the scene some kind of sacred. Although the painting shows the mother in a modern dress, it conveys the true national spirit. The faces of the characters and the nature around them reflect the love of the artist to them and to Bashkortostan, his connectedness to his homeland.

Speaking about the works of a young artist Vera Frolova, Rif Abdullin once said, ‘Vera Frolova is one of the leaders of the modern youth visual art of the Republic of Bashkortostan. However, the definition ‘youth’ is relevant only to her age as her art level is quite ‘adult’ if speak about the level of inner profundity, meaningfulness and competence. She is an artist with a definite civic-mindedness, a figurative artist working in the traditional style of Russian realist school. We can observe the influence of Mikhail Vasilevich Nesterov, our famous countryman, on the works of the young artist. Following his traditions, she refers to the demonstration of spiritual dimension of human life promoting the moral value of this very facet of life’ (as cited SuperUser, 2014, 2017). One of the most significant topics in the works of Vera Frolova is the image of a mother. Her paintings show the image of an adoring and gentle mother. For example, the canvas called ‘The Joys of Winter’ depicts a mother and a child playing with snow. The scene which is familiar to many people. One can hardly imagine a mother who hasn’t played with her baby in winter. Another painting of this artist entitled ‘My Joy’ shows a mother and her daughter with sunflowers

in the background. The child is sleeping on her mother's shoulder. The woman sitting on her knees is holding her daughter trying not to wake her. In our opinion, these very scenes, which are familiar to all people, help the artist to play with so unerring a hand upon the heartstrings of each spectator and make them a participant of each scene.

Socially sensitive topics connected with motherhood are also reflected in the works of Vera Sharigina, a young artist from Ishimbai (SuperUser, 2017). To conduct a comparative study we have chosen several works from her one-person exhibition. One of them is called 'Fairy tales'. The painting depicts a mother rocking her baby to sleep. The woman is wearing a traditional Russian shirt. Her face is gentle and calm. She is fondly looking at her baby. The baby is swaddled in a Russian babushka, a traditional Russian headscarf. The painting is dominated by the red-flame colours. There are traditional Russian ornaments and the characters of Russian folktales around the mother and her baby. In the left corner of the painting we can see the sun with a face gently and movingly looking at the woman and the child. The painting provokes only positive emotions in a spectator as it is full of mothering care and fondness.

However, another painting of this artist which is called 'Two lines' provokes totally different feelings. It touches upon a very sensitive issue – unintended pregnancy. The colours of the canvas are mainly dark-grey, the background is almost black. One can see a young woman sitting in the left corner of the painting. She has put her head against her hand. Her posture expresses despair. She has to make a tough choice. She should either terminate her pregnancy, or become a mother. There are also two more scenes in separate frames on the right side of the painting. They show a mother and her daughter having fun on the playground. The mother is holding the girl high above her head looking at her with joy. There are butterflies flying at the bottom of the painting. They symbolize the soul and resurrection, which probably gives an idea about the choice of the main character.

One more canvas painted by Vera Sharigina also shows an urgent social problem – the problem of unwanted children. The work is called 'The cuckoo'. It is also drawn in pencil, in dark-grey colours. It depicts a cot with a sleeping baby. There is a cuckoo, which has turned her back on the baby, sitting on one of the sides of the cot. The posture of the bird shows that it is going to fly away. If the painting 'Two lines' leaves hope to a spectator, 'The cuckoo' is full of the artist's pain for the child, who was left alone by the mother. A spectator can feel this pain expressed through the painting.

In our opinion, it is pedagogic and inculcating functions which can become those factors able to reverse negative trends in modern society.

Summing up, we can say that the topic of motherhood in the visual art is still quite significant as the image of the mother transmits those eternal values which can interconnect generations helping people to develop moral principles in our complicated, erratic and ambiguous world.

