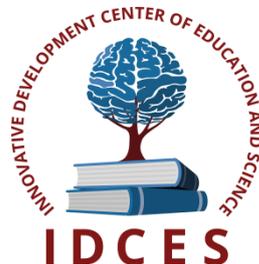


ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**Актуальные проблемы и достижения
в общественных науках**

Выпуск V

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 апреля 2018 г.)**

г. Самара

2018 г.

**Издатель Инновационный центр развития образования и науки
(ИЦРОН), г. Нижний Новгород**

ISSN: 2587-7909

УДК 3(06)

ББК 60я43

Актуальные проблемы и достижения в общественных науках. / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 5. г. Самара, – НН: ИЦРОН, 2018. 17 с.

Редакционная коллегия:

кандидат исторических наук Арефьева Ирина Александровна (с.Краснореченское), кандидат исторических наук, доцент Арчбасова Надежда Анатольевна (г. Волгоград), доктор философских наук, профессор Билогур Влада Евгеньевна (Украина, г. Мелитополь), доктор социологических наук, доцент Бондаренко Галина Ивановна (г. Краснодар), кандидат философских наук Бреслер Михаил Григорьевич (г. Уфа), доктор политических наук, профессор Вартумян Арушан Арушанович (г. Пятигорск), доктор философских наук, доцент Воденко Константин Викторович (г. Ростов-на-Дону), доктор философских наук, профессор Воронкова Валентина Григорьевна (Украина, г. Запорожье), кандидат социологических наук Жегусов Юрий Иннокентьевич (г.Якутск), доктор философских наук, профессор, старший научный сотрудник Зинченко Виктор Викторович (Украина, г. Киев), кандидат философских наук, доцент Канц Наталья Александровна (г.Ставрополь), доктор исторических наук, профессор Малышева Елена Михайловна (г.Майкоп), доктор политических наук, доцент Марков Евгений Алфеевич (г.Череповец), доктор социологических наук, доцент Маслова Татьяна Федоровна (г.Ставрополь), кандидат социологических наук Насыбуллин Алексей Альбертович (г. Казань), кандидат философских наук Осина Оксана Николаевна (г. Саратов), доктор социологических наук, профессор Ростовская Тамара Керимовна (г. Москва), кандидат исторических наук, доцент Соловьянов Николай Иванович (г. Красноярск), доктор исторических наук, член-корреспондент РАН Сопов Александр Валентинович (г.Майкоп), кандидат исторических наук Туфанов Евгений Васильевич (ст. Новомарьевская), доктор исторических наук, профессор Шебзухова Татьяна Александровна (г. Пятигорск).

В сборнике научных трудов по итогам V Международной научно-практической конференции «**Актуальные проблемы и достижения в общественных науках**», г. **Самара** представлены научные статьи, тезисы, сообщения аспирантов, соискателей ученых степеней, научных сотрудников, докторантов, преподавателей ВУЗов, студентов, практикующих специалистов в области общественных наук Российской Федерации, а также коллег из стран ближнего и дальнего зарубежья.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, не подлежащих открытой публикации. Мнение редакционной коллегии может не совпадать с мнением авторов. Материалы размещены в сборнике в авторской правке.

Статьи, принятые к публикации, размещаются в полнотекстовом формате на сайте eLIBRARY.RU.

© ИЦРОН, 2018 г.

© Коллектив авторов

Оглавление

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.00)	5
СЕКЦИЯ №1. ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.02)	5
СЕКЦИЯ №2. ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.03)	5
СЕКЦИЯ №3. АРХЕОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.06)	5
СЕКЦИЯ №4. ИСТОРИОГРАФИЯ, ИСТОЧНИКОВЕДЕНИЕ И МЕТОДЫ ИСТОРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.09)	5
СЕКЦИЯ №5. ИСТОРИЯ НАУКИ И ТЕХНИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.10)	5
СЕКЦИЯ №6. ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.15)	5
ЭТНОГРАФИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.07)	5
СЕКЦИЯ №7. ЭТНОГРАФИЯ, ЭТНОЛОГИЯ И АНТРОПОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.07)	5
ПОЛИТОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.00)	5
СЕКЦИЯ №8. ТЕОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ ПОЛИТИКИ, ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.01)	5
СЕКЦИЯ №9. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.02)	5
РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Кулябцева В.Н., Сидаков А.М., Урчукова С.Р.	6
СЕКЦИЯ №10. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ИДЕОЛОГИИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.03)	8
СЕКЦИЯ №11. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ, ГЛОБАЛЬНОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.04)	8
СЕКЦИЯ №12. ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕГИОНАЛИСТИКА. ЭТНОПОЛИТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.05)	8
СЕКЦИЯ №13. КОНФЛИКТОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.06)	8

