

ностями организовать конкурентную разведку и внедрить ее в свою деятельность обладают только самые крупные участники производства на отечественном потребительском рынке.

Список источников:

1. Березин И.С. Промышленный шпионаж, конкурентная разведка, бенч-маркетинг и этика цивилизованного бизнеса // Практический маркетинг. – 2005. – №7 (101). – С. 15-18.
2. Гончаров А.А. Роль конкуренции в разработке конкурентных стратегий для предприятий // Общественные науки. – 2011. – №2. – С. 112-120.
3. Делиникайтис Н.А. Формы проявления конкуренции как института // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2010. – №2. – С. 15-18.
4. Джилад Б. Конкурентная разведка. Как распознавать внешние риски и управлять ситуацией. – СПб.: Питер, 2010. – 320 с.
5. Заика С.Б. Состояние и перспективы развития кооперации в животноводстве // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2012. – №1 (10). – С. 43-47.
6. Мачнев М. Подразделение конкурентной разведки (КР): Новые задачи в условиях кризиса // Безопасность. Достоверность. Информация. – 2009. – №83. – С. 6-8.
7. Шарипова Н.А. Интернет как инструмент конкурентной разведки // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2009. – №8. – С. 105-108.
8. Ющук Е.Л. Конкурентная разведка: источники информации и организация работы с ними // Известия Уральского государственного университета. – 2010. – Т.31. – №5. – С. 139-146.
9. Ющук Е.Л. Конкурентная разведка как инструмент менеджмента // Аграрный вестник Урала. – 2009. – №1. – С. 28-31.
10. Ющук Е.Л. Конкурентная разведка как способ манипулирования // Аграрный вестник Урала. – 2009. – №3. – С. 48-52.
11. Ющук Е.Л. Разведка средствами Интернета // Аграрный вестник Урала. – 2008. – №12. – С. 91-92.
12. Ющук Е.Л. Роль промышленного шпионажа в успехе коммерческой деятельности // Аграрный вестник Урала. – 2009. – №2. – С. 42-45.

УДК 659.4:327

Гоцакова Е.В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В ЦЕЛЯХ УРЕГУЛИРОВАНИЯ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ЭТНОПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ

*Гоцакова Екатерина Викторовна**, аспирант; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: katuagotsakova@yandex.ru

Формирование демократического государства, как правило, сопровождается возникновением комплекса проблем экономического, социального и политического характера. Сегодня нужно рассматривать противодействие России в сфере массовых политических коммуникаций как важнейшую государственную проблему. В статье обоснована необходимость разработки четкой государственной информационной политики в этнополитическом разрезе и выработка единой доктрины применения PR-технологий.

Ключевые слова: связи с общественностью, политический PR, технологии PR.

* *Научный руководитель:* Гудименко Галина Валерьевна, д.э.н., профессор; e-mail: galinagudimenko@yandex.ru

Gotsakova E.V.

USE OF PR-TECHNOLOGIES TO SETTLE AND PREVENT
ETHNOPOLITICAL CONFLICTS

Gotsakova Ekaterina Viktorovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: katya-gotsakova@yandex.ru

As a rule, formation of democratic state is accompanied by a complex of economic, social and political problems. Today it is necessary to consider Russia counteraction in the sphere of mass political communications as the major state problem. In the article the necessity of clear state information policy concerning ethnopolitics and uniform doctrine of PR-technologies use is substantiated.

Keywords: public relations, political PR, PR technologies.

«Худой мир лучше доброй ссоры», – гласит русская народная пословица. Современное общество ориентировано на разрешение конфликта, но не всегда в действительности желания человечества разрешить или предотвратить конфликт воплощаются в жизнь. В течение всей человеческой истории: и во время войн, и в мирное время – были использованы разные модели и различные инструменты коммуникативного воздействия. Процесс становления демократии на территории бывшего СССР, процесс построения российской государственности не мог не повлечь целый ряд сложных проблем экономического, социального и политического порядка.