Another sociocultural practice that we have chosen to analyze is graffiti or street art. Scholars call it the phenomenon of the 20th century. It appeared in the USA in the mid 1950-s and is defined as a unique form of the cultural urban space organization. As the phenomenon of graffiti is quite complicated, it is difficult to give its precise definition:

Graffiti is writings or drawings made on a wall or other surface, usually as a form of artistic expression, without permission and within public view. Graffiti ranges from simple written words to elaborate

wall paintings, and has existed since ancient times, with examples dating back to ancient Egypt, ancient Greece, and the Roman Empire. (Kuznetsova, 2010, p. 162)

A graffiti artist creates compositions the purpose of which is to render some artistic idea. Such an artist combines together the processes of creativity and its study. It is a kind of art or, to be more precise, an intelligent practice involved into the its own language analysis. The task of such practice is to switch from the process of art creation to proclaiming of intangible 'artistic ideas' (Chistiakova, 2012, p. 76).

Contemporary Russian graffiti-community is a complex cultural form. It unites people of various social groups. It is a multicultural community (Kolosov, 2015, p. 59). There are no particular requirements to behavior or appearance of a member of graffiti-culture. Leaders of this community share various ideas and belief systems promoting them. The age of an average member of a Russian graffiti-community ranges from 10 up to 40 years old.

The Russian graffiti-community consists of many societies – teams of graffiti artists. At first graffiti artists form a team of people living and working on the same territory. Later they unite around their common interests. People are mostly interested in the following graffiti movements: scratching, tagging, street, train writing, throw-ups, writing, post-graffiti. Members of each team are not restricted to one movement they have initially chosen. It is often possible to see one graffiti artist working in several movements simultaneously. Team members actively communicate both: in real life and in cyberspace. One graffiti artist may belong to several teams simultaneously.

Graffiti is an ever-evolving art. To create something unique graffiti-artists try live art performance, optical illusions, volumetric sculptures, earthworks, etc. Street artists strive for cooperation, they want to identify, mainstream and raise problems of the modern society with the help of graffiti. Graffiti contributes to the transformation of the cultural environment, creates new conceptual messages, guidelines and even some specific philosophy, which is quite significant for several generations of its lovers. That is why nowadays graffiti is one of aesthetic constituents of the city cultural space. It is an object of monumental-decorative art. Such forms of mural painting are closely interconnected with architecture and have a great impact on life processes in society. Studying such forms of art one can identify the level of social, economic and cultural development of society, its political ideology. On the other hand, making paintings on buildings exteriors, fences and other surfaces may be seen as the way to overcome the monotony of identical grey buildings. Such an attempt to transform the urban environment proclaims a new vision of the urban space concept, where architecture coexists together with contemporary visual art (Kuznetsova, 2010).

Nowadays there is a social demand for the urban environment decoration. Thus, graffiti has been officially recognized as one of modern art forms in Ufa. The urban community doesn't perceive wall and fence paintings as an act of vandalism. A range of the city multistorey buildings is decorated with high-level graffiti. They include 'Madonna' or, as it is also known, 'Spring' by Pavel Dorofeev. The work can be seen in Inors (one of the urban districts in Ufa) and has changed the image of that part of the city a lot. The portrait of Yuri Gagarin, the famous Russian cosmonaut, made in the urban district of Sipailovo has become a real sightseeing of the city. It is symbolic that the portrait of the first Russian cosmonaut appeared in the same-name street. The work was performed by three street artists, whose names are Oleg Kaibyshev, Mariya Massalimova and Artur Lukianov. The same urban district is famous for another graffiti depicting

portraits of the veterans of the Great Patriotic war. The authors of that graffiti are Oleg Kaibyshev and Aleksandr Kaidalov. The portraits are based on the real photos of young front-line soldiers. However, the initial pictures have been changed to represent the epitome of all militants' images. Under the photos one can see the text of the song 'Thanks for the memory, descendants' with the lyrics by Robert Rozhdestvenskii.

Oleg Kaibyshev is also one of the authors of the currently biggest portraits of Marshal Georgy Zhukov, which can be found in the same-name street of Ufa. Its square is 380 square meters, which is 1.5 times bigger than the portrait made in Arbat in Moscow. The same artist has made a portrait of Musa Gareev, a pilot, twice Hero of the Soviet Union, which can be found on house front where he had lived.

