

Гусарова М.Е.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: gusarova.m@mail.ru*

### **Организация special events в работе специалистов по связям с общественностью**

В современных условиях для компании или фирмы с целью продажи своих товаров или услуг важна не только реклама, но и позиционирование себя. Последним преимущественно занимаются специалисты по связям с общественностью, используя в своей деятельности различные методы. Одним из них является организация и проведение специальных мероприятий - special events. PR-специалисты широко используют метод создания специальных событий, особенно в тех случаях, когда повседневная деятельность организации не создает достаточного количества новой информации. При проведении специальных мероприятий могут быть решены следующие задачи:

- повышение имиджа в глазах аудитории,
- поддержание лояльности постоянных покупателей и привлечение новых,
- эффектная презентация и начало продаж продукта,
- запуск рекламной кампании товара, привлечение внимания СМИ,
- формирование и поддержание спроса на товар в будущем,
- улучшение качества взаимодействия между сотрудниками компании.

Проведение специальных мероприятий имеет как достоинства, так и недостатки. Среди достоинств можно выделить следующие:

- использование в комплексе ATL-рекламы, DTL-рекламы, PR-инструментов,
- длительность эффекта от проведения мероприятия,
- прямое общение с целевой аудиторией,
- воздействие на человеческие эмоции в ходе проведения мероприятия,
- можно реализовать нестандартные идеи,
- с помощью мероприятия продвигаются социально-культурные ценности.

В то же время данная форма не лишена недостатков. Во-первых, не виден краткосрочный результат, и, во-вторых, проведение мероприятия требует больших капиталовложений.

Аудиторию special events составляют клиенты компании, ее дилеры, партнеры, подрядчики, а также сотрудники и др. Форматно-содержательный аспект отражается в следующих моментах. Во-первых, на мероприятиях может происходить обмен опытом. В этом случае подойдут конференции, выставки, форумы. Во-вторых, в рамках информационного маркетинга можно организовать презентацию нового товара или празднование юбилея фирмы. В-третьих, организация праздников или концертов будет проходить в русле развлекательного маркетинга.

План подготовки мероприятия состоит из определенных этапов. На первом этапе определяются цель и задачи. На втором – аудитория, для которой оно будет проводиться. На третьем этапе следует выбрать место и время, на четвертом написать сценарий, а на пятом проинформировать аудиторию и других заинтересованных лиц о проведении мероприятия. При подготовке и проведении special events следует придерживаться таких правил как:

- единство и ограниченность пространства и времени,
- тотальное присутствие бренда,
- взаимообмен материальных и нематериальных ценностей,
- принцип участия,
- непрерывность консультирования клиентов,
- учет интересов и образа жизни целевой аудитории,
- информационная поддержка мероприятия средствами массовой информации.

Как уже было сказано выше, организация и проведение мероприятия потребуют значительных финансовых вложений. В плане расходов следует предусмотреть статьи на

привлечение и обслуживание спикеров (хотя можно и обойтись своими, если они с этим справятся), аренду площадки для проведения события (если нет своей), обеспечение материальной части мероприятия (печатные и раздаточные материалы), привлечение аудитории (включает весь комплекс маркетинговых активностей по привлечению посетителей), организацию процесса продажи билетов для физических и юридических лиц и регистрацию посетителей, проведение кофе-брейков, фуршетов и развлекательной части мероприятия. Данные издержки можно и нужно минимизировать. Например, участвовать в готовых мероприятиях, проводить совместные мероприятия, использовать бартерный обмен с другими фирмами (вы им – площадку для мероприятия, они вам – спикеров), использовать бесплатные площадки для проведения мероприятия.

Естественно, специальное мероприятие, на которое затрачено значительное количество денежных ресурсов, должно в итоге оказаться эффективным. Можно предложить следующие показатели оценки эффективности:

- подсчитать выручку от реализации билетов,
- подсчитать количество гостей, посетивших мероприятие, в том числе VIP-персон,
- определить долю новых участников события в общем объеме приглашенных,
- проанализировать количество новостных репортажей и статей о мероприятии в СМИ, а также упоминания в социальных сетях,
- проследить прирост подписчиков после мероприятия,
- выявить изменение объемов продаж после события по сравнению аналогичным периодом предыдущего года.

#### **Литература**

1. Пядышева Т.Г., Слогодский Д.А. Разработка концепции подготовки и проведения специального мероприятия // Вестник Тамбовского университета. Серия Общественные науки. Тамбов, 2018. Т. 4, № 13. С. 60 – 61.

Зуева Л.Е.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: lyuba\_evg@list.ru*

### **Этнический туризм как форма сохранения культурно-исторического наследия.**

Сегодня во всём мире наблюдается особый интерес к этнической культуре. Ученые проводят этнографические исследования даже в самых отдаленных уголках планеты, научное сообщество тесно сотрудничает с национальными общественными объединениями, публикуются монографии, раскрывающие специфику традиционной культуры тех или иных этносов, проводятся многочисленные конференции и семинары по проблемам этнокультурной тематики. Растет популярность этнических фестивалей и национальных праздников.

Подобное состояние дел связано с новой тенденцией общественного развития - модой на этническое. В последние десятилетия эта мода проникла и в сферу турбизнеса.

Как правило, туристы, посещая ту или иную страну, стараются познакомиться с местным населением, получить информацию об его национальных традициях и обычаях. Данная ситуация привела к тому, что внешний облик многих современных отелей отражает особенности традиционных жилищ этносов, живущих в данной местности. Этнические мотивы можно наблюдать в интерьерах гостиниц, в развлечениях, предлагаемых анимационными службами.