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.00)	8
СЕКЦИЯ №14.	
ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.01)	8
СЕКЦИЯ №15.	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.03)	8
СЕКЦИЯ №16.	
СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.04)	8
СЕКЦИЯ №17.	
ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.05)	8
СЕКЦИЯ №18.	
СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.06)	8
СЕКЦИЯ №19.	
СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.08)	8
ФОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ Макеев В.А.	9
ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.00)	12
СЕКЦИЯ №20.	
ОНТОЛОГИЯ И ТЕОРИЯ ПОЗНАНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.01)	12
СЕКЦИЯ №21.	
ИСТОРИЯ ФИЛОСОФИИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.03)	12
СЕКЦИЯ №22.	
ЭСТЕТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.04)	12
СЕКЦИЯ №23.	
ЭТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.05)	12
СЕКЦИЯ №24.	
ЛОГИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.07)	12
СЕКЦИЯ №25.	
ФИЛОСОФИЯ НАУКИ И ТЕХНИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.08)	12
ФИЛОСОФСКИЕ ОСНОВАНИЯ НАУКИ: НАУЧНАЯ КАРТИНА МИРА Карпин В.А.	12
СЕКЦИЯ №26.14	
СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.11)	14
СЕКЦИЯ №27.	
ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ, ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.13)	14
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2018 ГОД	15

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.00)

СЕКЦИЯ №1.

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.02)

СЕКЦИЯ №2.

ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.03)

СЕКЦИЯ №3.

АРХЕОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.06)

СЕКЦИЯ №4.

**ИСТОРИОГРАФИЯ, ИСТОЧНИКОВЕДЕНИЕ
И МЕТОДЫ ИСТОРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.09)**

СЕКЦИЯ №5.

ИСТОРИЯ НАУКИ И ТЕХНИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.10)

СЕКЦИЯ №6.

**ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.15)**

ЭТНОГРАФИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.07)

СЕКЦИЯ №7.

**ЭТНОГРАФИЯ, ЭТНОЛОГИЯ И АНТРОПОЛОГИЯ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 07.00.07)**

ПОЛИТОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.00)

СЕКЦИЯ №8.

**ТЕОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ ПОЛИТИКИ,
ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.01)**

СЕКЦИЯ №9.

**ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.02)**

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Кулябцева В.Н., Сидakov А.М., Урчукова С.Р.

(**Кулябцева В.Н.** - Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск; **Сидakov А.М., Урчукова С.Р.** - Московский институт государственного управления и права, филиал в КЧР, г. Черкесск)

Проблемы формирования и управления политическим имиджем государственной власти и внедрения его в массовое сознание приобретают особо важное значение в условиях развития информационного пространства и происходящих трансформаций государственной системы России.

Имидж, эмоционально окрашенный, обобщенный, обладающий характером стереотипа, образ, какой-либо личности или группы, объекта или явления, искусственно сформированный в массовом и индивидуальном сознании, выступает в роли основного символического посредника между представителями власти и обществом, является важнейшим средством информационно-коммуникационного воздействия на различные социальные группы, с целью формирования определенного политического сознания и побуждения их как к определенным действиям, так и бездействию. Выделяется особый вид имиджа: политический – искусственно создаваемый, устойчивый, социально-психологический образ того или иного субъекта политики, влияющий на поведение личности в политической сфере общества, включающий в себя как общие характеристики, свойственные имиджу вообще, так и особенные признаки, свойственные конкретной разновидности политического имиджа [1.с,208].

Исследователи отмечают, что политический имидж государственной власти включает в себя: имидж политического деятеля, обобщающий совокупность представлений о внешности, личностных и профессиональных качествах, месте в определенной иерархии, убеждениях, образе жизни и стиле политической деятельности, способный формировать в сознании граждан определенное отношение к политике, мотивировать соответствующее политическое поведение, вызывать у населения интерес к социально-политическим и иным происходящим в обществе процессам; имидж правящей политической партии, с программно-идеологическими, деятельностными, лидерскими и внешними составляющими и политический имидж государства, который включает в себя условно-статичные характеристики (природный ресурсный потенциал, геополитические параметры и т.д.); условно-динамичные характеристики (социально-психологические настроения в обществе, показатели экономического развития страны, правовое пространство государства, политико-правовой режим, эффективность властной конструкции); характеристики-константы, т.е. исторические сложившиеся национальные образы-символы, связанные с географическими, историко-культурными и другими особенностями [2.с, 150].