Thus, it can be affirmed that graffiti is a successful attempt to transform the urban environment of the capital of Bashkortostan, where the architecture is combined with modern art reflecting the reality around us and challenging the burning issues of the times. Street art as a part of modern art, unlike the classic one, doesn't have a mission to improve people by appealing to them in terms of verity, kindness and beauty. It is not aimed at educating. It has anthropological and constructive goals, which create situations totally new for a person and make this person a direct participant of them expanding the sentimental sphere of a personality and contributing to regaining integrity.

Artistic self-education, which represents the most flexible while simultaneously complicated kind of independent activity, is also aimed at constant imaginative renewal, spiritual growth and individual improvement. According to Shuklina (1999), artistic self-education is the top level of educational freedom, the freedom to create, which helps to establish and integrate goals, methods and conditions for one's career development and achieve revolutionary new results, in which individual peculiarities of a person manifest themselves.

A traditional source of self-education, as an integral and indispensable element of culture, along with a word of mouth, is a Book. Modern computer technologies have given an opportunity to combine these two phenomena. However, one should not consider an audiobook only as some sound recorded on electronic media. It also includes a powerful and important artistic and aesthetic component.

Listening to works of literature contributes to formation of artistic and aesthetic taste and the need in mastering the values of the world culture; enhancing the knowledge of styles and schools of the World Art and their characteristic features; the best works of art in national and world culture; mastering the ability to evaluate artistic peculiarities and give your own assessment of these works. Another important advantage of an audiobook is the naturalness of information perception.

The concept 'audiobook' implicates not only an electronic media recording but also people's real life manifestation in a work of art. An audiobook is a universal pervasive phenomenon, which represents an aggregate product of artistic activities. The term 'aggregate' implies that an audiobook embraces all kinds of artistic activities (literary, musical, theatrical, etc.), includes all the processes in the field of art (creation, storage, perception, etc.) and the processes in charge of its effective functioning (bringing up of artists, public, critics, etc.). An audiobook combines tangible and intangible values. They intermingle and interpenetrate creating a third form as they do not simply unite as they do in material and nonmaterial spheres, but they naturally merge and be reciprocally equated. This kind of integrity is known as artistic

merit (Kagan, 2002). An audiobook functions in a sociocultural sphere and represents one of the sociocultural practices.

The functions of an audiobook, the same as the functions of art in general, are determined by the fact that it exists over space and time. When talking about the social space, i.e. the life of people of a country, region, the whole humanity, an audiobook is aimed at establishing of artistic values and the process of their perception by the public depending on its spiritual needs. If we consider the historic life of a work of art audio recording, i.e. its existence over time, we will see that its major functions are to provide preservation of artistic values, to transmit them over time and space as social life historical continuity requires updating and introduction into the spiritual life of each new epoch. At the same time, an audio recording of a work of art should provide a continuous renewal of art in accordance with the changes occurring in social life, in other fields of culture and should be in compliance with art development itself (Kagan, 2002, p. 198). The continuity of audiobooks recording process is provided by both professional recording studios under a contract with stage and film actors and by amateur users.

Arrangement of conditions for production and operation of works of literature audio recordings permits to determine a three-dimensional structure of art. One of these dimensions is of nonmaterial content, a second is morphological and a third is organizational and institutional. The nonmaterial dimension considers individual peculiarities of historic, ethnic and social types of art awareness, i.e. it shows the way a book pictures the world vision and a person's place in it. The morphological dimension characterizes the peculiarities of artistic culture in different types of art. Thus, an audiobook here is one of the forms of literary and sometimes of literary and musical art combination. Literary art (fiction in its poetic and prosaic forms) breaks the direct connection with ideology and establishes pure artistic structures such as poems, stories, novels, etc. Organizational-and-institutional dimension comprises the forms of audiobooks recording forms of organization as an agency system.