Этнический туризм является разновидностью культурно-познавательного туризма, получившего широкое развитие во всем мире. Данный вид туризма имеет своей целью удовлетворить многообразные духовные потребности человека. Существенной задачей этнического тура становится знакомство туристов с национальными традициями и культурой народов.

Под традицией стоит понимать выраженный в социально-организованных стереотипах групповой опыт, который путём пространственно-временной трансмиссии аккумулируется и воспроизводится в различных человеческих коллективах. Важнейшими видами коллективной творческой деятельности выступают народное творчество и массовая культура. С помощью традиции человеческое сообщество транслирует последующим поколениям сведения, позволяющие выживать и развиваться.

Этнический компонент даёт возможность путешественнику познакомиться с традиционными жилищами разных этносов, увидеть местных жителей в национальной одежде, при желании принять участие в народных праздниках, отведать блюда национальной кухни и купить уникальные для данного этноса сувениры. Вернувшись из поездки, туристы показывают своим родственникам и знакомым приобретённые изделия, делятся впечатлениями об особенностях культуры этносов посещенного региона. Все это в целом способствует укреплению толерантного отношения между представителями разных этносов [3, С. 6].

Характерной чертой современной экономики нашей страны является разработка проектов, направленных на стимулирование социально-экономического и культурного развития общин коренного населения при помощи этно-экологического туризма. Данный вид туризма рассматривается как особая экономическая деятельность самих коренных народов, реализуемая на территориях их традиционного природопользования.

Данные проекты носят инновационный характер, их цель – обеспечить устойчивое развитие этнического туризма силами местного и коренного населения [4, С. 15].

Разновидностью этнического туризма выступает аборигенный туризм – при нем в туристическую индустрию вовлекаются представители коренного населения.

Данное туристическое направление создается практически с чистого листа, поэтому важным этапом создания тура такого типа станет тщательная подготовка. Необходимо собрать все имеющиеся материалы, документы, программы и планы по развитию туризма в проектных территориях; рассмотреть социально-экономическое положение района; дать оценку инвестиционных возможностей развития устойчивого этнического туризма; изучить спрос на услуги этнического туризма; создать партнерскую сеть различных организаций, заинтересованных в развитии этнического туризма [4, С. 16].

Важным шагом для воплощения в жизнь задуманных программ являются маркетинговые исследования, позволяющие оценить возможности развития этно-экологического туризма силами местных сообществ, а также определить степень готовности коренного населения к приему туристов на своих территориях. Безусловно, реализация проектов вряд ли возможна без профессионалов своего дела, поэтому насущной необходимостью становится осуществление подготовки квалифицированных специалистов в области этнического туризма из числа местного населения.

Цель этнического туризма – познакомить туристов с бытом, культурой, традициями и обычаями малочисленных коренных народов нашей страны. Спецификой их уклада является гармоничное существование с природой.

Этно-экологический туризм для Российской Федерации является относительно новым, но быстро завоевывающим популярность видом деятельности. Данный вид туризма выглядит довольно перспективным направлением, отличающимся самобытностью и уникальностью, потому как настоящий этап развития человечества отличается быстрой утратой как этнического, так и биологического разнообразия. Этно-экологический туризм можно расценивать как один из вариантов сохранения и развития экономики традиционного хозяйства и культурного наследия малочисленных коренных народов.

Главная задача проектов по развитию этнического туризма направлена на то, чтобы уберечь процесс развития экологического и этнического туризма от непродуманных, сиюминутных тенденций, придать ему устойчивость – прежде всего, посредством активного вовлечения коренных малочисленных народов в сферу туристского бизнеса. Гарантией стабильности и эффективности проектов развития туристского бизнеса и устойчивого развития в более широком смысле станет самостоятельное руководство реализацией проектов представителями коренных малочисленных народов [4, С. 16].

#### **Литература**

1. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм. – М.: Юнити-Дана, 2006. – 255 с.
2. Кононенко, Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. – М.: Вече 2000; АСТ, 2003– 512с.
3. Сапожникова, Е.Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран. – М.: Изд. центр «Академия». 2007. – 240 с.
4. Чумаков, К. Этно-экологический туризм в сохранении природного и культурного наследия // Новая жизнь. – 2006.- № 5. – С.15-16.
5. [www.rbc.ru/reviews/tourism](http://www.rbc.ru/reviews/tourism)
6. <http://www.turizmbrk.ru/>

Кузнецов И.В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: ikuz11@yandex.ru*

### **Вклад Александро-Невского православного братства в развитие образования во Владимирской губернии**

Великие реформы шестидесятых-семидесятых годов XIX века, осуществленные Александром II, внесли заметные изменения в жизнь русского общества. Они дали существенный импульс развитию различных форм общественной активности, открывавших новые возможности в решении существующих проблем. Этот процесс затронул и духовную сферу. В среде православных верующих возникают инициативы создания обществ с целью восполнить недостаток знаний и веры среди населения и противодействовать деятельности раскольников и сектантов. Реализация подобных инициатив стала возможной после утверждения 8 мая 1864 года императором Александром II Правил для учреждения православных церковных братств.

Во Владимирской губернии организатором православного братства выступил Высокопреосвященнейший Феогностом, Архиепископ Владимирский и Суздальский. 1 ноября 1879 года он, с согласия губернатора, утвердил устав братства, получившего имя Святого Благоверного Великого Князя Александра Невского.