Ю.С. Позднякова считает, что технология конструирования имиджа политического лидера является орудием создания медийной реальности и в соответствии с тем, какой отклик нужно получить от аудитории, выбирается наиболее подходящая модель либо их совокупность. Определенная направленность моделей формирования политического имиджа в прессе формирует систему оценок по отношению к политику вплоть до того, что может их изменить в ту или иную сторону [3.с,84].

Базисными элементами политического имиджа государственной власти являются: во-первых, персональные (индивидуальные), профессиональные, моральные, социальные характеристики политических деятелей государства (лидера государства, лидеров партии и др.); во-вторых, программы, идеология отдельных политических деятелей и правящей политической партии; в – третьих, деятельность и результаты деятельности политиков, правящей политической партии; в- четвертых, условно-динамичные характеристики имиджа государства.

Формирование политического имиджа – это сложный и многоступенчатый процесс, включающий в себя определенные стадии, в числе которых, как формирование имиджа с помощью средств массовой коммуникации, так и его продвижение. В процессе формирования политического имиджа государственной власти определение наиболее эффективных методов, приемов и способов внедрения имиджа в массовое сознание является особо важной задачей при разработке имиджевой стратегии. После того, как выявлен набор необходимых, для каждого конкретного субъекта политики, имиджевых характеристик, возникает задача по поиску оптимальных и эффективных методов внедрения этих характеристик, сформированного образа, в массовое сознание граждан. К основным таким методам (технологиям) относятся:

позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, идентификация, архаизация.

Формирование политического имиджа и внедрение его в массовое и индивидуальное сознание граждан осуществляется в процессе политической коммуникации, с помощью специальных средств информационно-психологического воздействия, таких как политическая реклама, политическая пропаганда и политический PR. Типологическая палитра средств массовой информации России изменилась за последнее десятилетие достаточно основательно. Это объясняется влиянием двух основных факторов: во-первых, переменами в социальной структуре российского общества, во-вторых, новыми технологическими моментами, требующими изменений в типологии прессы не только в России, но и во всем мире. Одним из новых веяний в современной России является создание пресс-служб, служб по связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих организациях, основной функцией которых является: обеспечение граждан и общественных объединений исчерпывающей и объективной информацией о целях, планах, намерениях и программах деятельности органов власти; учет интересов и общественных нужд при формировании программ, целей деятельности органов власти и выборе методов их реализации.

В современных условиях информация является основным ресурсом и инструментом власти. При этом современное государство осуществило переход к таким маркетинговым формам, в основе которых используется клиентоориентированный подход, ориентированный на селекцию, обработку и распространение информации, в соответствии с запросами ее потребителей. Как отмечает А.И. Пирогова, важным элементом в изучении имиджа государства является опора на анализ иррациональных компонентов, входящих в структуру политического имиджа, а именно стереотипов и политических мифов [4.с. 14].

Огромна роль СМИ отмечается в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания в целом. Они привлекают к политическим идеям различные группы лиц, способствуют политической социализации, формируют в массовом сознании имидж власти, побуждают к определенному политическому поведению. Изучение процесса формирования и управления политическим имиджем в условиях интенсивного развития информационно-компьютерных технологий, в частности Интернета, имеет большое научное значение. Важность осмысления роли и переоценки эффективности использования Интернет-СМИ в процессе формирования политического имиджа государственной власти связана с тем фактом, что все большее признание Интернета как средства политической коммуникации приводит к необходимости пересмотра ряда политических технологий, а также средств и методов формирования, поддержания и корректировки политического имиджа государственной власти. Для развития взаимоотношений органов власти и СМИ необходимы: во-первых, информационная открытость власти, которая будет способствовать совместному решению поставленных задач; компетентность и профессионализм журналистов; независимость СМИ; минимизация оценочных суждений журналистов, приемлемых в аналитических статьях, но не в подаче информационного материала, предоставляемого органами государственной власти.

В заключении следует отметить, что по сравнению с традиционными средствами массовой информации взаимодействие в Интернет-СМИ обретает качественно новые возможности и приобретает двухстороннюю направленность, оперативность, становится более интересным, развернутым, интерактивным. Это приводит к эволюции некоторых стадий процесса формирования политического имиджа, изменяются и технологии формирования, поддержания, корректировки и внедрения политического имиджа государственной власти в массовое сознание.

Список литературы

1. Асрян Т.Ю. Средства массовой информации как информационно-коммуникационные составляющие политического имиджа государственной власти Материалы Международной научно-практической конференции: НАУЧНАЯ ДИСКУССИЯ: вопросы юриспруденции, филологии, социологии, политологии, философии, педагогики, психологии, истории, математики, медицины, искусства и архитектуры. Издательский дом «Научное обозрение». Изд-во: ООО «Буки Веди».М., 2013.- С. 207-215.
2. Мельникова Т.С. Политический имидж государственной власти как социально-психологический феномен массового сознания // Вестник СГСЭУ. 2010. № 4(33). С.149-151.