Для осуществления грамотной и эффективной PR-деятельности в политике необходимо знать различные методы и средства политической рекламы, уметь применять их в жизни, в том числе на региональном уровне. Технологии массовых коммуникаций зачастую являются средством продуцирования и развития этнополитических конфликтов, частью парадигмы развертывания межэтнических столкновений [5]. В связи с этим необходимо уметь находить способы управления подобными конфликтами, технологии их превентивного устранения и затухания. Естественно, что поскольку ряд применяемых технологий произошел из сферы PR, то и инструменты противодействия им должны быть из этой же среды.

Способы урегулирования открытых межэтнических конфликтов объединяют в три группы:

1. Решение конфликтной ситуации с позиции силы, т.е. полная победа одной стороны над другой. Именно на такой результат геополитического конфликта чаще всего ориентируются конфликтующие стороны на ранних этапах конфликта. Однако, как показывает история межэтнических конфликтов XX-XXI веков, в большинстве из них невозможно добиться силовой победы; конфликты могут консервироваться на многие десятилетия, но при малейшем вызове переходят из латентного состояния в открытое. У побежденной стороны, как правило, остается чувство национальной обиды, горечь поражения, которые передаются из поколения в поколение, и через значительный промежуток времени такой конфликт может обостриться с новой силой.

2. Взаимное поражение конфликтующих сторон. Чаще всего к такому результату приходят, когда обе стороны истощили свои силы в борьбе, но ни одна из сторон не смогла одержать заметной победы над другой. В данном случае для урегулирования конфликта стороны вынуждены обращаться к посредникам, искать компромиссное решение проблемы, которое обычно не удовлетворяет обе стороны. Если этим способом все-таки удастся урегулировать конфликт, то он практически переходит в латентное состояние, при котором стороны продолжают рассматривать друг друга как противников. Данный способ разрешения конфликта характеризуется также высокой вероятностью последующей актуализации.

3. Взаимный выигрыш сторон в виде достижения согласия по основным вопросам и установления конструктивного взаимодействия. Такой исход конфликта становится возмож-

ным при наличии у сторон политической воли к позитивному разрешению конфликта. Независимые посредники, участвующие в разрешении конфликта, могут показать противоборствующим сторонам возможность их дальнейшего сотрудничества для разрешения стоящих перед ними общих проблем. Такая форма урегулирования конфликта вполне реальна, поскольку придает конфликту не разрушительное, а созидательное содержание [6].

В случае затухания открытой фазы конфликта и перехода ее в закрытую конфронтация на уровне PR-технологий не заканчивается. Победителям крайне важно закрепить свои достижения в сознании людей, выработав новые мировоззренческие модели и новые этнические стереотипы.

На данный момент на юге России и на территории близлежащих государств очевидны межэтнические конфликты: с Грузией в латентном виде, в открытом виде на Украине, в Армении, в других регионах наблюдается очевидная межнациональная напряженность. Какие же PR-технологии применяет или должна применять Россия в аспекте «информационной войны», чтобы ликвидировать конфликты как таковые либо одержать в них победу?

Прежде всего, необходимо четко осознать факт конфронтации против России в поле массовых политических коммуникаций, в сфере политического PR, причем осознать это как важнейшую государственную проблему. Решением этих вопросов нужно заниматься на государственном уровне. К сожалению, в нашей стране практически нет серьезных государственных PR-служб, занимающихся вопросами ведения информационной политики как способа урегулирования межнациональных конфликтов [1]. Все сведено либо к политехнологам, специализирующимся на пере выборах Президента, либо к очень невысокому уровню работы пресс-служб различных уровней власти. Исключение, по нашему мнению, составляет пресс-служба Министерства иностранных дел России, которая стала активно развиваться, привлекая все средства массовой информации в своих целях, с приходом в неё М. Захаровой. В США, например, помимо сетевых организаций под патронажем ЦРУ имеются целые подразделения Пентагона, занимающиеся «информационными войнами», что позволяет проводить политику бескровной вестернизации и подчинения целых стран мира. PR-технологии, которые урегулируют конфликты и гасят их в латентной стадии, должны быть не только адекватны противостоящим силам, но и сверх того предупреждать любое проявление враждебной информационной политики.