18-го ноября 1879 года при Рождественском монастыре во Владимире совершилось открытие православного братства святого Благоверного Великого Князя Александра Невского. В краткой речи, обращенной к собранию, Владыка Феогност сказал: «Под осенением благословения Божия да послужит деятельность нашего братства ко благу святой Церкви, которая, но заповеди своего Основателя и Главы, постоянно старается разгонять тьму суеверий и заблуждений и распространять свет истинной веры, и к благосостоянию отечества нашего, в котором, если когда, то особенно в наше время необходимо распространение истинного, здорового просвещения». [1]

Эти слова отражали новое понимание задач церкви, признание того, что просвещение населения вкупе с духовным воспитанием являются более действенным средством против ложных учений и идей, чем запретительные полицейские меры. Поэтому Братство с самых первых лет своей деятельности обозначило в качестве одного из главных направлений содействие школьному делу. Предметом заботы Братства стали церковно-приходские школы, которые оно считало наиболее соответствующими задачам «распространения в народе здравых понятий об истинах православной веры». Когда Братство только начинало свою работу, такие школы не имели официального статуса и открывались, как правило, на средства священников-энтузиастов. Из-за этого они часто испытывали серьезный недостаток мебели, учебных принадлежностей и пособий, не позволявший организовать учебу надлежащим образом. Однако быстро выяснилось, что даже умеренной помощи оказалось достаточно, чтобы побудить местных священников к более энергичным усилиям. Уже в первый год при содействии Братства удалось открыть 8 церковно-приходских школ. Члены Братства своим авторитетом помогали решать организационные вопросы, а также выделяли средства на приобретение классной мебели, учебников, выплату пособий учащимся. [2, С. 25-26]

Решение организационных и материальных проблем требовало привлечения значительных финансовых ресурсов. Эта задача успешно решалась Братством. Деньги поступали из различных источников, прежде всего из собственных средств Братства, полученных за счет членских взносов, пожертвований и доходов от продажи церковной литературы. Расходы на поддержку церковно-приходских школ постоянно росли. Если в 1880 году они составили 3670 рублей, то в 1892 году – 15580 рублей. [2, С. 25; 4, С. 8] Значительные средства удавалось привлечь Братству и от частных благотворителей. Пример показывали члены императорской фамилии. Император Александр III лично пожертвовал Владимирскому Александро-Невскому

братству 3000 рублей, а в 1886 году поступило пожертвование в 1000 рублей от цесаревича. [2, С. 6] Большую активность проявляли и представители купечества Владимирской и соседних губерний. Так, купец Шилов выделил капитал в 8000 рублей на содержание церковно-приходской школы в гор. Покрове, а позднее построил для нее здание стоимостью 7000 рублей. [4, С. 7]

Благодаря активной работе членов Владимирского Александро-Невского братства число церковно-приходских школ, находящихся на его попечении, быстро увеличивалось. В 1885 году их было уже 138 [3, С. 10], в 1892 году – 344 [4, С. 4], а в 1898 году – 674 школ, в которых обучался 23271 учащийся [5, С. 6]. Важное значение для роста числа школ имело то, что в 1883 году руководство Братства приняло решение о необходимости системной организации своей работы по развитию народного просвещения. С этой целью были проанализированы сведения о состоянии школьного дела в губернии и собраны сведения от волостных правлений об уже имеющихся школах грамоты и приходских школах, выяснены их нужды. Члены Совета Владимирского Александро-Невского братства лично посещали открытые при его содействии школы, помогая решать возникавшие трудности и поднимая авторитет руководивших школами священников у крестьянского населения. Для крестьян приезд представителей Братства, в том числе лично архиепископа Владимирского и Суздальского, был большим событием и указывал на значимость и богоугодный характер школьного образования, побуждая крестьян более благожелательно относиться к содержанию церковно-приходских школ.

Заметно большее внимание стало уделяться организации процесса обучения и повышению его качества. В сотрудничестве с Братством Владимирский епархиальный училищный совет выработал правила организации и программы обучения для приходских школ. Отдельной задачей стала подготовка учительских кадров. Братство поддерживало опыт привлечения выпускников школ к обучению местных жителей грамоте, а также брало на себя подбор школьных учителей и выплату жалования. [3, С. 10]

На наш взгляд, усилия Владимирского Александро-Невского братства по развитию школьного образования в губернии заслуживают положительной оценки, хотя и современники, и советские исследователи критически отзывались об опекаемых им церковно-приходских школах, видя в них источник не истинного просвещения народа, а распространения религиозного дурмана. Безусловно, церковно-приходское образование не следует идеализировать, однако следует учитывать, что эти школы, число которых быстро росло, были важны для страны, перед которой к началу XX века значительные группы населения все еще не имели доступа к обучению грамоте.

#### Литература

1. Владимирские епархиальные ведомости. - № 23. - 1 декабря 1879 г. - С. 659.
2. Отчет Владимирского православного братства св. благоверного великого князя Александра Невского за первый год его деятельности/ - Владимир: Типография П.Ф. Новгородского, 1880. – 60 с.
3. Историческая записка о деятельности Братства святого благоверного великого князя Александра Невского за первое десятилетие 1879-1889 г. - Владимир: Типофотография Владимирской губернской земской управы, 1889. – 91 с.
4. Отчет Владимирского православного братства св. благоверного великого князя Александра Невского за 1891-1892 год/ - Владимир: Печатня В. Паркова, 1892. – 61 с.
5. Отчет Владимирского православного братства св. благоверного великого князя Александра Невского за 1897-98 год. - Владимир: Типофотография С.К. Матренинского, 1899. - 129 с.