3. Позднякова Ю. С. Технологии конструирования имиджа политических лидеров в современных печатных СМИ // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2011. №6. С.81-84.
4. Пирогова Л. И. Имидж власти как отражение политической культуры российского общества: Автореф. дис. ... канд. полит наук. -М., 2005.21с.

**СЕКЦИЯ №10.
ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ИДЕОЛОГИИ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.03)**

**СЕКЦИЯ №11.
ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ,
ГЛОБАЛЬНОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.04)**

**СЕКЦИЯ №12.
ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕГИОНАЛИСТИКА. ЭТНОПОЛИТИКА
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.05)**

**СЕКЦИЯ №13.
КОНФЛИКТОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 23.00.06)**

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.00)

**СЕКЦИЯ №14.
ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИИ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.01)**

**СЕКЦИЯ №15.
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.03)**

**СЕКЦИЯ №16.
СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.04)**

**СЕКЦИЯ №17.
ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.05)**

**СЕКЦИЯ №18.
СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.06)**

**СЕКЦИЯ №19.
СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 22.00.08)**

ФОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Макеев В.А.

Кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой гуманитарных дисциплин филиала Воронежского государственного технического университета в г. Борисоглебске

Современная организация существует на принципе систематизированного коллективного действия людей, преследующих достижение определенных целей. Такими организациями являются частные и государственные экономические предприятия, различные учреждения, общественные организации, фонды и т.д.

Основу любой организации, занятой производством товаров или услуг, составляют люди, выполняющие работу по производству этих продуктов и предоставлению услуг. Они образуют трудовой коллектив организации, ее производственное ядро. Трудовой коллектив - это работники, объединенные общей целью деятельности предприятия и выполняющие соответствующие виды трудовой деятельности. Трудовой коллектив обычно неоднороден. Работники, входящие в коллектив, обладают разными профессиями, специальностями и квалификацией. И основная проблема состоит в том, чтобы добиться согласованного коллективного поведения персонала организации.

Первые представители теории управления полагали, что добиться такого согласованного коллективного поведения можно с помощью рационально-научной организации труда. Основоположителем такого подхода был Ф. Тейлор. Принципами этого направления были «координация», «интеграция» и «контроль». Ф. Тейлор и его последователи считали, что нужно разбить совместный труд на максимально рациональные операции, найти оптимальные способы их совершения, а также осуществить четкое взаимодействие между управляющими и рабочими. По сути это был инженерный подход: организация должна была заработать как единая согласованная машина.

На практике такой подход наиболее эффективно реализовался в «фордизме». В нем совместная коллективная деятельность разбивалась на отдельные конвейерные операции, работники были своего рода придатками монотонно движущегося механизма. Хотя эта картина организации коллективной трудовой деятельности выглядит бесчеловечно, нужно отметить, что это было реальное решение проблемы коллективного и согласованного поведения в организации. [см. 4, стр.365]

В социологии управления аналог тейлоризму разработал известный немецкий социолог М. Вебер в своей теории бюрократического построения организации. По Веберу, бюрократическое управление означает согласованное коллективное управление посредством знания. Оно предполагает четкое разделение труда на базе функциональной специализации, точную иерархическую систему распределения власти и подчинения, систему правил и норм, определяющих права и обязанности работников, прием и продвижение в организации на основе компетентности и потребностей организации.

Возникновение бюрократии в обществе с развивающейся крупной фабричной экономической системой, усложнением структуры организованных групп было, в принципе, явлением прогрессивным. Но в бюрократической организации, несомненно, проявлялись те же черты, что и в системе Тейлора. Поэтому справедливо отмечается: «Если Тейлор пытался найти ответ на вопрос, как сделать так, чтобы рабочий работал как машина, то Вебер искал ответ на вопрос, что нужно сделать, чтобы вся организация работала как единая машина. Ответ на данный вопрос Вебер видел в разработке правил и процедур поведения в любой ситуации и прав и обязанностей каждого работника.

Процедуры и правила определяли все основные виды деятельности, они определяли карьеру работников и конкретные решения, а также деятельность руководства. Вебер считал, что бюрократическая система должна обеспечить скорость, точность, порядок, определенность, непрерывность и предсказуемость». [см. 1, стр. 385]

В более поздних теориях организации второй половины XX в. хозяйственные организации рассматривались уже не как машины, а как сложные социальные системы, внутри которых выделялись различные формальные и неформальные социальные группы.