Initially, an auditory perception of stories, narratives and other literary genres was connected with folklore. Then the development of automated forms of reading began. They were represented by radio plays, vinyl records, audiotapes, CD- and DVD-discs. It contributed to more vivid ascertaining of sound recordings as only information technologies were able to ensure the self-management of literature. For instance, such works of Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais (1732 – 1799) as 'The Barber of Seville', 'The Mad Day, or The Marriage of Figaro', a vivid manifesto of a person starting a brave fight for the greater happiness, which was perfectly embodied in the same-name radio drama (Gafarova, 2010, p. 877). Thus, the original work of literature can become a contribution to sociocultural practices and enrich the book stock of the country.

Functional organization of the process of book recording on an electronic medium is reflected in art production, in creation of a nontangible form of a work of literature; art consumption producing work of art perception; art critique. In the middle of the 20th century audiobooks in the modern sense didn't exist. Their function was performed by the radio. That is why the first audiobooks originated from radio shows where a narrator was reading some work of literature intermingled with music bridges. Later such audioplays appeared in the Internet. For example, there is a web-site called 'Audioknigslushaemonlain' ('Audiobooks online' – <http://audioknigi.club/>), which consists of 3 sections, such as genres, authors and performers. The section called 'Genres' (though it would be more appropriate to name it 'Genres, fields,

topics') represented by science fiction, detective stories, thrillers, history books, novels, prose, poetry, books for children, classic literature, psychology, philosophy, adventures, humour, esoterics, business, nonfiction, miscellanea.

To conclude we may say that an audiobook is a link element between art and modern information technologies; a conductor which has been changing in the course of its historic development turning the content of culture into the content and form of art (Grin, 2016, p. 149). An audiobook is a sort of sociocultural practice as it is the result of practical activities of a social group and the contribution to the development of a cultural sector. Listening to the national and world works of art and thinking on them, together with a traditional form of reading, frame virtuosity of a person and their worldview attitudes. It all proves that audiobooks are not only a means of self-education but also a tool which helps to form behavior patterns of a person in the modern world.

7. Conclusion

Postmodern worldview is based on the principle of relativity, ambiguity of everything, personalism idealization, personal experience and personal view accentuation, which causes a feeling of fragmentarity and social reality diffusion in the public consciousness.

The postmodern person in various forms of sociocultural practices acts as an object and agent of creativity. They attempt to adapt to social realities through cultural relations by including those realities into the essence of their 'Self', to obtain stability in the society in the form of cultural identity based on consolidated evaluation of various phenomena. Under the influence of sociocultural practices people change their background knowledge as well as their cultural standards, transform the cultural space around them, their sensuality, view of life and mentality.

References

- Chistiakova, M. G. (2012). *Sovremennoye iskusstvo kak kul'turno-antropologicheskiy fenomen* [Contemporary art as a cultural and anthropological phenomenon]. Tyumen, Gosudarstvennyy universitet.
- Gafarova, Z.M. (2010). Istoriya razvitiya izobrazitel'nogo iskusstva v Respublike Bashkortostan kontsa XIX - nachala XX veka [The history of the development of fine art in the Republic of Bashkortostan of the late XIX - early XX century.] *Vestnik Bashkirskogo gosudarstvennogo universiteta*. 15(3), 876-877.
- Giddens, A. (1976). *New Rules of Sociological Methods*. London, Hutchinson.
- Giddens, A. (1979). *Centra; Problems in Social Theory; Actions, Struction and Contraduction in Social Anylysis*. London, Macmillan.
- Giddens, A. (2004). *Uskol'zayushchiy mir: kak globalizatsiya menyayet nashu zhizn'* [Runaway World: How Globalisation is Reshaping Our Lives]. Moscow, Ves' mir.
- Grin, M. V. (2016). Postmodernizm kak sotsiokul'turnaya situatsiya: global'noye i natsional'noye izmereniya [Postmodernism as a sociocultural situation: global and national dimensions]. *Vestnik Kalmytskogouniversiteta*, 32, 4, 142-149.
- Guzik, M. A. (1999). *Uchebnyy putevoditel' po mirovoy khudozhestvennoy kul'ture: Drevniy Vostok i Zapadnaya Yevropa* [Study Guide for World Art Culture: Ancient East and Western Europe]. Moscow: Prosveshcheniye.
- Kagan, M. S. (1997). *Estetika kak filosofskaya nauka* [Aesthetics as a philosophical science]. Sankt-Peterburg: Petropolis.

