

**Секция 43**  
**«Формирование информационного  
пространства региона»**

## Содержание:

Волкова Т.В., Селищев Д.Н. ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УНИВЕРСИТЕТА НА САЙТЕ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ.....	3504
Зацепина И.А. КОНЦЕПЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ И В РОССИИ .....	3508
Калиева О.М. ВОПРОСЫ МАРКЕТИНГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ.....	3513
Кудашова Ю.В. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА ПРОЦЕССА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ.....	3517
Невечеря О.В. ОСВЕЩЕНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА.....	3521
Пузикова В.С. ФИЛОСОФИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ.....	3527
Пшинокова И.В. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО В ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ «МАТЕМАТИКА».....	3533
Саблина Т.А. СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ.....	3537
Стрельникова Е.А. ИНТЕРАКТИВНОСТЬ НА РАДИО УМИРАЕТ И РОЖДАЕТСЯ ЗАНОВО.....	3540

# **ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УНИВЕРСИТЕТА НА САЙТЕ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ**

**Волкова Т.В., Селищев Д.Н.  
Оренбургский государственный университет**

Сайт Оренбургского государственного университета [www.osu.ru](http://www.osu.ru) – один из крупнейших сайтов в регионе. За более чем 10-летнее время работы сайт заслужил внимание широкой аудитории. В настоящее время это около 4500 ежедневных посетителей. Информация с сайта цитируется на новостных региональных порталах [open.ru](http://open.ru), [orenopen.ru](http://orenopen.ru).

Традиционно, посетителей сайта [www.osu.ru](http://www.osu.ru) привлекает наиболее актуальная и своевременно обновляемая информация. Сведения на сайт поступают из различных источников, наиболее значимым среди них является интегрированная база данных информационно-аналитической системы Оренбургского государственного университета (ИАС ОГУ). Такой источник позволяет в автоматическом режиме формировать и отображать на сайте актуальную информацию обо всех видах деятельности университета.

ИАС ОГУ относится к классу интегрированных автоматизированных информационных систем. В интегрированной базе данных системы накоплен значительный объем информации об организационно-кадровой структуре университета, штатном расписании подразделений, всех направлениях, специальностях и специализациях, по которым осуществляется обучение. Ведутся полные данные о контингенте абитуриентов, студентов, аспирантов, работников университета, фрагменты учебных планов всех потоков, сведения о модульной и семестровой успеваемости, приказы по университету, данные, связанные с научной, маркетинговой, финансово-хозяйственной деятельностью, и многое другое.

Основная часть информационных ресурсов ИАС ОГУ – это служебные данные, доступ к различным частям которых имеют разные сотрудники более 100 подразделений университета. Право работать с этими данными они получают в соответствии со своими должностными обязанностями, подтвержденными соответствующими документами.

Но, кроме служебной информации, требующей обеспечения конфиденциальности данных, в интегрированной базе данных ИАС ОГУ находится большой объем данных, отражающих общедоступные сведения об университете, представляющие интерес для широкого круга лиц. Общедоступной информацией являются организационная структура ОГУ, сведения о подразделениях университета, их местоположении, руководителях, контактных данных. Интересны сведения о направлениях, специальностях и специализациях, на которых возможно обучение в ОГУ, закрепление их за учебными подразделениями - институтами, факультетами и кафедрами. Все эти

данные поддерживаются в актуальном состоянии сотрудниками различных отделов и служб университета посредством ряда программных систем ИАС ОГУ.

Для того чтобы интегрированная, общедоступная информация ИАС ОГУ могла динамически отображаться на сайте университета, разработан ряд программных систем.

Просмотр организационной структуры университета возможен на ряде страниц сайта (раздел сайта «Подразделения»). Представление информации реализовано различными способами: в виде древовидной, последовательно раскрывающейся структуры; в виде данных, упорядоченных по факультетам, кафедрам. При этом таким уровням иерархии структуры учебных подразделений как деканаты и кафедры соответствует информация о руководителях подразделений, номера аудиторий и телефонов.

Программная система «Телефонный справочник» (раздел сайта «Информационные системы») позволяет реализовать поиск данных о телефонах структурных подразделений университета и их руководителях. Структура и дизайн страницы данного раздела сайта дает возможность искать информацию по типам и названиям подразделений, фамилиям и названиям должностей сотрудников. За актуализацию данных телефонного справочника в интегрированной базе данных ИАС ОГУ отвечают сотрудники отдела связи и сигнализации службы главного инженера ОГУ.

Важным событием для университета стала реализация представления на сайте учебного расписания и расписания экзаменационных сессий аэрокосмического института и факультетов (раздел сайта «Информационные системы»). Это стало возможным благодаря организации ведения в интегрированной базе данных ИАС ОГУ информации элементов учебных планов всех потоков вуза. Большой популярностью у посетителей сайта пользуется поиск данных расписаний по учебным группам, преподавателям, аудиториям. Удобно ориентироваться по представленным сведениям позволяет дизайн страницы. Реализована функция печати найденного расписания. Актуальность данных расписания поддерживаются сотрудниками ряда подразделений университета, в общей сложности их более 25.

Большой популярностью у посетителей сайта пользуется еще одна информационно-поисковая система, реализованная на основе базы данных ИАС ОГУ. Это поиск обучающихся студентов и работающих преподавателей университета (раздел сайта «Информационные системы»).

Много полезных и интересных для себя сведений находят на сайте [www.osu.ru](http://www.osu.ru) потенциальные абитуриенты университета (раздел сайта «Абитуриенту»). Среди прочего в этом разделе представлены следующие программные системы ИАС ОГУ.

1. Информационно-поисковая система «Обучение в сокращенные сроки», позволяющая выпускникам колледжей, техникумов, лицеев и профессиональных училищ найти информацию о соответствии специальностей среднего профессионального образования специальностям высшего

профессионального образования, по которым возможно продолжить обучение в Оренбургском государственном университете. Ведение этих данных в интегрированной базе данных ИАС ОГУ поддерживают сотрудники отдела по работе с филиалами и колледжами учебно-методического управления ОГУ.

2. Программная система, позволяющая просматривать ход подачи заявлений абитуриентами в ходе приемной кампании вуза, ранжированные списки абитуриентов различных специальностей. Данные списков формируются на основе сведений, заносимых в интегрированную базу данных ИАС ОГУ при обработке сотрудниками приемных комиссий аэрокосмического института и 15 факультетов университета документов абитуриентов.

Значимость раздела «Абитуриенту» возрастает с каждым годом. По результатам опроса, проводимого в ноябре 2008 г. на форуме «ОГУ – твой выбор, Абитуриент – 2009», более 50% школьников основным источником информации при выборе учебного заведения назвали сеть Интернет. В нашем регионе официальный сайт ОГУ представляет интересы университета и занимает лидирующие позиции в сфере интернет-представления высших учебных заведений. Необходимо отметить, что в предыдущие годы предпочтение отдавалось информации, полученной от друзей и знакомых.

Немаловажным ресурсом, формирующим образ университета, является сайт научной библиотеки (<http://artlib.osu.ru>). В рамках этого сайта также реализован ряд программных систем, разработанных на основе интегрированной базы данных ИАС ОГУ. Это электронный каталог изданий (раздел сайта «Электронный каталог»), обеспечивающий ведение и поиск данных обо всех единицах хранения библиотеки. Это программная система «Книгообеспеченность учебного процесса» (раздел сайта «Комплектование фонда»). На актуальность предоставляемых сведений влияют определенные виды работ по добавлению и обновлению данных в интегрированной базе данных ИАС ОГУ, производимые сотрудниками более чем двадцати подразделений университета.

На сайте ОГУ отражена и управленческая деятельность университета. Целый комплекс программных систем ИАС ОГУ позволяет в открытом доступе просматривать постоянно обновляющийся отчет о выполняемости приказов ректора руководителями всех подразделений высшего учебного заведения.

Большая часть посетителей сайта – это студенты и выпускники оренбургских вузов, причем не только ОГУ. Благодаря программной системе ИАС ОГУ «Менеджер трудоустройства», на сайте отображается актуальная информация о вакансиях, предоставленных от предприятий области в отдел содействия трудоустройству и маркетинга образовательных услуг университета, а также о резюме, принятых от посетителей сайта. В настоящее время обсуждается перспектива развития данной программной системы. Предполагается реализовать возможность экспорта в базу данных ИАС ОГУ информации от Межрегионального координационно-аналитического центра по проблемам трудоустройства и адаптации к рынку труда выпускников учреждений профессионального образования МГТУ им. Н.Э. Баумана.

Разработанные для сайта программные системы ИАС ОГУ функционируют на веб-сервере под управлением операционной системы Sun Solaris 5.9. Для работы программных модулей систем требуется система управления базами данных Oracle 9g, сервис Apache (2.0), интерпретатор языка PHP (5.2.1). Для корректной работы клиентских приложений необходима программа-обозреватель веб-страниц, удовлетворяющая следующим требованиям: поддержка стандартов HTML 4.0, и рекомендуется поддержка JavaScript.

В завершение хочется ещё раз подчеркнуть, что ежедневное использование интегрированной автоматизированной информационной системы позволяет накапливать определенный объем сведений, являющихся обобщенным отражением деятельности высшего учебного заведения. Инструментальные средства современных информационных технологий дают возможность перенести это отражение на сайт, который можно отнести к электронному средству массовой информации, формирующему представление о вузе в регионе, и, благодаря сети Интернет, во всем мире.

# КОНЦЕПЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ И В РОССИИ

Зацепина И.А.

Оренбургский государственный университет

В настоящее время задача развития СМИ в качестве организатора общественного диалога в России является крайне актуальной. На современном рынке масс-медиа всё шире практикуется использование средств массовой информации, с одной стороны, в качестве бюрократического давления государственных организаций на общество; с другой, как механизм реализации частного интереса коммерческих структур. Системное понимание оптимизации сложившейся ситуации в России находится в стадии разработки. По мнению автора, оптимальным решением данной проблемы может стать организация общественных СМИ, в первую очередь, регионального радиовещания, на основе существующих моделей в США и странах Европы, а также практического опыта работы социально ориентированных СМИ в России.