При исследовании социальных отношений и коммуникаций в организации обнаруживается, что реально отдельные работники осуществляют контакты с сослуживцами в рамках относительно небольшой и неизменной по составу группы коллег. Такая немногочисленная группа (не более 12-15 человек) составляет настоящую социальную группу. Они общаются между собой не просто как сотрудники, а как полноценные

личности со своими надеждами и притязаниями, склонностями и неприятностями, семейными и социальными проблемами и т. д. Между членами этих небольших, построенных на межличностных отношениях, социальных групп часто складываются отношения дружбы, которые выходят за пределы организации. Члены группы отождествляют себя со своей группой, так что они разделяют нормы и ценности, принятые в группе, как свои собственные.

Согласованное коллективное поведение рабочей группы или команды достигается благодаря следующим факторам:

- каждый участник команды во всей полноте осознает цель и задачи групповой работы;
- в формировании и уточнении цели и плана работ участвует вся команда;
- ответственность за результаты работы носит коллективный, а не индивидуальный характер;
- участник команды должен совершенствовать свою квалификацию, чтобы обладать многообразными трудовыми навыками, поскольку он должен быть способен помочь нуждающемуся в этом члену команды или заменить его;
- подбор участников командного коллектива осуществляется с учетом психологической совместимости;
- управление командой осуществляется коллективно, за лидером-руководителем закрепляются в основном функции координации и представления её интересов во внешней сфере.

Существует важная проблема, связанная с функционированием команды, это давление, оказываемое ей на отдельных участников. Люди порой боятся высказывать мнения, расходящиеся с мнением большинства. Однако эти мнения часто бывают принципиально важными для прогресса команды. Поэтому важно, чтобы в команде была свобода критики, чтобы на критику никто не обижался, если она дается в деловой и тактичной форме.

Но основная проблема, связанная с коллективным поведением в организации состоит в том, что размеры таких сплоченных команд невелики. В реальных крупных организациях, например, производственных компаниях, крупных торговых организациях, медицинских центрах и т.п. работают сотни и даже тысячи людей. Естественно все они не могут составлять одну сплоченную рабочую команду.

В социальной психологии в этом плане выявлено, что очень часто сплоченная рабочая группа начинает противопоставлять себя всему коллективу. В команде вырабатывается взгляд на других сотрудников как на людей, которые чем-то хуже, что они работают не так, как следовало бы. Возникают напряженные отношения между различными подразделениями, причем нередко между группами, которые призваны работать в тесном контакте друг с другом.

Сложности в организации согласованного, «кооперативного» поведения членов больших организаций нашли отражение в современных теориях коллективного поведения. Прежде всего, обращается внимание на сплочение групп в коллективе и эффективность его работы.

Под сплоченностью группы понимают степень удовлетворения её членов совместной работой и привлекательности перспективы её продолжения.

Сплоченность групп определяют следующие факторы:

- время, проведенное вместе;
- трудность вступления в группу;
- размер группы;
- её состав;
- внешние условия;
- прежние успехи или неудачи.

Известно, что *чем больше времени люди проводят вместе, тем более сплоченными они становятся*: расширяется возможность для установления дружеских контактов, растет взаимопонимание, выявляются общие интересы и потребности. Возможность для членов группы вместе проводить время зависит от многих обстоятельств (характера выполняемой работы, взаимосвязи решаемых ими задач, от расположения их рабочих мест и т.п.).

Трудность вступления в группу также влияет на сплоченность её членов. Чем труднее вступить в группу, тем, как правило, более сплоченными становятся её члены.

Размер группы. По мере увеличения количества членов в группе возможность взаимодействия друг с другом уменьшается.

Состав группы. Считается, что сплоченность женщин в группах, как правило, выше сплоченности мужчин. Объясняется это тем, что женщины обычно меньше склонны конкурировать друг с другом, у них более развита потребность в групповом принятии решений и сотрудничестве друг с другом.

Внешние факторы. Исследования социологов показывает, что под угрозой неблагоприятных внешних факторов сплоченность людей в группах обычно увеличивается. Особенно часто это происходит, когда группа оказывает поддержку, обеспечивает ощущение безопасности и помогает преодолевать трудности.

Прежние успехи или неудачи, достигнутые группой, также будут влиять на сплоченность её членов.

Зависимость между сплоченностью группы и производительностью её членов будет определяться также тем, насколько нормы поведения, принятые в группе, нацелены на достижение высоких результатов её работы.