Мекка О.А.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: mekka58@mail.ru*

### **Имиджевые характеристики вуза в представлении студентов и их родителей**

На гуманитарном факультете МИ ВлГУ с 2015 г. с участием студентов автором велось изучение имиджевых характеристик нашего вуза. Следует отметить, что значительная часть понятий теории имиджа трудно поддается операционализации, что является необходимым условием социального измерения. Типичная схема изложения работ по имиджевой проблематике выглядит приблизительно так: во-первых, дается та или иная трактовка имиджа как такового, затем в императивном ключе даются рекомендации на тему «каким должен быть имидж». Эти рекомендации, как правило, имеют усредненный характер и не учитывают качественного состояния действительного имиджа личности или организации. Получается, что это рекомендации для всех и ни для кого. Таким образом, остается непонятным, какие характеристики имиджа в данном случае оптимальны, какие – нуждаются в коррекции, а какие должны быть сформированы при их отсутствии.

С учетом изложенного выше, наиболее оптимальным средством оценки имиджа является фиксация его отображения в массовом сознании при помощи стандартных эмпирических методов, прежде всего, методом опроса в формах анкетирования или интервьюирования.

При построении исследовательской программы в качестве основной исследовательской категории автором использовалось понятие «имиджевая характеристика». Это понятие отражает разные качественные особенности вуза, которые в принципе могут отражаться в массовом сознании целевых групп. В качестве таковых были выделены следующие попарно сгруппированные характеристики, которые приведены в соответствие с деятельностными установками абитуриентов и их родителей и представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Имиджевые характеристики в связи с личностными установками абитуриентов и их родителей

№	Парные имиджевые характеристики вуза. Это вуз:	Соответствующие установки абитуриентов и их родителей
1	- дающий качественное образование - дающий как техническое, так и гуманитарное образование	Когнитивная
2	- близкий к дому - гарантирующий безопасность жизни и здоровья студентов	Витальная
3	- государственный, а не частный - прошедший государственную аккредитацию	Статусно-институциональная
4	- обеспечивающий профессиональный рост выпускника - обеспечивающий будущее благосостояние выпускника	Личностно-перспективная
5	- в котором работают высоко-квалифицированные преподаватели - которым руководят профессионалы высокого уровня	Личностно-коммуникативная
6	- создающий благоприятные условия для межличностного общения и досуга студентов - создающий дополнительные возможности личностной самореализации студентов (спорт, искусство, общественная работа)	Личностно-развивающая

Таким образом, была сформирована двумерная функциональная модель эмпирического исследования, позволяющая выявить, с одной стороны, значимость основных имиджевых характеристик вуза как такового и, с другой стороны, значимость ведущих деятельностных установок абитуриентов и их родителей, воспринимающих имидж вуза. Модель дает основание для выработки практических рекомендаций по совершенствованию имиджа вуза.

Данная модель была опробована в 2017 и 2018 гг. Результаты первого опроса были отражены в дипломной работе студентки группы РСО-113 Т. Богдановой, что позволило выявить зону «ближайшего развития» имиджа вуза. Под «зоной ближайшего развития» понимаются те характеристики, которые, во-первых, занимают промежуточное положение в итоговом рейтинге оценок имиджевых характеристик. Во-вторых, это такие характеристики, которые доступны управленческому воздействию, которые могут быть изменены средствами PR-деятельности и рекламы. Интерес представляет также степень различия в восприятии названных характеристик абитуриентами и их родителями.

В 2018 г. было опрошено 166 абитуриентов и 132 родителя. Выборка стихийная, опрашивались все, кто дал согласие на участие в опросе. Среди родителей абсолютное преобладание женщин - 108 матерей против 24 отцов, т.к. в семьях мужа обычно предоставляли право заполнения анкеты женам. По условиям анкетирования на основной вопрос об установках допускалось дать до трех ответов, поэтому их больше, чем количество респондентов. Представим основные результаты в табличной форме.

Таблица 2 - Различия в восприятии имиджевых характеристик вуза абитуриентами и родителями (ранжирование по убыванию количества ответов)

№	Установки абитуриентов	К-во/%	Установки родителей	К-во/%
1	Когнитивная	119/29	Когнитивная	85/28
2	Статусно-институциональная	92/22	Статусно-институциональная	68/23
3	Витальная	62/15	Витальная	66/21
4	Личностно-развивающая	60/14	Личностно-коммуникативная	34/11
5	Личностно-коммуникативная	50/12	Личностно-перспективная	27/9
6	Личностно-перспективная	31/8	Личностно-развивающая	25/8
	Всего	414/100		305/100

Опрос абитуриентов 2018 г. повторил результаты 2017 г.: ранги установок не изменились. Когнитивные и статусные характеристики по-прежнему составили «центральный элемент» имиджа в целом и это естественно: главный мотив поступления в вуз – получение профессиональных знаний, а при обилии вузов, филиалов и определенной девальвации высшего образования статусные характеристики приобретают немаловажное значение.

В исследовании 2018 г. была выдвинута гипотеза о различии в восприятии имиджевых характеристик абитуриентами и родителями. Гипотеза подтвердилась частично. Как видно из таблицы, различия невелики. На что следует обратить внимание? Доля родителей, ценящих безопасность и близость обучающихся к дому (витальная установка) заметно выше, чем у абитуриентов, что вполне логично объяснить родительским жизненным опытом.

