

Семейная идентичность определяет содержание ценностей, устремлений, тревог и проблем адаптации, разделяемых членами семьи или взаимодополняемых ими в процессе выполнения семейных ролей. Другими словами, семейная идентичность – это эмоциональное и когнитивное «Мы» данной семьи. Семейная идентичность связана с самосознанием личности и может характеризоваться различной степенью включения или противопоставления «Я» и «Мы».

Стабильность семьи, которую точнее было бы обозначить как «сохранение в изменении», предполагает сохранение идентичности во времени, контроль над конфликтами и способность семьи к изменению и дальнейшему развитию. Наряду с вышеназванными основными показателями психологического здоровья семьи имеют место и такие, как психолого-педагогическая состоятельность или несостоятельность семьи, адекватный возрасту членов семьи уровень зрелости их отношений, мобильность к предметно-рефлексивным отношениям и другие. Все эти элементы психологического здоровья отражают устойчивые, по-своему сложившиеся в конкретной семье социально-психологические явления, подверженные управлению как внутри, так и внесистемным воздействиям. Рассмотренные показатели психологического здоровья семьи создают общий психологический портрет современной семьи и, прежде всего, характеризуют степень ее благополучия.

Источники и литература

1. Гозман Л. Я., Алешина Ю. Е. Социально-психологические исследования семьи: проблемы и перспективы. //Психологический журнал. 1991, №4.
2. Евченко А.Ф., Разов П.В. Социология семьи военнослужащего. – М.: ВУ, 2000.
3. Культура семьи: Учебное пособие /Сост.: Храмова Н. Г., Алексеева Г. Г., Сараева А. А. – Кострома: ГОУВПО КГУ им. Н. А. Некрасова, 2005
4. Торохтий В. С. Психология социальной работы с семьей. М., 1996.
5. Шнейдер Л.Б. Психология семейных отношений. Курс лекций – М.: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000
6. Шнейдер Л. Б. Семейная психология. – М, 2005
7. Журнал практического психолога №6, 2005
8. Copeland A., White K. Studying families. Newbury Park, CA, 1991.
9. [Steve Doocy](#) The Mr. & Mrs. Happy Handbook: Everything I Know About Love and Marriage (with corrections by Mrs. Doocy) (Hardcover) Details
10. Publisher: William Morrow , 2006

Багров Н.В.

НООСФЕРНАЯ ПАРАДИГМА ТНУ

Учитывая новые требования нынешнего времени, предъявляемые к высшему образованию, нам необходимо еще раз сверить стратегию университета с учетом современных тенденций развития общества, т.е. определить наши приоритетные направления и парадигмы.

Одной из таковых, по моему глубокому убеждению, должна быть ноосферная парадигма, которая став брендом ТНУ, позволит создать ему новый имидж, благодаря которому он приобретет свою уникальность и индивидуальность, а также сможет претендовать на статус общенационального центра по подготовке специалистов по устойчивому развитию.

Чтобы понять, о чем идет речь, позволю сделать краткий исторический экскурс.

В середине прошлого века английский историк А. Дж. Тойнби в своем знаменитом труде «Постижение истории» ввел в оборот понятия «Вызова и Ответа».

Под первым термином он понимал момент диалога между человеческим разумом, в результате которого люди постигают свое историческое предназначение, – иными словами, «Вызов» Дж. Тойнби рассматривал как двигатель-локомотив исторического процесса, пробуждающий творческую энергию человека и поднимающий его на новую ступень своего развития.

Отметим, что в бесконечно долгой череде «Вызовов-Ответов» в истории человечества, нынешний экологический вызов занимает особое место.

Он, по сути, поставил перед человечеством вопрос: «Быть или не быть?»

Дело в том, что процесс деградации окружающей среды, разрушаемой хозяйственной деятельностью человека уже достиг критической черты.

Возникает вопрос, знает ли об этом 6 миллиардное население Планеты? И да и нет. Нет потому, что обыденное сознание имеет удивительную способность не воспринимать такую информацию. Страшно, что это происходит даже на государственном уровне. Так в докладе национального разведывательного совета США «Глобальные тенденции развития человечества до 2015 года», слово кризис фигурирует во множественном числе: региональные, финансовые кризисы и другие. О глобальном же экологическом кризисе вообще не упоминается. Комментарии, как говорится излишни.