Например, если неформальные нормы и правила, сложившиеся в коллективе допускают нерациональное использование рабочего времени, брак в работе, присвоение коллективной собственности в личных целях и если при этом такие нормы устраивают большинство членов коллектива, то усиление сплоченности членов подобной группы вряд ли будет сопровождаться повышением эффективности работы. Таким образом, руководители должны позаботиться не только о сплоченности групп, но и о выработке таких норм поведения, которые в максимальной степени способствовали бы обеспечению их эффективной работы. [см. 2, стр. 166-167]

Логика коллективного поведения в больших группах иная. В больших организациях индивиды, движимые собственными интересами, могут рационально предполагать, что они получают общее благо и выиграют от достижения общей цели независимо от того, будут ли они действовать для достижения этой цели или нет. Это так называемая «проблема безбилетника». Проще говоря, человек может увильнуть от исполнения необходимых функций, работать недостаточно интенсивно и т.п., считая, что организация в целом добьется успеха и без него, а он сам в результате все равно получит свою часть общего блага

Также в современной теории коллективных действий вводится понятие «оппортунистическое поведение». По сути это различные варианты поведения «безбилетника». Оппортунистическим считается поведение членов организации, уклоняющееся от условий контракта. Сюда относят различные случаи обмана, бездельничанья на работе, использования ресурсов организации в собственных целях и т. д. Различают две основные формы оппортунистического поведения. Первая возникает потому, что получение действительной информации о поведении тех или иных сотрудников больших организаций требует больших издержек или вообще невозможно. Самая распространенная разновидность оппортунистического поведения такого рода – «отлынивание», когда сотрудник работает с меньшей отдачей, чем от него требуется по договору. Действительно, очень трудно выделить личный вклад каждого работника в совокупный итог деятельности коллектива завода или правительственного учреждения. Поэтому сами работники точно знают, сколько ими вложено труда, а руководители знают это лишь приблизительно. В результате работник может работать неэффективно, но получать и причитающийся ему за рабочее время оклад, и различные премии.

Вторая форма оппортунистического поведения – «вымогательство». Это происходит тогда, когда отдельные работники или небольшие группы длительное время работают в тесной кооперации с подразделениями, выполняющими важные производственные функции. В результате эти работники или группы становятся незаменимыми, «уникальными» для организации в целом. Это значит, что если они решат покинуть организацию, то остальные участники организации не смогут найти им равной замены на рынке труда и в результате понесут значительные потери. Поэтому у таких «незаменимых» работников возникает возможность для шантажа в форме угрозы выхода из организации. Даже когда такое «вымогательство» остается только возможностью, оно оказывается, сопряжено с реальными потерями. Таким работникам нужно предоставлять различные льготы, постоянно повышать зарплаты, заключать долгосрочные контракты и т.п. А это может плохо действовать на общий моральный климат в коллективе и негативно отражаться на согласованном коллективном поведении в организации.

Преодоление «оппортунистического», т.е. фактически эгоистического поведения в организации представляет сложную и реальную проблему. Представляется, что ее решение возможно в основном двумя путями. Первый – это разработка и внедрение в организациях продуманных систем мотивации персонала. Причем эти системы должны мотивировать работников как на индивидуальном, так и на групповом, корпоративном уровне. Второе направление – это развитие и внедрение общей корпоративной культуры. Ныне существует много концепций создания корпоративной культуры, которые, по сути, являются методами социализации работников организации, повышающими их готовность к сотрудничеству друг с другом и вызывающим чувство коллективной идентичности. Реально такая идентичность способна значительно преодолеть несогласованность интересов различных сплоченных команд организации, а также снизить

уровень оппортунистического поведения в организации. В результате появляется сильный трудовой коллектив, что в значительной степени влияет на качество работы, сохранение нормального психологического климата и удовлетворенность работой.

Список литературы

1. Вебер М. История хозяйства. Город. М., 2001.
2. Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломанидина Т.О. Организационное поведение. М., 2008.
3. Макеев В. А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации. М., УРСС, 2011.
4. Тимошина Т.М. Экономическая история зарубежных стран. М., 2000.

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.00)

СЕКЦИЯ №20.

ОНТОЛОГИЯ И ТЕОРИЯ ПОЗНАНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.01)

СЕКЦИЯ №21.

ИСТОРИЯ ФИЛОСОФИИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.03)

СЕКЦИЯ №22.

ЭСТЕТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.04)

СЕКЦИЯ №23.

ЭТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.05)

СЕКЦИЯ №24.

ЛОГИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.07)

СЕКЦИЯ №25.

ФИЛОСОФИЯ НАУКИ И ТЕХНИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.08)

ФИЛОСОФСКИЕ ОСНОВАНИЯ НАУКИ: НАУЧНАЯ КАРТИНА МИРА

Карпин В.А.