- Kagan, M. S. (2002). *Osnovy teorii i khudozhestvennoy kul'tury* [Fundamentals of the theory of art culture]. Sankt-Peterburg: Lan.
- Kolosov, A. S. (2015). *Graffiti-kul'tura v kul'ture sovremennoy Rossii* [Graffiti culture in the culture of modern Russia]. Moscow.
- Kravchenko, S. A. (2007). Modern i postmodern: «staroye» inovoyevideniye [Modern and postmodern: “old” and new vision]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 9, 24-34.
- Kuznetsova, Ye. P. (2010). Graffiti vchera, segodnya, zavtra [Graffiti yesterday, today, tomorrow]. *Vestnik Permskogo natsionalnogo politekhnicheskogo universiteta. Stroitelstvo i arkhitektura*, 1, 162-166.
- Lapkin, V. V., & Pantin, V. I. (2001). Evolyutsiya tsennostnykh oriyentatsiy rossiyan v 1990-ye god [The evolution of value orientations of Russians in the 1990s]. *Pro et contra.*, 4.2, 3-24. Retrieved from: <https://gigabaza.ru/doc/96823.html>
- Markov, A. P., & Birzheniuk, G. M. (1998). *Osnovysotsiokul'turnogoproektirovaniya* [Fundamentals of socio-cultural design]. Sankt-Peterburg, Izdatelstvo Sankt-Peterburgskogo gumanitarnogo universiteta profsoyuzov.
- Popova, L. N. (2007). *Akhmat Lutfullin: zhizn' i tvorchestvo* [AkhmatLutfullin: life and work]. Ufa, Kitap.
- Shuklina, Ye. A. (1999). *Sotsiologiya samoobrazovaniya: predposylki, metodologiya, metodika* [Sociologyofself-education: prerequisites, methodology, methodology]. Ekaterinburg: Izdatel'stvoUral'skijgosudarstvennyjpedagogicheskogouniversiteta.
- Sorokin, P. A. (1992). *Chelovek. Tsivilizatsiya. Obshchestvo* [Human. Civilization. Society]. Moscow: Politizdat.
- SuperUser (2014, March 6). «Belaya nit'» - personal'naya vystavka Very Frolovoj [“White Thread” - a personal exhibition of Vera Frolova] [Blog post]. Retrieved from: <http://artageless.com/white-thread-solo-exhibition-vera-frolova-778>
- SuperUser (2017, November 8). *Personal'naya vystavka Shariginoy Very Stepanovny* [Personal exhibition of Sharigina Vera Stepanovna] [Blog post]. Retrieved from: <http://http://artageless.com/personal-exhibition-sharigina-vera-stepanovna>

Аудиокнига как реминисценция постмодернизма

 Почта Mail.ru

×

+

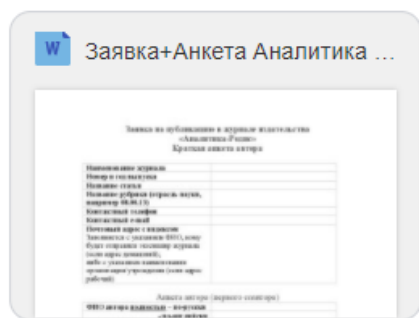
/inbox/0:16062273020020376535:0/

юклассники Игры Знакомства Новости Поиск Смотри Combo Все проекты ▾

 Удалить  В папку  Ответить  Переслать

Ваша статья принята в номер за октябрь журнала "Культура и цивилизация"

  ИД "Аналитика Родис" 24 ноября, 19:15
Кому: вам



1 файл [Скачать](#) (55 КБ) [Сохранить в Облако](#)

Уважаемая Мария Александровна!