Многие из нас не хотят прислушаться к голосу ученых-экологов, которые утверждают, что под современную цивилизацию уже заложена «бомба», способная иметь тяжелые, а то и непоправимые отдаленные

последствия. Может случиться так, что когда эта неотвратимость будет осознана всеми, будет уже слишком поздно.

В этом смысле особая ответственность ложится, в первую очередь, на нас ученых, которые должны убедить в этом политическую, деловую элиту и воспитать таких специалистов, которые бы сделали гармонию природы, человека и общества главным принципом своей жизни.

Сегодня нет необходимости подробно говорить о том, что таких темпов изменения окружающей среды история еще не знала. На каждого из нас уже накоплено 48 тонн отходов, а почти половина населения Земли в 2015 году будет испытывать недостаток питьевой воды. К 2100 году приземная температура повысится на 0,9 градуса, однако и этого будет достаточно для того, чтобы число ураганов, обрушивающихся на США возросло на одну треть. Каждый день на Земле производится 1 млн. тонн опасных отходов, таких как тяжелые металлы, диоксин и многие другие.

Об их распространении свидетельствует то, что они уже встречаются повсеместно, в том числе - в продуктах питания, и даже в материнском молоке человека.

Из всего сказанного можно сделать вывод: человеческая цивилизация за время своего существования не создала фактически ни одной технологии, которая бы не деформировала окружающую среду.

К этому следует добавить и то, что буквально с первых лет XX столетия экологический кризис стал нарастать с ускоряющейся быстротой, т.е. он развивался, буквально, на глазах нескольких поколений.

Два выдающихся ученых: Н. В. Тимофеев-Рессовский и Н. Н. Моисеев, – один, рассуждая априорно, другой, – с помощью математических расчетов, пришли к близким выводам о том, что при нынешнем уровне потребления достаточно долго на Планете может существовать примерно 500 млн. человек. Такова для Земли законная экологическая норма, которая уже превышена в 10-12 раз.

Произошло это потому, что люди сейчас используют лишь 10% возобновляемой энергии, а живут на 90% за счет земных запасов, которые нельзя восстановить. Это и есть тот самый антропогенный пресс, под которым все сильнее «прогибается» окружающая среда.

К настоящему времени мировое сообщество прошло определенный путь в поисках ответа на вызов экологического кризиса. Наиболее важным событием на этом пути является конференция 1992 года в Рио-де-Жанейро, в работе которой участвовали представители 178 стран мира.

Главным итогом ее было принятие идеи устойчивого развития, которая ставит под угрозу благополучие будущих поколений как альтернативной природно-разрушительному курсу цивилизации.

В последующие годы многие страны приняли свои национальные программы устойчивого развития.

В настоящее время данной проблематикой занимается целый ряд международных организаций, как-то:

- 1) Департамент политической координации и устойчивого развития ООН;
- 2) Комиссия Объединенных наций по устойчивому развитию;
- 3) Научный комитет по проблемам окружающей среды.

Безусловно, важную роль сыграло и проведение по этой проблеме новой мировой конференции в Йоханнесбурге с участием лидеров мировых держав.

Всемирный саммит в Йоханнесбурге – это вторая «мозговая атака» мирового сообщества по предотвращению глобального экологического кризиса. Основным итогом саммита – это подтверждение безальтернативности модели устойчивого развития, другого пути просто нет.

В то же время результаты пройденного за 10 лет пути к устойчивому развитию позволяют говорить о том, что конкретные действия по улучшению экологической ситуации на планете, повышению жизненного уровня, мягко говоря незначительны.

Нынешнее же поколение ведущих политиков, руководителей не являются носителями идеи устойчивого развития.

Если быть предельно объективным, то надо признать, что нынешняя ситуация напоминает «бег на месте»: собираются конференции, круглые столы; провозглашаются «стратегии», «программы»; пишутся монографии, защищаются диссертации.