Сургутский государственный университет, г. Сургут

Аннотация

Фундаментальным основанием любого научного исследования является общенаучная картина мира, которая является важнейшей составляющей философских оснований науки. Затем необходимо провести анализ принципов своей дисциплинарной онтологии, которые, в свою очередь, выступают основанием научных теорий соответствующей дисциплины, и только после этого можно приступать к конкретному научному исследованию. Вне научной картины мира полученный научный факт не может иметь рационального объяснения.

Ключевые слова: философские основания науки, научная картина мира.

Научная картина мира – это целостный образ науки, формируемый посредством ее фундаментальных принципов; особый тип теоретического знания. Ее можно рассматривать в качестве базовой теоретической модели исследуемой реальности, в отличие от частных моделей, лежащих в основании конкретных теорий. Будучи отличными от картины мира, теоретические схемы, составляющие ядро теории, всегда связаны с

ней. Установление этой связи является обязательным условием построения теории. Вне научной картины мира теория не может быть построена в завершённой форме [4].

В научную картину мира не входят частные знания о различных свойствах конкретных явлений, о деталях самого познавательного процесса. Она не является совокупностью всех знаний человека об объективном мире, а представляет собой целостную систему представлений об общих закономерностях реальной действительности, выступая как специфическая форма систематизации научного знания.

Научная картина мира основывается на принципах, выражающих общие закономерности процесса познания. Это целостная система представлений об общих свойствах и закономерностях действительности, построенная в результате обобщения и синтеза фундаментальных научных принципов.

Научная картина мира – фундаментальное основание науки. Это широкая панорама знаний о природе, включающая в себя наиболее важные теории, гипотезы и факты, претендующая на то, чтобы быть ядром мировоззрения. Она включает систему научных обобщений, возвышающихся над конкретными проблемами отдельных дисциплин, и предстает как обобщающий этап интеграции научных достижений в единую, непротиворечивую систему. В целостной научной картине мира должны быть объединены данные наук о неживой природе, органическом мире, человеческом обществе и общественных отношениях.

Научная картина мира выделяет из бесконечного многообразия реального мира те его сущностные связи, познание которых составляет основную цель науки на том или ином этапе ее исторического развития. При описании картины мира эти связи фиксируются в виде системы научных принципов, на которые опирается исследование и которые позволяют ему активно конструировать конкретные теоретические модели, объяснять и предсказывать эмпирические факты [3].

Научная картина мира может быть рассмотрена как форма теоретического знания, посредством которой интегрируются и систематизируются конкретные знания, полученные в различных областях научного поиска. Понятие «научная картина мира» расщепляется на ряд взаимосвязанных понятий, каждое из которых обозначает особый тип научной картины мира как особый уровень систематизации научных знаний. Это понятия общенаучной, естественнонаучной, социальной, и, наконец, локальной (специальной) научной картины мира [3].

Общенаучная картина мира формирует предварительное видение исследуемого объекта, участвуя в постановке проблем, определяя исходную стратегию научного исследования.

Научная картина мира в структуре современного мировоззрения занимает доминирующее положение. Наука направлена на изучение объективных законов развития универсума, поэтому научная картина мира как широкая панорама знаний о природе и человечестве, включающая в себя наиболее важные теории, гипотезы и факты, по сути является ядром научного мировоззрения [1].

Научная картина мира рассматривается в философии науки как важнейшая часть оснований науки, как его онтологическая составляющая. Она исследует связь научных теорий с реальным бытием, их соответствие этому бытию. Естественнонаучная картина мира – общая система знаний о природе. Но не всякая система знаний представляет собой картину природы. Для этого необходимо, чтобы: 1) эта система отображала наиболее фундаментальные свойства и закономерности природы; 2) все эти свойства должны рассматриваться в рамках единой, целостной картины, т.е. никакой отдельный, хоть и фундаментальный закон естествознания не составляет еще картины природы [1].

Функции научной картины мира [1, 2, 4]:

1. Научная картина мира является не просто набором фрагментов различных научных дисциплин. Ее назначение состоит в обеспечении синтеза знаний. Отсюда вытекает *интегративная функция* научной картины мира, которая призвана обеспечить системность научного мировоззрения.

2. Научная картина не просто описывает мироздание, воспроизводя его основные закономерности, а задает систему установок и принципов освоения универсума, влияет на формирование методологических норм научного исследования – это ее *нормативная функция*.

3. Научная картина мира опирается на совокупный потенциал науки конкретной эпохи, поэтому необходимо учитывать ее *историчность*, подчеркивающую пределы знаний, которыми располагает человечество в конкретно-исторический период своего развития.

4. Научная картина мира не только систематизирует научные знания, а также выступает в качестве *глобальной исследовательской программы*, определяющей стратегию научного познания.