Проведя анализ содержательных аспектов функционирования общественного радиовещания за рубежом; классифицируя основные типы радиостанций нашей страны; рассмотрев способы их финансирования, построения программной политики, структурные принципы и условия осуществления практической деятельности в общественной сфере; проанализировав политические, правовые и социальные предпосылки возможности создания модели публично-правового вещания в России, автором были выявлены условия организации регионального общественного радио и перспективы его эволюции в условиях глобализации, развития Интернет и новых телекоммуникационных технологий.

Моделью общественного информирования и массовой коммуникации за рубежом являются публично-правовые СМИ, в основе которых лежит идея служения обществу. Этот тип отличается от других следующими параметрами:

- особой законодательной базой;
- специфическими принципами финансирования;
- специфическим программным наполнением;
- наличием специальных органов управления и контроля.

Рассмотрев основные параметры общественного вещания в странах Европы и Америке, мы пришли к следующим выводам:

- В области правового обеспечения вещания основная задача законодателей состоит в конкретизации и дифференциации регулирования. Как показывает мировая практика, вещание, особенно коммерческое, может регулироваться только в очень ограниченных пределах. Понимание этого особенно важно для рынка аудиовизуальной коммуникации, который в

ближайшем будущем станет еще более раздробленным, разделенным на сегменты.

- Для определения тех областей, в которых необходима разработка критериев государственного регулирования, требуется индивидуальное рассмотрение и прогнозирование каждой ситуации.

- Регулирование отдельных программ допустимо только в рамках конституционного поля и лишь в случаях, когда под угрозой находятся объекты, защищенные общими законами, такие как: защита чести, защита от ограничений на торговлю, защита детей и молодежи и т.д.

Законодательная база общественного вещания в большинстве стран мира строится на специализированных законах и правовых актах, для них характерны общие принципы, главный из которых – особая роль государства как гаранта независимости и плюрализма в деятельности вещательных организаций. Однако при организации законодательного базиса данного типа вещания учитывается специфика исторического, экономического и политического развития каждого отдельно взятого государства, традиции общества.

В системе финансирования общественного вещания в США и странах Европы, мы выделяем основные источники:

- 1) абонентская плата;
- 2) правительственные дотации;
- 3) частное финансирование;
- 4) коммерческие доходы в форме платы за размещение рекламы;
- 5) продажа дополнительных услуг, приносящих доходы;
- 6) сборы за использование частот.

Данные виды финансирования используются в различных комбинациях. Их выбор обусловлен спецификой исторического, экономического и политического развития государства, потребностями гражданского общества и общественного вещания.

Отличительными чертами публично-правового вещания в области программной политики и системы управления, являются: общественные наблюдательные советы, социально ориентированная вещательная программа, универсальность, разнообразие и редакционная независимость.

В данном контексте, можно выделить специфические черты данного типа вещания:

- в рамках законодательной базы чётко определены положения об ответственности организаций общественного вещания и надзора над их деятельностью;

- деятельность по составлению вещательных программ организаций общественного вещания не подлежит цензуре;

- предварительный контроль деятельности организаций общественного вещания со стороны лиц или органов, внешних по отношению к организациям общественного вещания запрещён. (Кроме исключительных случаев, предусмотренных в законе).



- вещатель обеспечивает универсальный географический охват населения страны;

- ориентация программ на удовлетворение потребностей аудитории и интересов меньшинства.

Данная система масс-медиа показала жизнеспособность и свою безусловную значимость в процессе организации общественного диалога и адаптации граждан в современном социуме. Опыт работы публично-правовых компаний США и Европы может быть полезен при организации данного типа вещания в России, но с учётом экономических, политических и национальных особенностей развития отечественного медиарынка.

Кроме того, в сложившейся системе отечественных средств массовой информации создана практическая основа для реализации концепции общественного (социального) вещания. Основной проблемой организации данного типа СМИ является выработка чёткой государственной политики, выражающаяся в создании законодательной базы общественного вещания.

На сегодняшний день основной задачей её реализации, по мнению автора, должно стать создание правового механизма, при котором будут соблюдены гарантии независимости компаний от прямого вмешательства политической власти и влияния рынка. При этом государству предоставляется право в законном порядке осуществлять надзорные функции над общественным вещанием, которое призвано предоставить всем гражданам доступ ко всему диапазону социально-ориентированных программ.

В России разработано несколько законопроектов об общественном вещании, в частности: проект федерального закона «О всероссийском общественном телерадиовещании», проект закона «Об общественном телерадиовещании», ряд региональных законопроектов.

Пакет проектов региональных законов о СМИ и информационной стратегии Новосибирской области может стать типовым для разработки подобного рода нормативных актов в других субъектах Российской Федерации с учётом особенностей развития регионов. Подчеркнём, что своеобразие социально-экономических условий в регионах требует гибкого подхода к решению вопроса о выборе оптимальных организационно-правовых норм. При наличии у субъекта Федерации или муниципального образования собственного имущества для учреждения компании этот вопрос может быть решён достаточно просто, а при отсутствии такового целесообразно заключение договора с уже существующей местной радиоконпанией. При этом не принципиально, какая организационно-правовая форма лежит в её основе. Это может быть акционерное общество, некоммерческое партнёрство, производственный кооператив и т.п. Но всё, что касается выполнения функций общественного вещателя, должно быть определено договором между представительным органом местного самоуправления и компанией. Здесь также следует обозначить условия участия органов местного самоуправления в формировании имущества

компании, порядок оплаты предоставляемых гражданам информационных услуг, в том числе из местного бюджета, а также иные существенные условия.

Что касается области финансового обеспечения, то на взгляд автора, для отечественного регионального общественного радиовещания наиболее приемлемой формой является построение комбинированного механизма финансирования. Одним из главных источников должны стать бюджетные субсидии и субвенции, а также абонентская плата.

На данный момент одной из главных мер по организации общественного вещания должно быть изменение бюджетного кодекса с добавлением утверждённой законом строки по финансированию общественно-правового вещания. Без принятия соответствующей поправки государственное обеспечение деятельности общественных СМИ не может быть развёрнуто в федеральном масштабе. По этой же модели необходимо внесение изменений в структуру расходов региональных и муниципальных бюджетов. На взгляд автора, расходы на содержание регионального общественного вещания должны быть включены в раздел «Финансирование социальной сферы». Включение общественного вещания в социальную сферу сделает возможным его организацию в регионах.

В области управления общественно-правовых компаний принципиально важно чётко определить компетенцию попечительских советов, чтобы предотвратить их посягательство на управленческие функции. Программная политика должна находиться в ведении внутренних органов управления, а попечительские советы выполняют консультационную функцию. Также они должны обладать полномочиями по определению некоторых стандартов и контролировать их соблюдение.

Однако все эти меры будут малоэффективными, если не будет соблюдено главное условие, при котором возможно существование общественного вещания в России. Это концептуальное решение самой вещательной политики, её программного обеспечения, тематико-жанрового наполнения и выстраивания системы взаимодействия с аудиторией.

Выделим основные принципы, лежащие в основе программной политики общественного радиовещания:

- интерес к человеку как субъекту социального взаимодействия;
- выделение конкретных проблем бытования населения и поиск их возможного решения;
- адаптация человека в динамично изменяющемся социуме;
- стимуляция творческой самореализации, жизненной активности посредством создания образов позитивной направленности;
- предоставление возможности для максимального выражения плюрализма мнений;
- максимально полное информирование о социальной сфере, общественная экспертиза законопроектов с точки зрения социальных

последствий и как результат – формирование общей гражданской позиции по назревшим проблемам.

Факт того, что радио регулярно и одновременно слушает большое количество разных людей, свидетельствует об их определённой общности. Основная цель вещания – выявление для аудитории общечеловеческих ценностей, поиск путей решения проблем, противодействие деструктивным тенденциям. Эта функция радио решается всеми разделами вещания. Чем разнообразнее общество, на которое направлено вещание, тем внимательнее должны составляться программы, чтобы ни одна часть аудитории не осталась не охваченной. Иногда радио в силу своей специфики становится единственно реально доступным СМИ и является своего рода социальным и психологическим звеном, связующим общество.

При подготовке программ на социальном радио журналисты используют всю палитру информационных аналитических и художественно-публицистических жанров. Кроме того, неотъемлемой частью данного типа вещания как способа самовыражения является интерактивное общение. Развиваются тематические направления: узкопрофильное вещание на национальных языках, детское, спортивное, общественно-политическое. Специфичными программными формами на социальном радио являются специальные проекты, акции и радиомарафоны.

Автор убеждён, что на данном этапе формирования общественного вещания в России, необходимы следующие меры: определение чёткой правовой базы и выбор одного из вариантов организации общественного вещания, либо создание Федеральной общественно-правовой телерадиокомпании, либо организация региональных общественных телерадиокомпаний. Есть смысл начать с регионов, так как именно там имеется богатый практический опыт социального (общественного) вещания (Новосибирск, Томск, Оренбург, Московская область).

Результатом всех этих преобразований – политико-правовых, экономических, управленческих, организационных – должна стать принципиально новая концепция вещания, ориентированная на интересы аудитории, в основе которой будет непредвзятое освещение фактов и событий, содействие свободному формированию и выражению мнений, повышение политической, правовой, экономической и деловой культуры, распространение знаний, популяризация искусства, спорта и т.д.

# ВОПРОСЫ МАРКЕТИНГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ

Калиева О.М.

Оренбургский государственный университет

Государственное регулирование продовольственных рынков в настоящее время сводится к формированию элементов законодательной базы, определяющей специфику институциональной организации рынка, функционирование и развитие отношений между субъектами спроса и предложения; разработке стратегических планов развития основных отраслей регионального продовольственного комплекса; осуществлению закупок продовольствия в государственные и региональные фонды; проведению ценовой политики. Однако, ряд оперативных вопросов, связанных с определением тактических и конкурентных позиций местных производителей продовольствия, выявлением возможностей позиционирования товаров регионального производства на локальном рынке, повышением их привлекательности для потребителей, реализацией исследовательского потенциала региона с целью формирования информационного поля продовольственного рынка, остается вне государственного регулирования.