Личностно-перспективная установка у абитуриентов, как и в 2017 г. на последнем месте, что можно объяснить, например, недостатком жизненного опыта или нежеланием (неумением) заглядывать слишком далеко в будущее. У родителей эта установка имеет несколько более высокие (хотя и не существенно), показатели, что тоже вполне объяснимо. Особенно показательна неодинаковая представленность личностно-развивающей установки.

Что означают эти результаты для совершенствования имиджа вуза? Основные имиджевые характеристики, связанные с предоставлением знаний, наличием государственных гарантий стабильного существования учебного заведения должны находиться и, как показывает содержание наличных рекламных сообщений, находятся в центре постоянного внимания. Что же касается совершенствования имиджа, то оно, по-видимому, должно осуществляться за счет «эксплуатации» различных аспектов личностного характера. Это касается всех видов рекламной продукции, содержания PR-мероприятий, в которых необходимо шире представлять руководителей научных школ, талантливых преподавателей, студентов, добившихся высоких результатов в разных видах деятельности.



Мекка О.А.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: mekka58@mail.ru*

### **Основания ценностного подхода к изучению правовой культуры**

Традиционно правовая культура рассматривается как элемент культуры в целом, т.е. социального института, представляющего собой нормативно-ценностную систему, объединяющую людей вокруг базовых ценностей. Отсюда вытекают основные функции культуры – обеспечение интеграции и воспроизводства общества. Вместе с тем, правовая культура обладает спецификой с точки зрения целевой функции. Для того чтобы обосновать наиболее адекватный подход к изучению данного феномена, необходимо уточнить сущность культуры.

В юридической литературе сделано довольно много попыток системно осмыслить правовую культуру. Например, М.Н. Марченко в статье «Правовая культура как социологическая категория», критически отнесся ко всем имеющимся трактовкам правовой культуры, но, вместе с тем, признал, что она «...характеризует, прежде всего, ценностный срез правовой действительности, по природе своей является в значительной степени оценочным феноменом». [2] С этим следует согласиться, но это лишь первое приближение к сути вопроса.

Для понимания феномена правовой культуры не приемлемы как зауженные, так и чрезмерно абстрактные трактовки. Например, М.Ю. Осипов определяет правовую культуру как «...элемент правовой системы, представляющий собой социальный феномен, отражающий, порождающий и моделирующий правовую жизнь во всем ее многообразии». [5] Это определение следует оценить как чрезмерно абстрактное, неясное, в котором не усматривается ни структура, ни целевая функция правовой культуры.

Немало в современной юридической литературе и зауженных трактовок, сводящих правовую культуру к простому знанию законодательных норм и законопослушному поведению. [6]

Для уточнения понятия «правовая культура» необходимо соотнесение данного понятия с порядковыми, то есть, осуществление его экспликации. В частности, правовая культура соотносится с правовым нигилизмом и правовой контркультурой (антикультурой), воплощением которых является преступность, агрессия, противоправное насилие. В этом ключе правовую культуру изучают криминологи, социальные педагоги, анализирующие качественные характеристики правовой культуры в контексте правонарушений, делинквентного и девиантного поведения. Такое соотнесение культуры уместно также для разных переходных периодов, когда трансформация социальной структуры порождает негативное отношение к нормативному регулированию вообще. При этом отрицанию подвергаются как нормативы прежней общественной системы, так и становящейся, что порождает социальные конфликты.

Понятие «правовая культура» соотносится также с понятием «правовая система», выражающего социокультурную специфику функционирования права. Здесь уместна следующая аналогия. Правовая система является материальным (нормативным, деятельностным) воплощением правовой культуры точно также как цивилизация является социальным воплощением культуры определенного типа (понимаемая в общесоциологическом смысле). Наиболее ярко нормативно-ценностная правовая специфика проявляется в существовании неодинаковых типов правопонимания: легизма, либертаризма и юснатурализма, которые, как известно, вырабатывались на протяжении тысячелетий, в разных социально-экономических и политических условиях. [1]

Каждому типу правопонимания присуща такая ценность, которая имеет системообразующий характер. Это соответственно: справедливость (устанавливаемая государством и соответствующая подданническому типу правовой культуры), формальное

равенство людей перед законом (ценность правовой культуры гражданского типа) и свобода – ценность, декларируемая с позиций естественных прав человека.

В таком соответствии некоторые авторы усматривают определенное упрощение, поскольку каждая теоретическая позиция претендует на системность и не ограничивается учетом какого-либо одного элемента. Например, некоторые сторонники либертарной концепции, обоснованной В.С. Нерсесянцем, утверждают, что она базируется на всех трех ценностных основаниях в равной степени, поэтому приведенное выше соотнесение конкретных ценностей с типами правовой культуры абсолютно некорректно.

В данном случае, следует обратить внимание на то, что системность вовсе не исключает выделения системообразующего элемента, который подчиняет себе прочие. В данном случае речь идет о формальном равенстве, акцент на котором делают сами представители либертарной теории. [1]

Поскольку современное российское общество находится в процессе трансформации и за последние десятилетия были уже реализованы два существенно различных общественно-политических курса, вопрос принятия или отвержения конкретных правовых ценностей приобретает существенное практическое значение. Формируются конкретно-исторические типы правовой культуры, содержание которых определяется качеством социальной стратификации, которое в конечном итоге определяет структуру общества в целом и его динамические характеристики. В полной мере это касается особенностей государственной правовой системы, таких как форма правления, политический режим, форма территориально-государственного устройства и других, более частных характеристик. Необходимо показать, каким образом типы правовой культуры распределяются среди социальных групп. Выявить это можно только фиксируя наличие определенных ценностных установок социологическими методами.