Ваша статья принята в номер за октябрь журнала "Культура и цивилизация".

 Ответить  Переслать

 Отписаться от рассылки



ЧЕК ПО ОПЕРАЦИИ
СБЕРБАНК ОНЛАЙН

ОПЕРАЦИЯ:
ПЕРЕВОД С КАРТЫ НА КАРТУ
ДАТА ОПЕРАЦИИ (МСК):
25 НОЯБ 2020
ВРЕМЯ ОПЕРАЦИИ (МСК):
11:28:59
НОМЕР ДОКУМЕНТА:
225580
СТАТУС ОПЕРАЦИИ:
УСПЕШНО ВЫПОЛНЕН
СУММА ОПЕРАЦИИ:
8000.00 RUB,
КОМИССИЯ:
0.00 RUB,
ОТРАВИТЕЛЬ:
VISA CLASSIC **** 0497
ПОЛУЧАТЕЛЬ:
ИМ КАРТЫ: **** 1868
КОД АВТОРИЗАЦИИ:
270996
ПОЛУЧАТЕЛЬ ПЛАТЕЖА:
ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА Л.
ДОП. ИНФОРМАЦИЯ:
ЕСЛИ ВЫ ОТПРАВИЛИ ПЕРЕВОД НЕ ТОМУ
ЧЕЛОВЕКУ И ХОТИТЕ ВЕРНУТЬ ДЕНЕГА,
ПОПРОСИТЕ ПОЛУЧАТЕЛЯ ПОДТВЕРДИТЬ В
СБЕРБАНК ПО НОМЕРУ 980 И ОТМЕНИТЬ
ОПЕРАЦИЮ. ПО ЗАКОНУ ВЕРНУТЬ ПЕРЕВОД
МОЖЕТ ТОЛЬКО ПОЛУЧАТЕЛЬ.

Платеж выполнен



Аудиокнига как проявление культуры постмодернизма

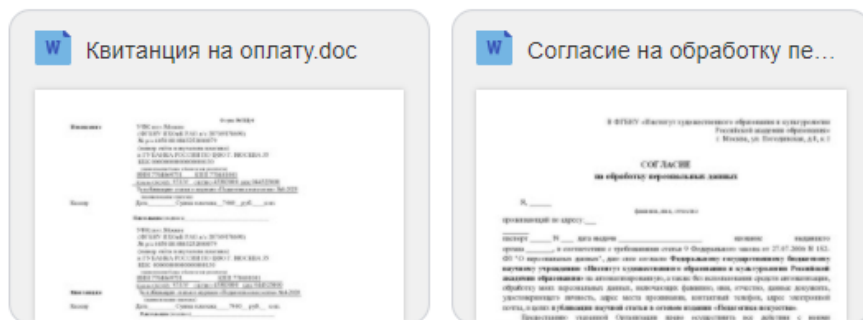
Почта Mail.ru

/inbox/0:16039885450445570838:0/

оклассники Игры Знакомства Новости Поиск Смотри Combo Все проекты ▾

Удалить В папку Ответить Переслать

Олеся Юдушкина 29 октября, 21:22
Кому: вам



2 файла Скачать одним архивом (61 КБ) Сохранить в Облако

Здравствуйте!

Ваша статья одобрена к публикации в журнале "Педагогика искусства".

Высылаю Вам согласие на обработку персональных данных и квитанцию.

Оплатить необходимо до 10 ноября 2020 года. В оплату включено присвоение DOI статье.

Фото или скан квитанции и согласия пришлите, пожалуйста, в ответном письме.

Ответить Переслать

Предложить звонок

Ждем от вас оплату

Обязательно учтем

С письмом ознакомились

в ГУ БАНКА РОССИИ ПО ЦФО Г. МОСКВА 35

КБК 00000000000000000000130

(наименование банка и банковские реквизиты)

ИНН 7704069731

КПП 770401001

Код по ОКОНХ 95110

ОКТМО 45383000

БИК 044525000

За публикацию статьи в журнале «Педагогика искусства» №4-2020

(наименование платежа)

Дата 6.11.20 Сумма платежа 7460 руб. коп.