Региональные производители продовольствия, ввиду отсутствия средств на организацию маркетинга и реализацию маркетинговых стратегий, не в состоянии самостоятельно решать большинство задач, которые ставит перед ними рынок, поэтому зачастую продукция, произведенная в регионе, не конкурентоспособна по сравнению с импортной или более популярной продукцией других регионов. В этой ситуации основным субъектом регулирования продовольственного рынка и поддержки устойчивого развития местных производителей продовольственных товаров являются региональные органы власти.

Для решения перечисленных проблем региональные власти должны разрабатывать маркетинговую стратегию развития регионального продовольственного рынка, в рамках которой решаются следующие задачи с применением инструментария комплекса-маркетинга:

- комплексное изучение продовольственного рынка в регионе;
- выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей в регионе;
- планирование товарного ассортимента и цен на продовольственные товары;
- разработка мер для наиболее полного удовлетворения существующего спроса в регионе;
- планирование и осуществление сбыта в регионе;
- разработка мер по совершенствованию управления и организации производства в регионе.

На практике деятельность региональных органов власти в этом направлении далеко не всегда оказывается эффективной. Основными причинами неэффективности региональных маркетинговых стратегий являются: отсутствие взаимовыгодного сотрудничества региональных предприятий; низкий уровень информационного обеспечения принятия маркетинговых решений.

Настоящий временной период можно охарактеризовать как переход к «информационному обществу». Возможными стратегиями региональных предприятий, функционирующих в новых условиях «информационной эры», могут быть следующие:

- увеличение ценности, потребительских свойств продукции при одновременно неизменной или незначительно меняющейся цене на нее, при неизменных или сокращающихся издержках ее производства;

- концентрация усилий на создание новых сегментов и новых ниш рынка, на увеличении общей емкости рынка как средства увеличения объемов продаж, вместо борьбы за долю рынка;

- стремление к максимально возможному разнообразию ассортимента выпускаемой продукции;

- ориентация на постоянные изменения в запросах потребителей и умение предвидеть и предвосхищать в своей хозяйственной практике эти изменения;

- понимание сделки исключительно как способа повышения благосостояния потребителя, а не средства увеличения собственной прибыли;

- умение избегать прямой конкуренции (особенно войны цен).

Для региональных предприятий – участников продовольственного рынка, возможны «стратегические альянсы», которые в условиях региональной маркетинговой стратегии развития рынка могут стать демонстрацией того, как сотрудничество вчерашних конкурентов оборачивается большей взаимной выгодой. Смысл такого объединения заключается в том, чтобы покупка продукции одного предприятия стимулировала бы приобретение продукции другого предприятия. Таким образом, стратегические альянсы позволяют производителю вступить в непосредственный контакт с потребителем, организовать его обслуживание на более высоком уровне.

Создание стратегических альянсов способствует более эффективной адресной поддержки местных производителей региональными органами власти, способствующей экономической устойчивости совокупности региональных предприятий как экономической системы. Это особенно актуально в настоящее время, так как все более остро встает проблема распределения ресурсов.

В работе Чертыковцева В.К. «Основы концепции философии маркетинга» проблема распределения ресурсов рассматривается на глобальном общемировом уровне и формулируется следующим образом: «Материальные ресурсы (R) планеты ограничены, а потребности человечества (П) возрастают со временем. На определенном этапе, когда потребности человечества превысят ресурсные возможности ( $R < П$ ), в социально-экономической системе

возникнет катастрофическая ситуация. Потребности человека (П) и устойчивость системы (У) находятся в диалектическом единстве и противоположно направлены. Чем больше потребностей в состоянии удовлетворить система, тем большее количество ресурсов она должна переработать и тем более сложной по своей структуре она должна быть. Тем самым она становится менее устойчивой и более критичной к катастрофам...».

Проецируя данное положение на уровень региональных продовольственных рынков, можно говорить о решении проблемы распределения региональных ресурсов между предприятиями, на более высоком уровне. Очевидно, что главную роль в этом распределении должны играть региональные органы власти. Относительно стратегических альянсов региональных предприятий можно сказать, что такие структурообразующие элементы образуют дополнительный уровень в иерархии управления и «усиливают» устойчивость региональной экономической системы.

Кроме этого, на уровне региона маркетинг продукции региональных предприятий, входящих в стратегические альянсы, осуществляется путем продвижения, как на локальном продовольственном рынке, так и на межрегиональном уровне, целой совокупностью региональных брендов. При этом региональные бренды могут быть ассоциированы с региональным имиджем.

В работе Панкрухина А.П. выделяются основные проблемы, возникающие при формировании информационного обеспечения маркетинговой деятельности региональных властей, к ним относятся:

- недостоверность (при длинной цепочке посредников неизбежны ошибки);
- устаревание информации;
- большие затраты при сборе и предварительной обработке информации;
- слабая финансовая заинтересованность владельцев информации в ее распространении.

На уровне региона должна функционировать информационная среда поддержки принятия маркетинговых решений, позволяющая получать актуальные данные о состоянии региональных продовольственных рынков. Первоочередными мероприятиями по формированию такой среды могут быть:

- создание банка данных и постоянное обновление информации о предприятиях, действующих на местном рынке;
- проведение анализа местного рынка;
- сбор, обработка и накопление информации, касающейся проблем конкурентоспособности, рассматриваемых объектов, конъюнктуры рынка;
- маркетинговая коммуникация, как создание системы налаженного обмена между внутренними и внешними информационными средами региона.

В современных условиях информатизации общества и ресурсного дефицита основными направлениями по повышению эффективности регулирования региональных рынков должны стать: организация взаимовыгодного сотрудничества региональных товаропроизводителей в

рамках стратегических альянсов и организация информационной среды поддержки принятия маркетинговых решений на уровне региона.

Однако подобная информационная среда является простой совокупностью информационных структур, содержащих маркетинговую информацию о состоянии рынка и хозяйствующих субъектов. Чтобы обеспечить интеграцию информационных ресурсов, возможность проведения анализа текущего состояния рынка и выработки стратегических решений на уровне региональных властей, необходимо создание маркетингового информационного пространства.

# ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА ПРОЦЕССА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Кудашова Ю.В.

Оренбургский государственный университет

Для политологии деятельность является одной из ключевых категорий. Под политической деятельностью понимается способ осуществления и развития политической системы, проявление политической активности, целенаправленное отражение и преобразование окружающего мира. Политическая деятельность носит сознательный и публичный характер. Субъектами политической деятельности выступают политическая элита, политические партии, государственные органы власти, общественные организации и движения, субъекты федерации (территории). Именно деятельностный статус следует рассматривать как исходный, базисный статус позиционирования.

Позиционирование, несомненно, представляет собой деятельность или существует как деятельность, в форме ее специфического вида. У позиционирования присутствуют все атрибуты деятельности: субъект, предмет, цель и целесообразный характер, средства, результат и сам процесс деятельности.

В связи с этим можно сказать, что позиционирование является деятельностью, направленной на достижение достойной позиции в выстраивании новой парадигмы отношений политического субъекта с целевыми группами в публичной коммуникации. Основой процесса позиционирования являются информация и коммуникация.

В связи с этим можно считать, что позиционирование является информационно-коммуникативной деятельностью и ее сущностными признакам выступают информация и коммуникация.

Информация передается по коммуникационным каналам с целью создать, пополнить, изменить представления людей, их ориентацию в событиях и явлениях действительности. Главными характеристиками информации являются новизна, оригинальность, доступность, а также объективная и субъективная ценность, соответствующая потребностям аудитории, ее интересам и запросам [Полит. словарь, 1989].

Ученый в области политологии и политических коммуникаций Соловьев А.И. придает важное значение информации и коммуникации в политических процессах и пишет, что формирование и функционирование в сфере публичной власти разнообразных идеологий, чувств, ценностей, символов, доктрин, официальных норм и оппозиционных оценок и мнений, различных авторов составляют особый политический процесс. Суть его заключается в том, что за счет передачи и обмена сообщениями политические субъекты сигнализируют о своем существовании различным контрагентам и устанавливают с ними необходимые контакты и связи, позволяющие им играть различные



политические роли. В свою очередь целенаправленные контакты между людьми, обменивающимися и потребляющими разнообразные сведения, знания и сообщения, соединяют разные уровни политической системы, дают возможность институтам власти выполнять свои специфические функции по управлению государством и обществом.

Как отмечает Соловьев А.И., впервые в своем современном значении термин «коммуникация» появился в статье основоположника современной кибернетики Н. Винера. С тех пор это понятие неоднократно видоизменялось, и сегодня, например, под термином «коммуникация» понимают и путь установления контактов между субъектами, и форму их взаимной связи, и сам акт общения, и процесс превращения сведений во всеобщее достояние, а нередко даже частный случай коммуникации — массовую коммуникацию. Аналогичные смысловые оттенки проецируются и на политические коммуникации.

Столь же разнообразны и теоретические подходы к исследованию коммуникационных процессов. И хотя начало специализированных исследований политических коммуникаций — изучение пропагандистских процессов — относится еще ко времени. Первой мировой войны, сегодня трудно говорить о какой-либо однозначной определенности в толковании этого понятия. Возможно даже, это обусловлено традиционным взглядом на коммуникации в сфере власти и управления государством как на одну из составляющих универсального процесса социального общения.

О. Тоффлер предполагает возрастание роли интеллектуальных технологий в жизни социума, что самым радикальным образом изменит не только способы создания общественных богатств, но и качественно обновит методы политического взаимодействия людей.

Однако в политике не все обращающиеся сведения равноценны для людей. В частности, те сведения, которые выбираются ими из потока разнообразных сведений для подготовки и принятия, необходимых им решений, в политической сфере относятся к политической информации. Информация выступает как важнейший ресурс, позволяющий эффективно взаимодействовать в политической сфере для достижения определенных целей. В результате наличия или отсутствия должной информации субъект может обрести или утратить возможности влияния, реализации своих интересов в политической сфере.