Пространство южных регионов России является приоритетной зоной ведения «сетевых войн» посредством PR-технологий. В частности, Южный федеральный округ пронизан линиями конфликтов между этносами, религиями и конфессиями, административными конструкциями, кланами и группировками, элитами, неформальными движениями. Все сегменты разнородны и противоречивы [3].

В современном пространстве защититься и отстоять свою позицию можно, только используя адекватные методы – методы «сетевых войн». Ни наличие многомиллионной армии, ни ядерное оружие, ни спецслужбы не гарантируют надежной защиты. Сегодня невозможно установить как полную самоизоляцию от глобального информационного сообщества, так и физическое уничтожение технологической инфраструктуры мира [2]. Наилучшим вариантом защиты в настоящее время является подключение к уже существующей сети, но не в качестве пассивного объекта, жертвы, а активно действующего субъекта.

Мнение ученых и экспертов в вопросе информационной политики сводится к тому, что пассивные оборонительные действия в сфере PR невозможны, потому что они приведут к дальнейшим этнополитическим конфликтам и не ликвидируют старые. Необходимо создавать сильные PR-структуры, которые будут ответными PR-технологиями, регулировать и управлять конфликтами, а то и превентивно ликвидировать их. Оперативный вброс в СМИ заранее подготовленных комментариев предназначен для урегулирования и снижения напряженности конфликта. Необходима четкая государственная информационная политика в этнополитическом разрезе, выработка единой доктрины применения PR-технологий на региональном и государственном уровне [4].

Для реализации указанной доктрины необходимо разработать механизм предупреждения и урегулирования этнополитических конфликтов, прежде всего PR-методами. Основным элементом доктрины должно быть утверждение факта, что есть конкретные силы, добивающиеся открытого конфликта на конкретной территории России как будущего «детонатора» всей страны в целом. Основополагающими принципами применения PR-технологий властными структурами должны стать:

- 1) открытость власти для населения, забота о реальном имидже российской власти;
- 2) публичность действий власти, направленных на поддержание стабильности в регионах России;
- 3) тотальный контроль за всеми телекоммуникационными службами, в том числе и зарубежными, действующими в регионах;
- 4) запрет на деятельность всех сетевых организаций, правозащитников и СМИ, являющихся проводниками PR-технологий продуцирования и эскалации конфликтов;
- 5) выработка единой концепции национальной истории и проведение ее в жизнь посредством информационной политики;
- 6) применение эффективных PR-технологий с целью создания негативного имиджа дестабилизирующих сил;
- 7) воздействие на массовое сознание и ментальность путем создания новых лояльных этнических стереотипов.

Реальная жизнь доказывает, что для предотвращения и снижения напряжённости межэтнических конфликтов необходимо использовать не только социально-экономические, силовые и другие меры, но и средства коммуникационно-информационного воздействия на все стороны конфликта, в том числе инструменты PR [6]. Налаживанию добрых отношений между этническими общинами, соседними районами и республиками будет способствовать проведение PR-кампаний, которые должны включать целенаправленные действия администраций для реализации совместных экономических, культурных и социальных проектов.

В настоящее время актуальность применения различных моделей коммуникаций и PR-технологий при решении межэтнических конфликтов и в политике в целом постоянно растёт. Это обусловлено, в том числе, формированием глобальных коммуникационных сетей. Информационное общество требует PR-сопровождения всех процессов, происходящих в нём. Состояние общественного мнения определяется результатами рекламных и PR-кампаний всех сторон конфликтов.