Проводимые опросы населения, в том числе студентов, наглядно показывают, во-первых, наличие существенных различий в ценностных ориентациях, во-вторых, связь этих ориентаций с социально-стратификационными характеристиками и, в-третьих, влияние этих характеристик на социально-политическую активность. [3]

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Правовая культура представляет собой нормативно-ценностную систему, определяющую поведение индивида и социальной группы в политико-правовом пространстве.

Системообразующим элементом правовой культуры являются базовые ценности, формируемые образом жизни социальных субъектов и проявляющиеся как на уровне бессознательных поведенческих реакций, так и на рациональном уровне – при определении личного отношения к государству и праву. Следовательно, обеспечение выбора в конкретной правовой ситуации на основе базовых ценностных установок следует считать ведущей функцией правовой культуры.

### Литература

1. Лапаева В.В. Типы правопонимания: правовая теория и практика. – М.: Российская академия правосудия, 2012. – 580 с.
2. Марченко М.Н. Правовая культура как социологическая категория // Вестник Московского университета. Серия 11. Право. – 2013.- №2. – С. 49.
3. Мекка О.А. Правовая культура студентов: ценностные основы. В сб. XI Всероссийская межвузовская научная конференция «Наука и образование в развитии промышленной, социальной и экономической сфер регионов России» «Регионы России – 2019» В рамках Всероссийских научных «Зворыкинских чтений» 08.02.2019 г. С. 326-328.
4. Нерсесянц В.С. Общая теория права и государства. Учебник. – М.: Норма. Инфра ММОС., 2012. – 584 с.
5. Осипов М.Ю. Правовая культура и механизм ее формирования // Журнал российского права. – 2012. – №1. – С.75.
6. Филимонова И.В., Беденков В.В. Проблема повышения уровня правовой культуры молодежи в России // Современный юрист. 2016. N 2. С. 33 - 51.

Романова Н.В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
nata-rom1974@yandex.ru*

### **Культурная идентичность, как фактор формирования социокультурного пространства: региональный аспект.**

#### Аннотация

В данной статье представлены, проблемы региональной идентичности в социокультурном пространстве, различные подходы к изучению социокультурной идентичности, пример формирования социокультурного пространства.

#### Ключевые слова

Культурная идентичность, региональная идентичность, факторы влияющие на формирование региональной идентичности.

В современном мире достаточно часто стало употребляться понятие «культурной идентичности». При этом трактовок данного понятия на сегодняшний день достаточно много. Это связано с тем, что каждая область гуманитарного знания рассматривает данный феномен по-своему, с позиции конкретной науки. Проблема культурной идентичности всегда была и остается злободневной, поскольку в ней отражается связь человека с культурой. Итак, что же такое идентичность? Идентичность - это свойство психики человека, выражать для него то, как он представляет свою принадлежность к различным группам или общностям. Необходимость идентичности обусловлена прежде всего с активным развитием человека в обществе и его социализации. Для этого нужно принять нормы, ценности, порядки общества, в котором функционирует человек. Поэтому суть культурной идентичности заключается в том, что индивид сам выбирает принадлежности к той или иной культуре, принятие определенных культурных норм и образцов поведения, которые приняты в данном обществе.

В научной литературе нет единого подхода к изучению культурной идентичности. Принято выделять три основных подхода: цивилизационный, личностный и социологический. [1] Цивилизационный подход исследует культурную идентичность цивилизаций как социокультурных исторических субъектов. Особое значение в данном подходе имеет установление культурных признаков общности. Личностный подход рассматривает процесс принятия конкретной личностью культурных норм и образцов, отношение личности к объективным общественным формам сознания. Социологический подход концентрируется на отношениях между личной и групповой идентичностями, обусловленных идеологическими процессами. Все три подхода взаимосвязаны друг с другом и не могут быть четко разделены.

Человек стремится найти свое место в обществе, которое дает ему чувство «малой родины». Приволжский федеральный округ имеет свою культурную идентичность. Он богат различными полезными ископаемыми: нефть, газ, медные руды. Большое количество памятников архитектуры помогает человеку формировать его как личность, обретать определенные ценности, манеры поведения. Известно, что Нижегородская область славится огромным количеством промышленных предприятий. Одним из известных заводов по переработки железной руды является Выксунский Металлургический Завод. На примере династии Баташевых разберем какой вклад в развитие культурной идентичности региона они внесли. В 60-е годы братьями Баташевыми закладываются основы металлургического производства, которые впоследствии приобрели масштабный характер по всей стране и миру. В 1765 году возник Выксунский завод. Недалеко от завода протекала река Выксунь, от которой произошло название села. [2] Выксунские заводы неоднократно переходили из рук в руки от одного собственника к другому, но они оказались неспособны совершенствовать технологии производства, оборот продукции падал. В конце XIX века в Выксе строится система железных дорог, которая связывала заводы с местами добычи железной руды. Позднее Выкса

приобретает статус города, что приводит к ее усовершенствованию и развитию. Мелкие предприятия закрываются, в строй вступают новые, оснащенные современным оборудованием заводы. Все это позволило вывести не только город, но и регион на новый уровень развития промышленности.

Также известно, что Выкса славилась и по сей день славится огромным количеством архитектурных сооружений. Баташевы выстроили, кроме завода, известную усадьбу, плотину, которая признана памятником архитектуры Федерального значения и Рождественскую церковь. В настоящее время усадьба функционирует как музей Братьев Баташевых, где представлен быт и различные экспонаты тех времен. Как и большинство церквей, Рождественская церковь была деревянной, но позже она стала каменной. Церковь возведена в стиле классицизм, о чем свидетельствуют ее строгие формы. Помимо перечисленных культурных объектов, есть огромное количество достопримечательностей, которые внесли большой вклад в развитии культурного потенциала региона.