Таким образом, получение должной информации становится специфической целью любых субъектов, действующих в политике и заинтересованных во влиянии на политические решения. Информация является механизмом, обеспечивающим целенаправленные действия субъектов, а ее накопление позволяет осуществлять коррекцию поведения субъектов и институтов власти.

Позиционирование в политическом процессе рассматривается как обмен информацией, политические акторы, действующие на политическом рынке в интересах своей максимизации индивидуально понимаемой выгоды.

В силу того, что люди по-разному воспринимают информацию, интерпретируя ее содержание на основе определенных правил, привычек, способов восприятия, наконец, даже в зависимости от своего конкретного состояния, в процессе обмена информацией принципиальное значение имеет способность субъекта осмысленно воспринимать сообщения или осуществлять коммуникацию.

Коммуникативные аспекты позиционирования показывают, что обмен сообщениями — это не безликий технический процесс, который может игнорировать особенности реципиентов как реальных участников политических отношений. С точки зрения потребления и обмена людьми разнообразными сведениями в сфере публичной политики все политические институты власти являются не чем иным, как средствами распространения информации. Причем эффективность их деятельности непосредственно зависит от их способностей к позиционированию и налаживанию осмысленных контактов с другими субъектами.

Таким образом, как отмечает Соловьев А.И. политику с точки зрения информационно-коммуникативных связей, мы понимаем ее в качестве такого социального целого, структуры и институты которого предназначены для выработки, получения и переработки информации, обуславливающей осуществление позиционирования политическими субъектами своих разнообразных ролей и функций.

В политической сфере общества существует множество зависимостей между участвующими в процессе позиционирования группами, индивидами и институтами. Наиболее глубокий характер позиционирование приобретает, когда возникают устойчивые информационные обмены. Именно позиционирование демонстрирует социально-политический опыт, структурирует политическую действительность.

Как показывает анализ, ученые А.И. Соловьев, А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, Г.Г. Почепцов, Дж. Линдсей, О.Тоффлер и другие придают основополагающее значение информации и коммуникации в процессах позиционирования общественно-политической деятельности. Но обращение только к этим признакам позиционирования недостаточно и требует дальнейшего исследования.

М.А. Шишкина проводит анализ публичной коммуникации, что неразрывно связано с процессом позиционирования. В кибернетике под **коммуникацией** понимают «обмен информацией между сложными динамическими системами, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать».

Так, в Древней Греции их понимание определялось отношением к риторике и характеру аргументации при общении граждан; в Новое время, например в сочинениях Дж. Милля, акцент делался на состязательный характер общественных контактов, описание того, как формируется рынок идей, и т.д.

В философии коммуникация трактуется как «процессы социального взаимодействия, взятые в их знаковом аспекте» [Философский

энциклопедический словарь, с.270]. Поскольку в основании позиционирования лежит публичная коммуникация, то в дальнейшем мы будем пользоваться этим понятием. Публичные коммуникации представляют собой вид коммуникаций, нацеленных на передачу информации, затрагивающей общественный интерес, с одновременным приданием ей публичного статуса. Какой бы статус ни имело сообщение, которое собирается передать коммуникатор в процессе публичной коммуникации, по завершении этого процесса оно приобретает публичный статус. Таким образом, цель публичной коммуникации дуальна: осуществить обмен информацией и придать этой информации публичный статус.

Итак, позиционирование является информационно-коммуникативная деятельность, осуществляемая через публичную коммуникацию. Неразрывная связь феноменов публичной коммуникации и позиционирования дает основания для вывода о том, что на протяжении всей человеческой истории сфера публичной коммуникации функционировала как сфера, где зарождались и реализовывались практики позиционирования, которые сегодня могут рассматриваться как предшественники и прототипы позиционирования. Позиционирование как основа публичной коммуникации может отражать категорию капитала, как важного ресурса в политических процессах. Использование данной категории позволяет увидеть позиционирование в новом ракурсе и по-новому интерпретировать его сущность.

## ОСВЕЩЕНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Невечеря О.В.

Оренбургский государственный университет

«Миграционная политика России должна быть взвешенной, разумной и отвечать на вызовы, которые существуют в экономике страны» - этой прямой цитатой из выступления Президента России Дмитрия Медведева на форуме национальных СМИ СНГ и стран Балтии, мы и хотели бы начать эту статью, посвященную такому непростому вопросу, как отражение в электронных СМИ миграционных процессов России в условиях мирового глобального кризиса. Также Д.Медведев подчеркнул, что "ситуация на рынке труда меняется, и в зависимости от этого меняется политика государства". Сегодня миграционная политика - важнейшая составная часть политики любого государства, "и она не может быть абсолютно жесткой и неизменной, а может трансформироваться в зависимости от тех потребностей, которые имеет та или иная отрасль"<sup>1</sup>. В этих условиях Д. Медведев призвал трудовых мигрантов погружаться в культурно-языковую среду России:

"Трудовые мигранты должны предпринимать усилия для собственной трудовой ассимиляции, чтобы погрузиться в культурно-языковую среду. Чтобы не вызвать неприятных настроений". И в этой связи, становится особенно ясным тот факт, что региональное телевидение России и особенно его приграничные составляющие, а Оренбуржье – яркий тому пример, как никогда приобретают первостепенное значение в процессе освещения миграционной политики России в условиях экономического кризиса. Именно поэтому, считаем, особенно важным, прежде чем перейдем к рассмотрению сути нашего вопроса, еще раз напомнить об усилиях государства в этом нелегком процессе. И первые шаги оно – государство нам демонстрирует: Совет Федерации принял решение внести в Госдуму подготовленный им законопроект об обучении мигрантов русскому языку. Подготовленные членами СФ Александром Торшиным и Владимиром Слуцкером поправки в закон "О правовом положении иностранных граждан в России" палата одобрила 1 апреля 2009 г. Федеральная миграционная служба (ФМС) уже заявила о поддержке этого законопроекта. Законопроект, в частности, предлагает обучать мигрантов русскому языку "за их счет и счет работодателей". "Каких-либо дополнительных средств из бюджета на реализацию законопроекта не потребуется", – подчеркивает Слуцкер. Сенатор напомнил, что многие работодатели "уже сейчас отправляют за свой счет работников на курсы

---

<sup>1</sup> По материалам Агентства Синьхуа, ИТАР - ТАСС 05/12/2006

русского языка". И это оправданно, ведь, как известно вещание в России осуществляется на государственном языке и язык этот – русский.

Телевидение обладает практически неограниченными возможностями для манипулирования массовым сознанием благодаря психологической особенности воздействия на зрителя и формирования устойчивой иллюзии «объективности» и «достоверности» изображаемого на экране. С помощью многочисленных тестов было доказано, что «иллюзия» соучастия зрителя в том или ином действии, которое показывается на телеэкране, настолько глубока, что версия этого действия рассматривается как единственно достоверная. Монтаж-план-ракурс – лишь некоторые средства формирования имиджа тому или иному событию на экране. Английский писатель Джеймс Олдридж писал по этому поводу: «Телекамера, выделив из целого события его часть, передав эту часть с буквальной точностью, подменила явление деталью». Деталью, тщательно отобранной репортером, режиссером, выпускающим новостей. Любые используемые изобразительные решения, воспроизводимые на экране, например: движение слева направо, которое воспринимается зрителем психофизиологически легче и более благоприятно, чем движение наоборот; движение по диагонали – из левого нижнего угла экрана в правый верхний, – которое обычно ассоциируется с преодолением, достижением чего-то значимого; обратное движение, воспринимаемое как потеря неких позиций; движение камеры по диагонали из правого нижнего угла экрана в левый верхний и наоборот, способное вызывать смутные негативные ощущения у зрителя, или использование резкой и частой смены кадров (особенно от среднего плана к крупному), ассоциируемое со вторжением в персональное пространство зрителя и способное возбудить в нем только отрицательные эмоции; музыка, цвет и форма – все эти приемы аудиовизуального языка изначально рассчитаны на определенную реакцию и определенное действие, и, таким образом, появляется возможность управления этими реакциями и действиями<sup>2</sup>. СМИ могут оказывать мощнейшее эмоциональное влияние на людей, вызывая чувства (радость или страх), эмоции (любовь или ненависть), настроение (миролюбия или отторжения). Сопереживая увиденному или услышанному, зритель, пройдя через определенный катарсис, становится способен на поступки, которых ранее от него не ожидали. И в этой возможности заключена большая сила и большая опасность для телевидения.

Все вышесказанное справедливо и по отношению к любой транслируемой по телевидению информации о мигрантах. Отсюда актуализируется потребность в рассмотрении жанровых предпочтений, тематических особенностей, аудиовизуальных форм подачи материалов о мигрантах, структуры и верстки программ и передач, применяемых журналистами при освещении миграционных процессов.

Доминирующее место в сетках вещания основных телетрансляторов

---

<sup>2</sup> См.: Технологии и механизмы формирования массового сознания с помощью СМИ // Пособие для журналистов // Под ред. Дзялошинского, М.:НИП, 2000.

занимают жанры, формально отождествляемые с двумя основными функциями телевидения: информационной и релаксационной. Практически отсутствует дидактическая функция телевидения, в малых дозах используется просветительская функция.

С целью выявления характера взаимного восприятия и оценивания «принимающей» и «входящей» сторонами мы обратились к анализу содержания телепрограмм, видеосюжетов и телепередач, вышедших в эфир местного оренбургского телевидения, а также материалов местной прессы о мигрантах.

В первую очередь были сформулированы следующие вопросы:

- 1) с помощью, каких изобразительных приемов аудиовизуального языка СМИ формирует образ мигрантов;
- 2) в каком социальном контексте описываются мигранты, т.е. какие стороны жизни и экономических практик иммигрантов предпочитает освещать СМИ;
- 3) какие установки могут оформиться и закрепиться у зрительской и читательской аудитории в отношении мигрантов под влиянием социального восприятия образа «другого».

В аспекте проблематики исследования наибольший интерес вызывали прежде всего такие темы, как «взаимоотношения между населением принимающей среды и мигрантами», «взаимоотношения между властями и мигрантами», «мигранты и граница», «криминальная ситуация и мигранты», «оценочные суждения в отношении поведения и образа жизни мигрантов». Именно эти темы, как оказалось, чаще затрагиваются в СМИ.