Используемые в настоящее время PR-технологии способны манипулировать массовым сознанием в целях соблюдения интересов отдельных групп и группировок. PR-технологии и модели массовых коммуникаций могут при определённом использовании как спровоцировать, так и понижать степень напряжённости межэтнического конфликта, а также практически полностью урегулировать конфликт при умелом применении.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что для обеспечения стабильности и процветания регионов России следует применять эффективные PR-технологии: от «барража» до полной блокировки в СМИ любых информационных поводов, способных дестабилизировать обстановку и создать очаги конфликта. Если межэтнические конфликты вокруг России во многом спродуцированы инструментами массовых политических коммуникаций, то и ответные методики должны относиться не к условно «белым» технологиям, т.е. стандартным, а прежде всего, к эффективным технологиям PR и проводиться на государственном уровне в рамках универсальной доктрины информационной политики. Сегодня в России необходимо создать систему противодействия информационным операциям противников России, включающую ресурсы как государства, так и крупного бизнеса, институтов гражданского общества.

Список источников:

1. Гудименко Г.В., Фроликова О.А. Уровень и качество жизни населения как основа формирования государственной политики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 48-50.

2. Паблик рилейшнз. Теория и практика / Скотт М. Катлип и др. – М.: Издательство Вильямс, 2013 – 624 с.
3. Политический менеджмент [Электронный ресурс] // URL: <http://www.openforum.ru/politicheskii-menedzhment-str14.html> (дата обращения: 20.05.2018).
4. Тивари С. Информационная война. – М.: Питер, 2014. – 304 с.
5. Федченко А.И. Использование PR-технологий для информационно-психологического воздействия в ходе межэтнического конфликта // Материалы научно-практической конференции «20 лет СНГ: актуальные вопросы зарубежной военной информации». – М.: Центр зарубежной военной информации и коммуникации ГШ ВС РФ, 2011.
6. Федченко А.И. Политические PR-технологии в условиях межэтнической напряженности на примере Осетино-Ингушского конфликта: автореф. дисс. ...канд. полит. наук. – М., 2011.

УДК 331.104:005.331

Козлова Е.И., Линькова Е.Г., Щекотихина Л.А.

МАСТЕР-КЛАСС КАК ИНТЕРАКТИВНЫЙ МЕТОД ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Козлова Елена Игоревна, кандидат технических наук; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: e.burtsevala@mail.ru

Линькова Елена Григорьевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lena.linkova60@mail.ru

Щекотихина Любовь Александровна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lyubasha803@mail.ru

Данная статья посвящена правилам проведения занятия в форме мастер-класса, который относится к современным интерактивным методам обучения. Современные способы обучения основаны на привлечении активности студента в образовательный процесс. Занятие, построенное на диалоговом общении, способно решить данную задачу и способствует лучшему усвоению преподносимых педагогом учебных сведений. Мастер-класс является одним из наиболее популярных способов проведения подобных занятий, при котором информация поступает от преподавателя (мастера) к студенту. Перед его проведением необходимо тщательно проработать подробный план действий. В статье даны определения понятия «мастер-класс», приведены задачи и алгоритм его создания, есть информация о том, что он может в себя включать. Также подробно описано, что необходимо для оценивания его подготовки и эффективности. Приведены принципы подготовки мастер-класса. Обращено внимание на то, что одной из целей педагога является передача продуктивных способов работы. Дано понятие проблемной ситуации (индуктора), настраивающей личность на саморазвитие, и описаны ее особенности. Выделены основные человеческие потребности, которые педагог должен стремиться реализовать в процессе проведения мастер-класса.

Ключевые слова: мастер-класс, интерактивный, занятие, педагог, диалог, принципы, проблемная ситуация, индуктор, метод обучения.

Kozlova E.I., Linkova E.G., Shchekotihina L.A.

MASTERCLASS AS AN INTERACTIVE METHOD OF STAFF TRAINING

Kozlova Elena Igorevna, candidate of technical sciences; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: e.burtsevala@mail.ru