Важным местом в развитии регионального самосознания является сохранение истории родного края. Исторический опыт, традиции и ценности - основа, на которой должно воспитываться современное общество. В связи с этим востребованной становится деятельность институтов культурного наследия, в том числе музеев. Немало важным аспектом адаптации современного общества и цивилизации являются духовные ценности. Важное значение принимает образование, на которое возложена роль воспитания подрастающего поколения. [3]

Таким образом, человек рождается в определенной культуре. Процесс восприятия и осознания человеком культуры является бесконечным по времени, требующий постоянного обновления и переосмысления.

### Литература

1. Л. В. Мельникова. Проблема культурной идентичности: концептуальные подходы (рус.) // Гуманитарные и социальные науки: журнал. — 2010. — 21 октябрь (№ 5). — С. 226-234.
2. Морохин Н. В. Наши реки, города и сёла. — Нижний Новгород: Книги, 2007. — 429 с.
3. Нешатаева. Культурные ценности, 2013, с. 12.
4. Белая, Е. Н. Теория и практика межкультурной коммуникации / Е.Н. Белая. - М.: Форум, 2011. — 208 с.

Рымарь С.В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
e-mail: svetlavir@mail.ru*

### **Мифологизм – идеологическое оружие глобалистов**

В своей идеологии глобалисты, либералы, оккультисты, масоны разных лож, по сути дела, единогласно, т.е. с теми или другими несущественными оттенками, отрицают как реально существующие нации, так и классическое научное наследие – соответствующие учения о нации в этнологии, философии, антропологии, социологии и истории тех или других народов.

Классическая наука рассматривала нации как объективный, необходимый, закономерный итог в генетическом, историческом движении этноса. Нации и народности образуются независимо от воли человека, существуют реально; и более того, по направлению к настоящему времени их количество на Земле увеличивается.

В силу реального существования наций и национальных государств, образовавшихся объективным историческим путём (а не в виде искусственно конструируемых «плавильных котлов» или «салатниц») глобалистам в своей насильственной глобализации мира приходится по необходимости прибегать к мифическому мышлению, маскируя его выдуманной, условной, конвенциональной терминологией, переименовывая на свой лад то, что давно уже понято и названо в языке и сознании народов, изучено и доказано классической наукой. Известно, что любая наука (особенно изучающая общественные, национальные процессы и закономерности) начинается с того порога, на котором остановилась семантика общеупотребительного языка. В рассматриваемом нами вопросе радикальных противоречий между сознанием народа, его языком и научными понятиями нет. Многовековая практика народа отразила и закрепила в сознании и языке как историю собственного народа и формы его государственности, так и взаимоотношения с другими народами и государствами.

Модернизированный мифологизм становится для глобалистов всех мастей последним оружием против нации и классических научных представлений о ней. Современный мифологизм выступает как своего рода постмодернизм в общественной науке, где реальная жизнь скрыта за условно принятыми терминосистемами, рисующими виртуальные реальности («политические нации», «этактическое понимание нации», «универсальные нации», «универсальная идентичность», «общечеловеческие ценности», «глобальная мораль», «планетарное сознание», «европейская идентичность» и т.п.). На глазах конструируется «российская идентичность» - «россияне», или «руссияне». Разумеется, глобалисты считают свои представления о нациях и их будущем последним словом в науке. Классические же учения, по их мнению, безнадежно устарели.

Русскому и другим народам России, патриотам всех сословий нужно очнуться, воспрянуть, освободиться от презренной апатии, бить тревогу и бороться против начавшейся либералами всех мастей расправы над страной. А пока приходится только удивляться молчанию, покорности русского и других народов России, их интеллигенции, православного духовенства и представителей других конфессий перед грозящей национальной опасностью. Неужели все согласны, предав своё национальное наследие, свою народность, пойти вслед за либералами, глобалистами и масонами и тем самым стать безликой человеческой массой, месивом осколков рас и наций с его низкопробной маскультурой, порнографией, извращённым искусством, заполненным монстрами, вурдалаками и другими порождениями дикой, патологической фантазии, лишённой всего человеческого, национального? И совершенно закономерно, что этот грязный поток примитивной маскультуры и так называемого «искусства» идёт из США, где именно предельно усредненное общее сознание, лишённое генетической национальной почвы, и могло породить такую «культуру» и «искусство».



Рымарь С.В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
e-mail: svetlavir@mail.ru*

### **Национальность и гражданство**

Отношение личности к государству имеет совершенно другую природу по сравнению с национальной принадлежностью личности. Взаимоотношения личности и государства регулируются правами и обязанностями граждан (или подданных), установленными законами. Законы, закреплённые конституцией страны, определяют правовые, юридические отношения людей, могущих принадлежать к разным расам и нациям (формы собственности, трудовые соглашения, суд, армия, права на образование и здравоохранение и др.). Законы исполняются личностью сознательно и контролируются соответствующими органами государства. Человек должен знать свои права и обязанности, утверждённые конституцией и другими законодательными актами. Нарушение законов карается соответствующими органами государства. Известно, что эти законы постоянно изменяются в сторону либо ужесточения, либо ослабления в пределах одного и того же государственного строя. Но они могут решительно измениться с изменением государственного строя (ср. законы нашей страны при социалистическом и ныне капиталистическом строе). Личность обязана подчиняться им и соответственно изменять своё социальное поведение. Но, разумеется, такие изменения в поведении человека не могут поменять его национальную принадлежность – он остаётся русским, украинцем, татаринцом...