Детальный анализ материалов о миграции, вышедших в эфир с 1991г. (начало массовых миграций после распада СССР) по настоящее время, показывает, что на профессиональный подход журналистов к этой проблеме большое влияние оказывают сложившиеся в массовом сознании стереотипы, чаще девиантной, негативно-тревожной направленности. Источником мигрантофобии становятся как реальные события, факты и процессы, так и мифологизированные заблуждения, осознанно или неосознанно поддерживаемые в сознании жителей СМИ, особенно местными. Проблемы сосуществования мигрантов и местных жителей в большей части журналистских материалов изначально интерпретируется в оппозиционных категориях «мы – они», где «они» – это все те, кто по каким-либо реально наблюдаемым или воображаемым признакам (язык, антропологический тип, манеры поведения, социально-культурные черты и т.п.) отличается от населения принимающей стороны. Причем подобного разделения не избегают и этнические русские люди, ставшие мигрантами в силу объективных и субъективных причин. В этом ряду, к числу распространенных проявлений мигрантофобии, тиражируемых местными СМИ, относятся следующие:

- «Их», мигрантов, на самом деле, больше, чем принято считать, в том числе и статистикой.
- «Они», мигранты, покушаются на созданное нами и принадлежащее только нам, используют и сокращают наши ресурсы.

- «Они» сокращают наши возможности реализации в экономической деятельности, потому что более активны и предприимчивы, обладают большими финансовыми возможностями.

- «Они» здесь не планировались, не ожидались, и поэтому на них не рассчитывались возможности инфраструктуры (школы, больницы, транспорт, пособия, пенсии).

- «Они» более преступны, чем мы, и поэтому угрожают нашей безопасности.

- «Они» культурно чужды нам (не знают и не хотят знать нашего языка, не соблюдают наших порядков, традиций).

- «Они» хотят получить правовой статус и закрепиться для того, чтобы завладеть оренбургской землей, дающей высококачественную и ценную на мировом рынке пшеницу (в связи с принятием Закона об обороте земель сельскохозяйственного назначения).

- «Они» угрожают нашему социальному положению (ведут себя свободно, нагло, раскованно, как хозяева, имеют все, что хотят, живут лучше, чем мы).

- «Они» угрожают вообще нашему существованию.

- «Они» сознательно и целенаправленно поселяются вблизи важных стратегических объектов – в основном, вдоль государственной границы, и, таким образом, создают потенциальную угрозу региону и в целом угрозу национальной безопасности страны.

Три последних мифа особенно актуализируются в отношении нерусских выходцев с Кавказа и Средней Азии – чеченцев, дагестанцев, узбеков и казахов, таджиков. Приведенный список – далеко не полный перечень существующих и тиражируемых в массовое сознание электронными СМИ фобий, но одного только перечисления их достаточно для того, чтобы представить, какого рода этносоциальные напряженности и конфликты могут возникать и возникают в отношениях мигрантов и местных жителей.

При освещении миграционных процессов тележурналисты используют весьма бедную палитру жанров, ограничиваются 2-3 жанровыми формами. В основном это репортажи, спецрепортажи, журналистские расследования. Крайне редки аналитические комментарии, очерки, зарисовки, эссе, интервью и беседы. Что же касается таких форм и жанров как документальные, учебные и просветительские фильмы, аналитические обзоры с участием специалистов и ученых, то они и вовсе единичны. Примечательно, что в наиболее часто используемых жанрах, которым отводится подавляющее время и место в новостных выпусках, наблюдается преобладание негативных оценок рассматриваемой проблематики. Из анализа текстов телепередач следует, что на профессиональный подход журналистов к миграционной проблеме большое влияние оказывают сложившиеся в массовом сознании стереотипы негативно-тревожной направленности.

Т.к. природа жанров<sup>3</sup> репортажей, спецрепортажей и журналистских расследований сама по себе несет тревожный настрой, предполагающий драматический конфликт, журналистам легче и проще ввести в канву репортажного действия с быстро меняющимся видеорядом, короткими интервью, еще более короткими закадровыми комментариями, но с обязательным присутствием эмоциональных «лайфов» (криков, скандалов и т.п.), «синхрон», в которых присутствуют высказывания: «Понаехали тут, когда нам самим жрать нечего!», негативный образ мигранта, которому всегда есть, о чем прокричать в камеру. Так работать журналисту конечно проще, всегда есть сиюминутный, основанный на сенсационности, но все-таки сомнительный успех. Это, конечно, легче, чем делать вдумчивые материалы, требующие и другого построения, и более сложной кропотливой работы как с текстом, так и с видеорядом, и более затратные в плане производства и создания такой телепродукции. В погоне за рейтингом именно эти репортажи выносятся в первые строчки анонсов («шпигелей») и первыми размещаются при формировании верстки новостных выпусков. Удержать зрителя любым способом! – вот лозунг телеведущих.

Методологические, организационные и медийные составляющие модели влияния аудиовизуального языка телевизионной трансляции о мигрантах и для мигрантов в условиях мирового глобального кризиса, способной сформировать основы толерантного мышления и поведения личности во всем спектре взаимодействий внутри реально существующих миграционных процессов в регионе, требуют тщательной и основательной разработки.

Изменение ряда факторов, влияющих на формирование аудиовизуального медиаполя в условиях кризисной ситуации, сможет в значительной мере упростить решение задачи по формированию элементов толерантного поведения личности, участвующей в миграционных процессах как на уровне потребителя информации об этих процессах, так и на уровне создателя подобной телепродукции.

- крайне важным представляется поддержание устойчивой системы «обратной связи» со зрителем. В этих целях представляется целесообразным восстановить, в первую очередь, на государственных каналах подразделения по работе с письмами и обращениями зрителей. Поступающая вещателю информация могла бы способствовать «внешней» оценке телевизионной продукции, рассказывающей о мигрантах, а при серьезной постановке работы – с массивом элементов реакции зрителей, и корректировать элементы телевизионной продукции о мигрантах, постепенно приближаясь к стандартам, принятым в развитых демократических обществах.

- положительную роль в «фильтрации» фрустрирующих и девиантных элементов о мигрантах в условиях глобального экономического кризиса, должны сыграть специальные органы или подразделения (возможно, на уровне институтов гражданского общества, например, Общественных палат при субъектах

---

<sup>3</sup> См.: Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие / В.Л.Цвик. М., 2004; Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики: Учебное пособие для вузов / В.В.Смирнов. М., 2002.



Федерации), профессионально оценивающие телевизионную продукцию, целевые программы и передачи, подготовленные к трансляции.

- сделать приведенные выше положения жизнеспособными, равно как и провести самостоятельную работу по «отсечению» недопустимых для медиатрансляции элементов, должны изменения в законодательной базе электронных СМИ, особенно в условиях глобального экономического кризиса. Исполнительные же функции вполне могли бы осуществлять комитеты местных администраций областей и городов, отвечающие за миграционную и национальную политику в регионе.

Закончить нашу статью нам хотелось бы опять цитатой из выступления директора Федеральной миграционной службы России Андрея Ромодановского: "Люди будут приезжать в Россию уже на конкретное место, они будут соответствовать тем требованиям, которые нужны работодателю, и биржа будет способствовать этому процессу. Я считаю, что это самый главный вопрос, который мы постараемся в ближайшее время решить. У нас будет меньше нелегальных мигрантов, будет больше законных, тех, кто нужен Российской Федерации". Остается добавить, что региональные СМИ должны также активно включиться в этот процесс.

## **ФИЛОСОФИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ**

**Пузикова В.С.**

**Бузулукский гуманитарно-технологический институт филиал  
Оренбургского государственного университета, г. Бузулук**

Особенности нашего времени, в котором стремительно изменяются не только реалии жизни, но и привычный мир ценностей. Многие социальные поведенческие и этические нормы, непрерывно интерпретируясь, проходят критический порог допустимого переосмысления. Тем не менее, общеизвестно, что 21 век объявлен веком информатизации и глобальных перемен в жизни мирового сообщества. Эффективная реализация человека в профессиональной сфере во многом зависит от навыков и специальных знаний обращения со средствами информационных технологий. Тема информатизации в нынешнее время одна из наиболее актуальных и обсуждаемых. Возможности информатизации и качественный анализ результатов взаимодействия человека и информатизационных объектов изучены весьма относительно и информатизация в значительной степени может квалифицироваться, как феномен, который введен в число универсальных мировоззренческих категорий. В научно – образовательном пространстве составляющая информатизации введена в триаду: Материя – Энергия – Информация. Информация и ее использование в телекоммуникациях, которые в свою очередь являются эффективными средствами формирования профессиональных компетенций, приобретают не только особый познавательный смысл в современном информационном обществе, но и становятся мощным преобразовательной силой в организации жизнедеятельности личности. В изысканиях В.А.Красильниковой - профессора кафедры информатики Оренбургского государственного университета, специалиста по технологии компьютерного обучения, отмечены следующие поиски подходов к профессиональному и личностному развитию обучаемых. При этом определение содержание образования в соответствии с данными подходами должны ориентироваться, в первую очередь, «не на создание технологических инвариантов и новых стандартов в образовании, а на разработку методик совершенствования образования на основе информационных технологий».

Наше осмысление понятия «профессиональная компетенция» заключается в диапазоне от стандартных навыков добывания информации и ее переработки и оформления до умения осмысливать значимость всех этапов работы с информацией, что позволяет принимать своевременное решение не только в однозначно представленных ситуациях, но и в затруднительных или неопределенных. Кроме того, специалист, имеющий достаточную степень профессиональной компетентности, по требованиям современности обязан владеть навыками этических норм обращения с информационными образованиями и структурами. Совокупность компонентов: обращение с

информацией и владение информационной культурой, как в специальной сфере, так и в сфере межличностных отношений производственного коллектива, позволяет эффективно проектировать и технологизировать собственную профессиональную деятельность.