Наука, в отличие от философии, изучающей мир в целом, изучает окружающий материальный мир. Этот мир можно принципиально разделить на 3 сферы: 1) физический мир – мир неорганической природы;

2) биологический мир – мир живых объектов; 3) социальный мир – мир человеческих сообществ. Их и объединяет общенаучная картина мира.

Мир един, это мы разделили его на различные науки. А если мир един, значит, должны быть общие законы и принципы его бытия. Общенаучная картина мира формирует систему наиболее фундаментальных принципов, свойственных всем без исключения предметам, процессам и явлениям окружающего мира, т.е. всем наукам. Научное исследование любого объекта окружающего мира должно начинаться с установления этих общенаучных фундаментальных принципов.

Специальные научные картины мира (дисциплинарные онтологии) изучают не весь окружающий мир, а предметную область своих наук. Их представления описываются в системе своих онтологических принципов, которые, в свою очередь, выступают основанием научных теорий соответствующей дисциплины.

Таким образом, прежде чем приступить к изучению конкретного предмета исследования или созданию научной теории, необходимо сначала познать систему фундаментальных общенаучных принципов, а затем систему своих дисциплинарных онтологических принципов.

Список литературы

1. Кохановский В.П., Лешкевич Т.Г., Матяш Т.П., Фахти Т.Б. Научная картина мира, ее исторические формы и функции // Основы философии науки. Ростов н/Д: Феникс, 2006. С. 231-241.
2. Рузавин Г.И. Научная картина мира // Философия науки. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 138-151.
3. Степин В.С. Основания науки // Теоретическое знание. М.: Прогресс-Традиция, 2000. С. 185-292.
4. Степин В. С. Научная картина мира // Новая философская энциклопедия / Под ред. В. С. Степина. В 4-х т. М.: Мысль, 2001. Т. 3. С. 32-34.

СЕКЦИЯ №26.

СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.11)

СЕКЦИЯ №27.

ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ, ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 09.00.13)

ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2018 ГОД

Январь 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы общественных наук в современных условиях развития страны»**, г. Санкт-Петербург

Прием статей для публикации: до 1 января 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 февраля 2018г.

Февраль 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Актуальные проблемы общественных наук в России и за рубежом»**, г. Новосибирск

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2018г.

Март 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы современных общественных наук»**, г. Екатеринбург

Прием статей для публикации: до 1 марта 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2018г.

Апрель 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Актуальные проблемы и достижения в общественных науках»**, г. Самара

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2018г.

Май 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы и перспективы развития общественных наук»**, г. Омск

Прием статей для публикации: до 1 мая 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июня 2018г.

Июнь 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Современные проблемы общественных наук в мире»**, г. Казань

Прием статей для публикации: до 1 июня 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июля 2018г.

Июль 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«О вопросах и проблемах современных общественных наук»**, г. Челябинск

Прием статей для публикации: до 1 июля 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 августа 2018г.

Август 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Новые тенденции развития общественных наук», г. Ростов-на-Дону**

Прием статей для публикации: до 1 августа 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 сентября 2018г.

Сентябрь 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Общественные науки в современном мире», г. Уфа**

Прием статей для публикации: до 1 сентября 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 октября 2018г.

Октябрь 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Основные проблемы общественных наук», г. Волгоград**

Прием статей для публикации: до 1 октября 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 ноября 2018г.

Ноябрь 2018г.

V Международная научно-практическая конференция **«Общественные науки: вопросы и тенденции развития», г. Красноярск**

Прием статей для публикации: до 1 ноября 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 декабря 2018г.

Декабрь 2018г.

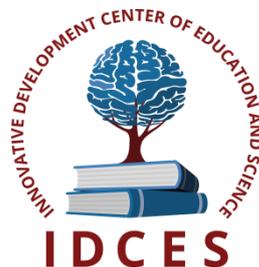
V Международная научно-практическая конференция **«Перспективы развития современных общественных наук», г. Воронеж**

Прием статей для публикации: до 1 декабря 2018г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 января 2019г.

С более подробной информацией о международных научно-практических конференциях можно ознакомиться на официальном сайте Инновационного центра развития образования и науки www.izron.ru (раздел «Общественные науки»).

ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**Актуальные проблемы и достижения
в общественных науках**

Выпуск V

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 апреля 2018 г.)**

г. Самара

2018 г.

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка авторская

Издатель Инновационный центр развития образования и науки (ИЦРОН),
603086, г. Нижний Новгород, ул. Мурашкинская, д. 7.

Подписано в печать 10.04.2018.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 1,5.
Тираж 250 экз. Заказ № 046.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58.