Таким образом, при государственном, «этактическом» понимании нации конституция определяет лицо нации и характер личности. Собственно национальные признаки (народность) просто отменяются. Остаются обязанности и права гражданина, записанные в конституции, т.е. государственные интересы. Поскольку же права и обязанности подданных одни и те же, то, следовательно, и национальные черты определены и расписаны конституцией для всех одинаково. Личность упрощается и стандартизируется, как чисто государственный винтик. Собственно неповторимое, оригинальное богатство – народность как множество качеств, признаков, черт народа, образно отражаемых, познаваемых в народном творчестве, литературе, искусстве, изучаемых в различных отраслях науки, ликвидируются таким произвольным, условным определением нации. Получается, что с изменением гражданства человек меняет и свою национальность. А если человек имеет два, а то и три гражданства (а таких представителей найдётся немало), то это значит, что человек в одном лице совмещает две, а то и три национальности? Происходит раздвоение или растрояние личности?

Такое понимание нации выгодно глобалистам, правящему классу капиталистического общества, ТНК, особенно в отношении к России. Как писал американский философ Л. Ларуш, «больше всего олигархи боятся современных национальных государств» [1].

Распад СССР и образование независимых национальных государств соответственно сопровождался во всех республиках СНГ возникновением нового гражданства, принятием конституций. После 70-ти лет советской власти все республики – национальные и автономные – были по составу населения многонациональны. В момент распада Союза процент русских в республиках был весьма велик (ср. Казахстан, Украина, Прибалтика и т.д.). Но ни одна республика не изменила своего исторического, исконного названия и не предложила представителям других наций и народностей называться именем «коренной» или «титольной» нации, - казахом, узбеком, киргизом и т.д. Предложение бывшего президента Латвии В. Вайберги русским ассимилироваться, стать «латышами», разумеется, было русскими отвергнуто. Насильственное присвоение русским местного гражданства в Туркмении происходило трагически. И только в РСФСР VI Съезд Советов депутатов Федерации под давлением Ельцина и его команды бездумно, одним махом, т.е. простым поднятием рук «за», «подарил» в качестве «синонимов» всем 120-ти или 150-ти нациям и народностям Российской

Федерации свои исторические, исконные названия – Россия, российский, россиянин, россияне. Такому «подарку» не рады ни русские, у которых не только отняли их исторические названия, но которые, как государствообразующая нация, не имеет в Федерации своей Русской республики; ни другие нации и народности, которые имеют свои соответствующие исторические наименования. Спросили их? Нуждаются ли они ещё в одном «родовом синониме»?

Учитывая многовековую историю Руси-России, можно утверждать, что в такой стране только равноправие всех наций и народностей, включая и русскую нацию, во всех областях жизни, предполагающее социальную справедливость её граждан, гармонию и единство национального и государственного патриотизма, уважение к культуре (в самом широком смысле этого слова) каждой нации и народности и создание равных условий для её развития – всё это может обеспечить развитие, жизнённость, самостоятельность и могущество страны перед любой внешней и внутренней опасностью.

### **Литература**

1. Ларуш Л. Блеск и нищета новой Римской империи // Завтра, июль 2001 г., № 27.



Смолина Н.В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
smolinanv@bk.ru*

### **Вторичная занятость: факторы включенности**

Обычно выделяется три группы факторов, которые влияют на социально-экономическую адаптацию: социальные, личностные и индивидуально-психологические.

Первым социальным фактором является уровень образования, влияющий на включенность во вторичную занятость.<sup>2</sup>

Материальные ценности являются значимыми в жизни тех, кто успешно адаптировался.

Среди индивидуально-психологических факторов отмечается оптимизм.

Другим фактором считается тип поселения. В мегаполисах наибольшая активность во вторичной занятости, а в селах – наименьшая.

Вторичная занятость неоднозначно влияет на профессиональный уровень. Однако доказано, что вторичная занятость оказывает больше положительную роль, чем отрицательную.<sup>1</sup>

Существование вторичной занятости соответствует изменившимся условиям экономической жизни общества.

Гибкий рынок труда требует разнообразных форм трудоустройства и использования рабочей силы. В результате формируются новые подходы к занятости, выражающиеся в концепции глобальной занятости.

При этом минимальная заработная плата перестает быть точкой отсчета в построении систем вознаграждения и уступает место гарантированному минимальному доходу, который уже не может регулироваться условиями работы по найму.

Именно в рамках концепции глобальной занятости происходит массовая индивидуализация форм, режимов и условий занятости, самой структуры трудового пути человека.

Таким образом, снятие ограничений в трудовой деятельности открыло более широкие возможности самореализации и самовыражения личности. Вторичная занятость стала полем деятельности, где человек находит применение своим талантам. Однако, происходит это под давлением обстоятельств.

Так что же такое вторичная занятость? Вынужденная мера и спасение от бедности? Или улучшение уровня жизни и реализация личных способностей? И что лучше – иметь приемлемый уровень жизни и непрестижную работу или высокий социальный статус, но прозябать в нищете.

### **Литература**

1. Акопов Г.В., Иванова Т.В. Ментальность: провинциальная ментальность современной России (опыт междисциплинарных исследований) // Мир психологии. - 2002. - № 1.

2. Клопов Э.В. Вторичная занятость населения как форма социально-трудовой мобильности // Социологические исследования. 1997. №4.