По словам известного политолога Е.Островского, практически выделены два типа сетей. «По одному типу сетей связаны компьютеры, а по другому - непосредственно люди. Многоуровневый маркетинг (прим. авт. - второй тип сетей) необычайно похож на Интернет, но только построен он на живом материале. Что это означает? Это означает, что на первый план в ближайшее время выйдет не способность осваивать простейший набор операций, (есть, не хорошая обученность), а умение обучаться, более того, способность к переобучению, ибо только люди, которые способны переобучаться 7-8 раз в течение своей жизни, окажутся, эффективны и конкурентоспособны на рынке труда. Иначе говоря, в будущем мире окажется востребованным только тот, у кого появится специфическое качество: способность к переобучению. Можно сказать иначе - появится способность к изменению, способность к самоизменению».

Способность непрерывно обучаться формирует человека особого типа, у которого сближаются мотивация поведения и заинтересованность к непрерывному познанию. Проще говоря, производственные запросы и самосовершенствование личности вступают в непрерывную взаимозависимость и взаимосотнесенность. Нужно отметить, что на наш взгляд система образования в высшей школе не имеет тотальной подготовки к такого рода деятельности. В высшей школе, как и в средних и средне - специальных учреждениях все еще сильна парадигма обучения, выраженная в приобретении стандартных и шаблонных подчеркнута дидактических способах и методов учебной деятельности. Решение проблемы профессиональной компетентности должно укладываться в целостный комплекс методических и практических требований по воспитанию многомерной гармонично развитой и креативно мыслящей личности. По мнению специалистов в области педагогики, психологии, философской антропологии, далеко не каждый человек, и обучающийся и обучаемый, готов к такого рода преобразованиям.

Способен ли каждый человек к таким преобразованиям? Безусловно, нет! Кризис в экономике не мог не сказаться на развитии системы образования. Последствия кризиса в образовании не были видны сразу, поскольку не требовались квалифицированные кадры в условиях развала производства в стране в прошедшее десятилетие. Но последствия кризиса в экономике негативно сказались и на системе образования. Сейчас это стало понятно всем, поэтому и принята национальная программа развития образования, к сожалению, лишь в конце 2005 года. Нам всем необходимо понять, переосмыслить абсолютные ценности, которыми жили многие десятилетия и столетия. Но самое важное - это проанализировать причины нашей, в большинстве случаев, неспособности безболезненного перехода к жизни в новых социально-экономических условиях. Как должны измениться условия

воспитания нового поколения? Какую систему ценностей необходимо формировать, чтобы человек не оказался в состоянии шока перед реальной сложностью мира? Почему все чаще встречаются выводы исследователей-психологов, что высокий интеллект не является залогом жизнестойкости в современном достаточно жестоким мире? Много вопросов. В контексте этого высказывания и требования времени нас будут интересовать следующие вопросы: Каким должно быть образование в условиях информатизации общества? Как должно измениться содержание образования?

Если иметь в виду, что информатизация - это, прежде всего организованный и научно – технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей, а также реализация прав граждан и общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов (Федеральный закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации» М.:1995г.), то информатизация образования должна быть, прежде всего, выражена через процесс обеспечения сферы образования теорией и практикой разработки и использования современных новых информационных технологий, ориентированных на реализацию психолого-педагогических целей обучения и воспитания.

Информатизация образования, как и реализация ряда федеральных целевых программ (ФЦП): «Развитие единой образовательной информационной среды (2001-2005 годы)»\*, «Электронная Россия», требуют огромных финансовых затрат, и не только на материально-техническое оснащение. Средства на развитие единой информационно-образовательной среды (ЕИОС) государство выделяет - и достаточно большие. Следует уточнить, что основное направление забот государства адресуется развитию общего образования, это проще и значительно экономнее. Как эти средства использовать, чтобы получить наибольшую отдачу? Это вопросы не только экономические, но, в большей степени, организационные и нравственные. Министерство выделяет средства на разработку программного продукта, методического обеспечения. Все государственные образовательные учреждения должны иметь возможность получать разработанные по фантам, финансируемым министерством образования, программно-методические материалы, по запросам и бесплатно, что позволит повысить уровень обеспеченности учебно-методическими материалами образовательный процесс. Результаты выполнения проектов на разработку информационно-образовательных порталов и наполнения информационными и учебно-методическими материалами последних создают условия формирования и развития единой информационно-образовательной среды. Такой же подход государственного заказа распространяется на разработку программ электронного документооборота в системе управления образовательными учреждениями. Введение автоматизированных систем документооборота, создание соответствующих баз данных для автоматизированной подготовки проектов решений в управлении системой

образования являются одной из возможностей устранения или уменьшения негативных причин развития системы образования.

Создание единой информационно-образовательной среды страны позволит, в первую очередь, повысить уровень качества образования, обеспечить обмен программно-методическими материалами, повысить профессиональный уровень педагогов, создать более благоприятные условия совместного сотрудничества педагогов, с одной стороны, и, с другой стороны, привлечь к творческой деятельности студентов и учащихся.

Процесс информатизации образования позволяет модернизировать разные стороны педагогической деятельности. В настоящее время актуальна необходимость значительных изменений содержания образования, разработки нового поколения электронных интерактивных и мультимедийных учебников, поиска новых видов самостоятельной познавательной деятельности и использования дидактических возможностей сетевых компьютерных технологий обучения для значительного преобразования и повышения эффективности любой образовательной деятельности.

Для формирования и развития информационно-образовательной среды любого образовательного учреждения или региона необходимо понимание, в первую очередь, со стороны педагогов, необходимости формирования такой среды, а главное непрерывное ее развитие и модернизация всей образовательной деятельности на основе активного использования современных информационных и коммуникационных технологий. Как показал анализ публикаций и опыта применения СИТ в образовательном процессе, существуют проблемы для успешного решения поставленной перед системой образования задачи.

При информатизации учебного процесса необходимо создавать программно-методические комплексы, базы данных и знаний. В рамках информатизации управления учебным процессом должны быть созданы инструментальные программно-дидактические средства и информационные ресурсы, направленные на интегрированное использование в создаваемой единой информационно-образовательной среде.

Следует отметить, что сбор и размещение информации, представленной в разнообразных формах (одном утвержденном на федеральном уровне формате и стандарте) позволят создать системы образовательных порталов, дополняющих друг друга и предоставляющих выбор портала по индивидуальным запросам пользователя. Самым первоочередным вопросом для реализации единой информационно-образовательной модели федерального и регионального уровней является тот программный продукт, то административно-управляющее ядро порталов, которое необходимо создавать централизованно, квалифицированной командой. Поставка такого программного продукта на региональные уровни должна проводиться под патронатом Министерства образования, которое оплачивает эту работу, а все субъекты единой образовательной среды должны быть интегрированы в эту структуру по разработанным процедурам. Главная же задача субъектов ЕИОС - разработка

информационно-методических материалов и размещение последних на мини-порталах образовательного учреждения с предоставлением права свободного доступа к информационным ресурсам любому пользователю.

В преодолении проблем компьютерно-опосредованной коммуникации в электронной среде образовательным сообществом уже накоплен некоторый опыт. К такому опыту относятся, в том числе, исследования по вопросам сетевой этики, основанные на выработке норм поведения, характерных для нескольких одновременно работающих участников (групп).

Следует сказать, что существование норм и правил сетевой этики предполагает и зачастую обеспечивает взаимно предусматриваемые и ожидаемые способы поведения тех, кто с ними знаком. В результате предвидения реакции одних пользователей Интернет-технологий на поведение других, межличностное взаимодействие или взаимодействие в малых группах приобретает организованный и взаимосогласованный характер. Так, отсылающий электронное письмо предполагает (или не предполагает) получить ответ на него или подтверждение о получении, извлечение вложения в течение какого-то срока (например, практически сразу, в течение дня, недели). Но получатель, не осведомленный о сетевой этикете, может проигнорировать это ожидаемое действие (или подтвердить получение, приписав к полученному объемному присланному сообщению короткую фразу, что не является ожидаемым и корректным).

Исследования и обучение в области коммуникации только начинают появляться в отечественной науке и образовании, и вызваны повышенным интересом, в основном, социально-гуманитарных наук. Исследования компьютерно-опосредованной коммуникации, как прикладного направления в области коммуникации, показывают, что формируется особая культура обучения, в которой меняется роль педагога, изменяются организация и методология обучения и учения.

Использование педагогической коммуникации предполагает готовность педагога и обучающегося строить эффективную компьютерно-опосредованную коммуникацию между собой и с другими участниками педагогического процесса. Немаловажно изменение традиционных ролей, появление новых позиций в схемах взаимодействия: педагог-обучающийся, обучающийся-обучающийся. При обучении используются различные оперативные способы взаимодействия: индивидуальные (консультации, индивидуальные задания, защиты выполненного задания) и централизованные формы коммуникации, методы обучения в сотрудничестве (проекты, форумы, электронные семинары). На этику поведения в компьютерной среде оказывают влияние формирующиеся нормы поведения, характерные для сообщества пользователей Интернет, а также образовательного и делового сообществ. Проявления этического поведения выражаются некоторыми ожидаемыми действиями, сформированными определенным образом текстовыми сообщениями (обращение, тон, структура и содержание текста, задаваемые вопросы). Компьютерно-опосредованная коммуникация имеет не только ограничения (невербальные, эмоциональные), но

и ряд дидактических преимуществ, которые делают ее привлекательной для использования в практике образования. К ним можно отнести гибкость, скорость, письменный характер, объединение информационной и коммуникативной составляющих, личностная направленность, возможности сотрудничества, которые проявляются в самонастраиваемости и самосовершенствовании коммуникативной составляющей электронной образовательной среды (К.К. Колин).

### Литература

1. Красильникова В.А. Информационные и коммуникационные технологии в образовании. Дом педагогики. - М., 2006.
2. Красильникова. В.А. Электронное мультимедийное пособие «Компьютерные сети». - М., 2006.
3. Дырдина Е. В. Компьютерные средства обучения: опыт разработки и внедрения. Петрозаводск: ПГУ. – 2005.
4. Бондаренко В.А. Возможности информационных систем в управлении единым образовательным пространством области. Вестник ОГУ, 2001. № 3
5. Кирьякова А.В. Информатизация образования: аксиологический аспект. Вестник ОГУ, 2002. № 5.