Плательщик (подпись)

Книжные сообщества в социальных медиа как метод повышения читательской культуры

Почта Mail.ru

×

+

l/search/inbox/0:14894898240000000463:0/14894898240000000463/

юкласники Игры Знакомства Новости Поиск Смотри Combo Все проекты

Удалить В папку Ответить Переслать

Re: Педагогика искусства

Р

pedagogika@art-education.ru

14 марта 2017, 16:10

Кому: вам

Квитанция на оплату.doc



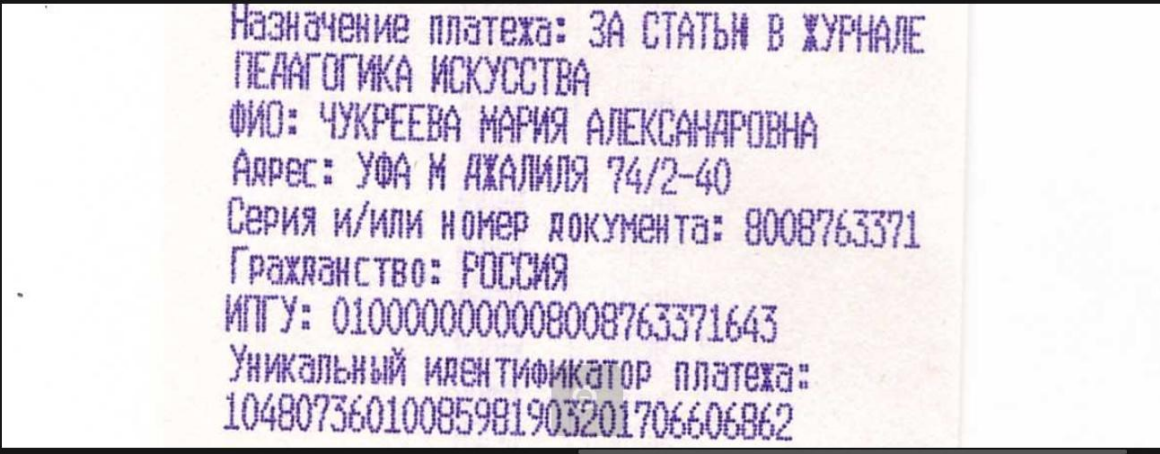
1 файл Скачать (32 КБ) Сохранить в Облако

Здравствуйте, Мария Александровна! Спасибо за Вашу статью. Да, публикация платная. Высылаю Вам квитанцию на оплату публикации После оплаты пришлите, пожалуйста, скан или фото подтверждения оплаты.

Ответить Переслать

Предложить звонок

Мария Чукреева: Re[2]: Педагогика искусства



Назначение платежа: ЗА СТАТЬИ В ЖУРНАЛЕ
ПЕДАГОГИКА ИСКУССТВА
ФИО: ЧУКРЕЕВА МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА
Адрес: УФА М АХАЛИЯ 74/2-40
Серия и/или номер документа: 8008763371
Гражданство: РОССИЯ
ИПГУ: 0100000000008008763371643
Уникальный идентификатор платежа:
10480736010085981903201706606862