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО В ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ «МАТЕМАТИКА»**

**Пшинокова И.В.**

**Бугурусланский филиал**

**Оренбургского государственного университета, г.Бугуруслан**

Информация всегда была важнейшей, неотъемлемой, составной частью жизни человека. Однако до середины XX века эта категория не была предметом пристального общественного внимания и анализа с точки зрения ее влияния на личность и государство. Коренное изменение отношения к информации связано с осознанием информации как стратегического ресурса развития общества и государства.

Бурное развитие всех отраслей техники и связанный с этим новый этап в развитии математики как науки начинает действительно влиять на образовательные учреждения. Наступило время серьезного пересмотра содержания и методов образования, причем начать следует с критического анализа методов преподавания курса математики.

Образовательные процессы всегда находятся под влиянием глобальных тенденций развития общества. Одной из таких тенденций является формирование информационного образовательного пространства с целью решения проблем координации информационных потоков и широкое использование на его основе развивающих, личностно-ориентированных и практико-ориентированных педагогических технологий. Современное информационное образовательное пространство создает принципиально новый всеобщий доступ к знаниям и их постоянному обновлению, позволяет учиться в любое время с учетом информационных потребностей и интересов обучаемого, это делает образование по настоящему доступным. Используемые при этом развивающие информационные технологии учат учиться, прививают навыки и умения самостоятельно осваивать знания на протяжении всей жизни, учат моделировать полученные знания и эффективно использовать их в профессиональной деятельности. Информационное образовательное пространство позволяет использовать технологии, которые развивают умение адаптироваться в жестких рыночных отношениях, в постоянной и быстрой смене производственных ситуаций, умение работать в команде, принимать и делегировать решения, нести ответственность и добиваться успеха. На этой основе происходит модернизация качества профессиональной подготовки, становление и развитие новых современных базовых знаний, умений, навыков и компетенций.

Основное отличие новой системы образования, ориентированной на реализацию высокого потенциала компьютерных и телекоммуникационных технологий, от традиционной заключается в ее технологической базе.

В современных условиях принципиально важно научить людей извлекать знания из баз данных и других хранилищ информации, генерировать новые



знания в электронном виде, и далее – продавать (коммерциализировать) свои и привлеченные знания. Человек должен научиться эффективно работать и общаться в сетях вне зависимости от границ и языковых барьеров.

Информатизация учебного процесса, в частности по дисциплине математика, связанная с развитием единого информационного образовательного пространства, выходит на уровень создания и эффективного использования образовательных информационных ресурсов. Под ними понимается совокупность образовательных материалов и средств доступа к ним, снабженная методикой по их использованию в учебном процессе. В этот комплекс могут входить рабочие программы, перечни вопросов, тем, глоссарии, конспекты лекций, вопросы для самопроверки и проверки, тесты, образцы решений, творческие работы учащихся, методические материалы, рекомендации, инструкции и т.д. В настоящее время считается неэффективным заниматься разработкой информационных ресурсов для каждой дисциплины с нуля. Наличие огромного числа образовательных компьютерных курсов и программ освобождает преподавателя от необходимости создания электронного курса по дисциплине собственными силами, однако, ставит проблему поиска ресурсов и разработки методик их применения.

Использование достижений современных информационных технологий в учебном процессе высшей школы открывает совершенно новые возможности для творчества и повышает эффективность самостоятельной работы студентов. Эти факторы способствуют образованию новой информационной структуры – информационного образовательного пространства, которое характеризуется высоким уровнем информационных технологий, развитыми средствами представления и доставки информации потребителю, специализированными технологиями и средствами организации процесса обучения и контроля знаний учащихся, централизацией учебно-методического и лабораторного оснащения.

В настоящее время проблема создания информационного образовательного пространства в предметной области «Математика» характеризуется рядом противоречий между:

- потенциальными возможностями информационного образовательного пространства и реальным их использованием участниками педагогического процесса;
- дидактическими возможностями новых информационных технологий и традиционных знаниево-ориентированных технологий;
- уровнем теоретической разработанности новых информационных технологий и степенью их использования в учебном процессе.

Чтобы грамотно конструировать информационное образовательное пространство в предметной области «Математика» и развивать его, необходимо разобраться в базовых составляющих, формирующих основу и развитие информационного образовательного пространства.

Информационное образовательное пространство в предметной области «Математика» представляет собой совокупность организационного, информационного, технического, учебно-методического, психолого-

педагогического обеспечения учебного процесса, неразрывно связанную с человеком как активным субъектом учебной деятельности.

Оно строится на основе:

- создания технологической среды за счет инструментальных средств разработки и использования сетевых курсов для организации и ведения учебного процесса на базе средств информационно-коммуникационных технологий;
- организации учебного процесса с использованием электронного учебно-методического комплекса;
- подготовки студентов к использованию информационных образовательных технологий в учебном процессе.

Конструирование информационного образовательного пространства в предметной области «Математика», требующее наличие специальных навыков и приемов разработки электронных курсов, владение приемами интерактивного взаимодействия всеми участниками учебного процесса, методами и формами электронного обучения является необходимым условием эффективности современного университетского образования.

Можно выделить три взаимосвязанные между собой области применения информационных технологий в сфере высшего образования: в рамках аудиторных занятий, электронные библиотеки, Интернет.

Образование, полученное с использованием информационных технологий, гораздо более объемно, оно дает возможность понять принцип или концепцию, учит анализировать ситуации и проблемы. Компьютерные учебные материалы требуют гораздо большей гибкости мышления и соответственно усилий для развития. Особого эффекта применение информационных технологий достигает при использовании методов активного обучения, а также когда студент находится во взаимодействии с товарищами по учёбе, в соревновании, в сотрудничестве.

Информационное образовательное пространство в предметной области «Математика» основано на лично-ориентированном подходе в обучении и включает следующие структурные компоненты: учебно-методический комплекс дисциплины (информационное наполнение процесса обучения); библиотека (традиционная и электронная), медиатека; портфолио; виртуальные лаборатории; программное обеспечение; технический комплекс; студенческие научно-практические конференции, публичные защиты творческих проектов и представление результатов своей деятельности в сети Интернет; автоматизированная система контроля знаний.

Отметим основные виды деятельности участников образовательного процесса по математике:

*преподаватели:*

- получают информацию о педагогической и методической литературе, интернет – ресурсы учебного назначения;
- организуют работу в образовательных проектах, конкурсах, викторинах;

- организуют дополнительные занятия, факультативы;
- организуют самостоятельную работу студентов;
- обмениваются информацией по методике преподавания в рамках виртуальных МО;
- создают веб-странички, сайты и получают новый образовательный ресурс доступный и другим регионам, участвуют в работе педагогических интернет – объединений;
- проводят тестирование;
- используют мультимедийные учебные курсы;
- проводят телеконференции (форумы) по дисциплине;
- осуществляют индивидуальное консультирование;
- имеют доступ к федеральному перечню учебных изданий и готовому планированию по утверждённым учебникам;

*студенты:*

- ведут поиск информации для решения учебных задач;
- осуществляют проверку расчетных задач в среде Excel, MathCAD;
- участвуют в олимпиадах, викторинах, конкурсах, проектах;
- участвуют в творческих научных работах;
- участвуют в дистанционном тестировании;
- используют в учебной работе имеющиеся образовательные ресурсы (тренажёры, репетиторы, энциклопедии, справочники и т.д.).

Информационное образовательное пространство помогает изменить практику распространения информации, что в свою очередь, приводит к перераспределению ответственности за результаты учебной работы, дает преподавателю новый уровень свободы в принятии решений об изменении организации и методов обучения и принципиально меняет его работу. С одной стороны это привлекает преподавателя, а с другой – отталкивает, так как виртуальная среда все еще непонятна для многих.



Рисунок 1 – Модель информационного образовательного пространства в предметной области «Математика»

# СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ

Саблина Т.А.

Оренбургский государственный университет

В условиях перехода на двухуровневую модель высшего профессионального образования, как одного из приоритетных направлений модернизации современной российской образовательной системы, возрастают требования к университетской подготовке будущих журналистов.

Сегодня востребованы высококвалифицированные компетентные специалисты в сфере массмедиа, с высоким уровнем профессиональных умений и навыков, отличающиеся мобильностью и самостоятельностью в принятии ответственных решений, умеющие отходить от сложившихся стереотипов и предлагать новые идеи, технологии решения профессиональных задач, способные в ситуациях социальных перемен самосовершенствоваться и выстраивать гармоничные отношения с окружающим миром.

Таким образом, изменение образовательных стандартов, предполагающее, прежде всего, усовершенствование содержания и структуры образования, актуализирует проблему использования новых технологий и форм организации учебного процесса. Поэтому в обучении студентов-журналистов особенно актуально применение современных образовательных технологий, ориентированных на повышение уровня подготовки будущих специалистов.

В своем исследовании мы обратились к тренинговым технологиям, позволяющим актуализировать формирование у студентов-журналистов реального, целостного представления о себе и о будущей профессиональной деятельности; проявление свободного творческого самовыражения; умение разрешать проблемные ситуации адекватно обстоятельствам, определяя для себя цели, смыслы, ориентиры своей работы.

*Тренинговые технологии* мы определяем как систему проектирования и эффективного практического применения целей, принципов, форм, методов и средств интенсивного обучения, направленных на развитие компетентности в общении, на формирование навыков конструктивного поведения, а также на освоение участниками нового опыта творческой деятельности, межличностной коммуникации и эмоционально-ценностных отношений.

Использование тренинговых технологий на занятиях делает более успешными процессы:

- развития коммуникативных и креативных способностей студентов;
- актуализации субъектной позиции в формировании качеств, опыта, необходимых студентам как будущим специалистам;
- проявления профессиональной самостоятельности и готовности к предстоящей практической работе;
- активизации рефлексивно-ценностного отношения к жизни, к обучению в университете, к профессии;

- развития аксиологического потенциала личности студента как базисной основы становления его образа «Я – будущий журналист».

Наиболее эффективными приемами данных технологий обучения являются дебаты, анализ конкретных профессиональных ситуаций, деловые и ролевые игры.

Проведение занятий в форме дебатов позволяет студентам представлять в различных формах актуальную информацию, обмениваться опытом, отстаивать свою позицию в отношении актуальных вопросов журналистики, злободневных политических, социальных и культурных проблем современного общества, что помогает им в полной мере предстать в качестве субъектов учебной и профессиональной деятельности.

Анализ конкретных профессиональных ситуаций, возникающих в работе специалистов средств массовой информации, побуждает будущего журналиста к активному поиску эффективных способов деятельности, к определению рациональных и негативных сторон анализируемых эпизодов, к конструктивному разрешению проблем, которые существуют в журналистской практике, к осознанию ценностей профессии, к самоопределению в профессиональной культуре.

Деловые и ролевые игры применяются в обучении для моделирования реальных механизмов и процессов предстоящей деятельности. Это способствует более глубокому пониманию изучаемых явлений, и практическому освоению сути журналистской профессии, переходу от выполнения стандартных, шаблонных заданий к инициативным действиям, основанным на глубоких профессиональных знаниях, умениях и навыках.

В своей работе мы акцентируем внимание на эвристическом потенциале тренинговых технологий. Поэтому в учебной деятельности моделируются различные проблемные ситуации, отражающие специфику работы журналиста, когда в условиях неопределенности студенты должны проявить умение самостоятельного поиска решения профессиональных задач, показать навыки эффективной работы в коллективе, продемонстрировать активную личностную и профессиональную позицию.

Таким образом, на занятиях делается акцент на развитии таких качеств личности студента, как способность принимать ответственные решения, понимать конечные цели выполняемого задания, стремление доводить его до конца. При этом отрабатываются навыки принятия решений в условиях сотрудничества или соперничества.

Применение данных технологий в учебном процессе способствует тому, что студенты демонстрируют умение оперировать полученными знаниями, умение применять их при решении практических задач, умение самостоятельно анализировать, обобщать и делать выводы. Немаловажным аспектом использования данных технологий при выполнении учебных задач является опыт творческого взаимодействия и эмоционально-ценностных отношений внутри студенческих групп. Все это направлено на то, чтобы осуществление перехода от получения знаний в ходе обучения к их применению в

профессиональной деятельности было максимально эффективным. Поэтому уже во время учебного процесса в университете у студентов изменяется отношение к будущей профессии, которая рассматривается не как деятельность по реализации абстрактных, безличных функций, а как общественно - значимая творческая деятельность, где востребованы конкурентоспособные специалисты, обладающие высоким культурным потенциалом, творческой индивидуальностью, способные вносить свой вклад в развитие профессиональной сферы.

Такое направление в образовательной практике университета, на наш взгляд, способствует саморазвитию и творческой активности студента, определению инициативного, ответственного отношения к самому себе, к образованию, к выбранной профессии, а также личностному и профессиональному росту, совершенствованию журналистского мастерства, актуализации субъектной позиции студента, отражающей авторство его жизнедеятельности.

## ИНТЕРАКТИВНОСТЬ НА РАДИО УМИРАЕТ И РОЖДАЕТСЯ ЗАНОВО

Стрельникова Е.А.

Оренбургский государственный университет

«Я всегда поражаюсь, что различные международные организации меряют уровень демократии в какой-либо стране с помощью каких-либо опросов и вычислений. Все проще. Нужно посчитать процент прямых эфиров в общем объеме вещания главного государственного канала. Этот процент все и покажет», - советует известный радиоведущий Матвей Ганапольский.<sup>4</sup> Совет прост настолько, что так и тянет им воспользоваться. Вот только в региональном эфире считать-то практически нечего. Нет, там есть, безусловно, прямой эфир, но он занят новостными выпусками, информации в котором строго выверены главным редактором. Те минуты, где слова ведущего не подвергались тщательному анализу, это прогноз погоды. Хотя была бы возможность, то, наверное, и он прошел бы жесткую правку. В государственном региональном вещании сегодня нет места интерактивности (под ней я рассматриваю такой вид обратной связи коммуникатора с аудиторией, который осуществляется в прямом эфире с помощью любого технического канала). А ведь именно интерактивные программы на региональном радио всего пару лет назад занимали до 90 процентов эфирного времени. Некогда самая рейтинговая программа «Губерния» на «Радио России — Оренбург» сегодня свое колесо вещания строит по принципу: Новости + погода + реклама (приличный кусок обязательно о болезнях) + пара песен + может быть один или два сюжета. И все. Так любимой и нужной народу свободы слова в «Губернии», к сожалению, нет. Хочет или не хочет высказаться на какую-либо тему, озвученную в новостях, слушатель или компетентный гость, редакцию не интересуется. Таким образом, аудитория на региональном радио формата «News+Talk» сегодня перестала быть активным участником передач. Функция социального контроля, которая может существовать только в программах интерактивного вещания, полностью утеряна. При этом попытки втиснуть в рамки радиоэфира безликие звонки радиослушателей лишь вызывают грустную ухмылку. Ведь даже эти, так называемые, прямые включения заранее записаны и смонтированы. Имитация общественного диалога, распространенная на российском телевидении, перекочевала на радио, и тем самым почти загубила его как оперативное, открытое и демократическое средство массовой информации.

Можно возразить, что интерактивность осталась на коммерческих станциях, которые по-прежнему работают в режиме прямого эфира. Совершенно верно. Только из 11 вещающих в УКВ и FM диапазонах региональных радиостанций лишь две формата «News+Talk»: «Радио России - Оренбург» и «Эхо Москвы в Оренбурге». На первой, как говорилось выше,

<sup>4</sup>

М.Ганапольский «Кисло-сладкая журналистика». – М.: АСТ: Зебра Е, 2008. – С. 148

интерактивность умерла, на второй - выглядит столь бледно, что практически незамечаема оренбургскими слушателями. На остальных каналах она сводится к банальным поздравлениям.

Люди слушают клонированные новости, клонированных ведущих, клонированную музыку. Людям надоедает однообразие. Они ищут выход и находят его в Интернете. Но пока большинство сайтов региональных радиостанций представляют собой кальку традиционного сетевого вещания, не особо ее адаптируя для пользователя. В Оренбургской области онлайн-радио представлено бедно. По-видимому, большинство владельцев традиционных радиостанций в Оренбурге уверены, что выход на онлайн не увеличит принципиально их аудиторию, зато добавит лишнюю головную боль в стабильную работу коллектива. В первую очередь в Интернете мы встречаем музыкальный формат. Нет ни одной радиостанции, которая оперативно и качественно утоляла бы «информационный голод» аудитории региона в сети. Те онлайн передачи, которые есть, не имеют текстовый версий. Добавлю, текстовые версии не должны сводиться к простой расшифровке аудиоинформации. Материалы должны серьезно редактироваться с учетом особенностей интернет-читателей. Новостная лента везде обновляется не оперативно. И это у радио! Самого оперативного СМИ! Нет опросов, интерактивов, минимум форумов, чатов, голосований. Нет игр, конкурсов. Слабая коллекция ссылок. Отсутствуют комментарии, прямые трансляции. При просмотре сайтов создается впечатление, что ими занимаются люди более близкие к компьютерным технологиям, чем к журналистике. На мой взгляд, то Интернет-радио, которое рано и поздно просто обязано появиться в региональном эфире, должно стать неким сетевым мутантом, вобравшим в себя лучшее от печатных СМИ (текст), телевидения (картинку) и традиционного радиовещания (звук). Это относится в первую очередь к информационному вещанию, интерактивному, а значит демократичному.

Вы спросите: зачем нужно Интернет-радио «News+Talk», если в Интернете на сегодняшний день и так уже существует множество информационных ресурсов, в том числе и региональных? Действительно, таких ресурсов сегодня множество. Но все они ограничиваются печатным словом, во-первых, во-вторых, констатацией факта без комментариев, в-третьих, отсутствием дискуссии в реале и последующим ее анализом, в-четвертых, нет региональных сайтов для свободного размещения авторами своих аудиозаписей. Формат регионального Интернет-радио «News+Talk» принципиально отличается от традиционных текстовых ресурсов. К его уникальности должны обязательно присоединиться трансляции «живых» местных мероприятий и интерактивность. Первые предоставят доступ любому стать непосредственным участником события. Второе позволит отказаться от традиционного текстового комментария в форуме, гостевой книге, а иногда и непосредственно под информацией, обеспечить слушателя обратной связью в гораздо более естественной форме (характерной именно для радио, а не для Интернета) — возможностью звукового (телефонного, skype) общения, прямого диалога в



реальном времени с ведущими и участниками передач. Это нужно для регионального слушателя, потому что ему тоже хочется активно обсуждать, комментировать, критиковать, предлагать, сочувствовать. Но традиционное радио ему отказывает в реализации этой естественной человеческой потребности, потребности в общении. А в блогах надо обладать элементарными знаниями машинописи, приличной скоростью печатанья (иначе можно мысли растерять настолько, что комментировать расхочется), временем, упорством и еще, желательно, чтобы в этот момент никого не было рядом иначе либо вопросами замучают, либо советами. Звуковое общение, согласитесь, значительно удобнее. Не забудем еще, что радио – это фоновое СМИ. Слушай, вникай в происходящее и параллельно занимайся своим делом. Кроме того, подобный проект может содержаться на деньги частных спонсоров и зарабатывать на размещении рекламы на своей странице. Он не требует серьезных капвложений и может обойтись минимальными инвестициями. И предвидя комментарий по поводу минимального охвата Интернетом аудитории, замечу сразу: в Оренбурге только за год только у местного филиала «Волгателеком», предоставляющего услуги Интернета, количество абонентов выросло на 325 процентов. К концу 2008 года их число составляет более 62 тысяч человек. При этом многие перешли на безлимитный высокоскоростной интернет. Интернет постепенно проникает и в автомобили. Может не так быстро, как нам хотелось бы, но это лишь вопрос времени.