от Чукреевой за статью.jpg

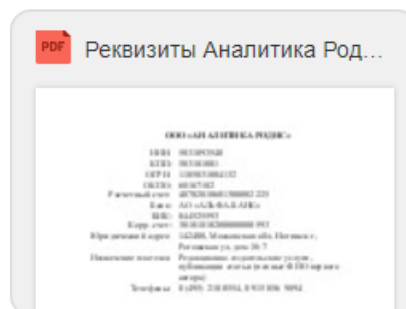
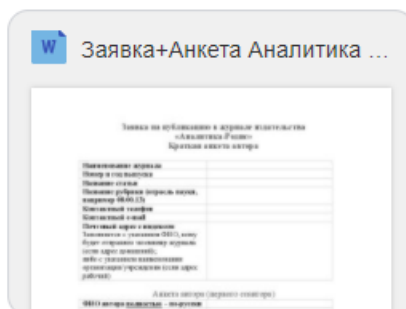
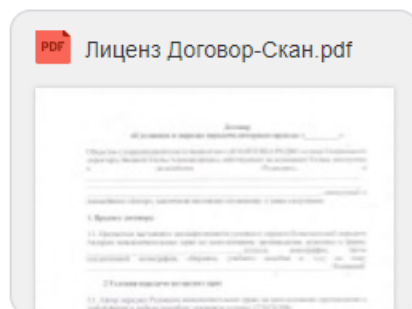
Скачать Сохранить в Облако

 Удалить  В папку   ...  Ответить  Переслать

Статья принята без замечаний

ИД "Аналитика Родис" 17 сентября 2018, 12:57

Кому: вам



3 файла [Скачать одним архивом \(1 МБ\)](#) [Сохранить в Облако](#)

Уважаемый автор!

Ваша статья "АУДИОКНИГИ КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ НАСЛЕДИЯ У ШЕКСПИРА)" принята в издание «Культура и цивилизация» № 5, 2018 г.

⬅ Ответить ➡ Переслать

 Предложить звонок



Квитанция

Получатель платежа	ООО «Аналитика Родис»		ИД: 10-112781-7873 ИНН: 6150.00 С/сч: 40.00
ИНН получателя	5031093540		
Учреждение банка	АО «Восток-Банк»		
БИК	044525593	К/сч 3010181020000000059	
Счет получателя	40702810601300002225		
Израиль Александрович (фамилия, и. о., адрес плательщика)			
Вид платежа	Сумма		
Редакционно-издательские услуги, публикация статей в журнале «Маркетинг»	6000		
ИТОГО:	6150		
Подпись плательщика			

Kaccip

🗑 Удалить 📁 В папку 🗨 Ответить ➡ Переслать ▲

📧 Редакция журнала 18 июня 2015, 17:53
Кому: вам



Уважаемый(ая) Чукреева Мария Александровна!

Внимание! При ответе на письмо, пожалуйста, сохраняйте историю переписки и не удаляйте номер [13853] из темы письма. Это значительно ускорит наш ответ.

Статья
"А9334 - АУДИОКНИГА В СИСТЕМЕ КУЛЬТУРЫ"
принята для публикации.

Квитанция для оплаты – в прикрепленном файле.
Указанная сумма включает стоимость одного авторского экземпляра
и его пересылку заказной бандеролью.

Издательство предоставляет возможность заказать дополнительный экземпляр интересующего Вас номера журнала.
Стоимость дополнительного экземпляра с учетом пересылки заказной бандеролью - 600 руб., для этого необходимо обратиться в издательство для получения квитанции.

Номера журналов формируются по мере поступления одобренных и оплаченных статей (см.

↩ Ответить ➡ Переслать ⌵ Отписаться от рассылки

Мария Чукреева: Re: [13853] Ваша статья принята к

Получатель: ООО ИЗДАТЕЛЬСТВО ГРАМОТА
ИНН: 6829028496
Числ: 40702810226100011156
ОАО АКБ АВАНГАР
Бик: 044525201
Кор.счет: 30101810000000000201

ГО УИН 201506200590001720059000172035090
ФИО ПЛАТЕЛЬЩИКА: ЧУКРЕЕВА МАРИЯ
АЛЕКСАНДРОВНА
АДРЕС ПЛАТЕЛЬЩИКА: Уфа ул.м.Яхалия 74
корп2 кв.40
НАЗНАЧЕНИЕ ПЛАТЕЖА: за издательские
услуги по счету А9334 от 18.06.15
ФИО: ЧУКРЕЕВА МА
АДРЕС: м.Яхалия 74/2-40



Копия квитанции об оплате.jpg