Ощутимых же результатов, к сожалению, пока очень мало как на глобальном, так и региональном уровнях. Очень медленно преодолевается дистанция от правильных слов до давно назревших и не терпящих отлагательства дел.

Очевидно, что для реализации столь масштабной идеи мало одной лишь воли государственных лидеров, необходимо встречное движение со стороны людей, общественных слоев, чтобы эту идею сделать достоянием большинства населения.

Здесь уместно напомнить, что четверть века назад основатель известного «Римского клуба», который один из первых осознал реальность угрозы, нависшей над человечеством, считал, что эта проблема находится внутри самого человеческого существа и решение ее возможно, только лишь в том случае если каждый из нас это поймет, осознает.

Из этого следует, что данная проблема не может быть решена без кардинальной психологической перестройки самого человека, без переориентации системы его ценностей, без осознания каждым своей ответственности за существование последующих поколений.

Конечно, будем реалистами, и скажем, что идеалы и ценности устойчивого развития не могут быть быстро восприняты большинством населения. Поначалу они станут достоянием лишь «просвещенного» меньшинства.

Поскольку же в основе идеи устойчивого развития лежит учение о ноосфере нашего ректора В. И. Вернадского, то кому, как не нам, следует включиться в эту работу, составить костяк того «просвещенного» меньшинства, которое будет нести эти идеи в массы.

Напомню, что В. И. Вернадский прекрасно понимал, с какими трудностями придется столкнуться человечеству, чтобы реализовать идею ноосферы. Он говорил, что «ноосфера рождается в буре и грозе».

Ставя вопрос о ноосферной парадигме университета, я руководствуюсь следующими тремя обстоятельствами:

- во-первых, и это главное, кому как не нашему университету следует взяться за реализацию идей нашего ректора В. И. Вернадского, разработавшего теорию ноосферы, которая составляет фундамент устойчивого развития, определяющего пути будущего человеческой цивилизации;
- во-вторых, объективная потребность этого вытекает из того, что Украина вступила в эру техногенных катастроф. Сейчас ситуация в хозяйственном комплексе, инфраструктуре страны, в виду того, что оборудование пришло в негодность, заброшены склады запрещенных для использования химических удобрений, такова, что прогнозировать возникновение техногенных катастроф практически невозможно. Для Крыма, учитывая его уникальность, такие процессы могут привести к непредсказуемым последствиям. Этого ни в коем случае нельзя допустить, ибо он принадлежит не только нынешнему, но и грядущим поколениям;
- в-третьих, надо учитывать, что ЮНЕСКО объявило десятилетие 2005-2014 годы «Образованием для устойчивого развития». Прошло уже несколько лет, но в Украине пока в этом направлении ничего не сделано. Об этой программе, по сути, мало что известно. В нашем университете седьмой год существует «Центр технологий устойчивого развития», который уже выполнил достаточно много научно-исследовательских проектов, часть из которых реализована на практике. Думается, что это нам дает право, отталкиваясь от разработанных методик и полученных результатов, подойти к этой проблеме значительно шире, превратив ее из научно-исследовательской в образовательно-мировоззренческую.

С этой целью на всех специальностях необходимо начать преподавать курс "Ноосферология", варьируя структуру содержания такого курса в зависимости от направления подготовки специалистов.

Полагаю, что если эта работа будет налажена достаточно хорошо, можно будет создать специальную межкафедретскую кафедру. Нами вынашивается также идея создания музея о ноосфере.

Так мы намерены не на словах, а на деле, проявить заботу о нашем земном доме, сделать эту идею генетически присущей каждому выпускнику ТНУ.

Крамаренко В.И., Каменских Е.А. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ БРЕНДИНГА

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными практическими задачами. Одной из важнейших характерных особенностей развития современных мирохозяйственных связей является уско-ряющийся процесс глобализации. На этом фоне происходят кардинальные изменения в технологических процессах организации экспортно - импортных операций, усиливающих под воздействием нового «информационного способа производства». Возникновение глобальных мировых рынков товаров и услуг, капиталов и разнообразных ресурсов, их эффективное функционирование сопровождается созданием глобального рынка информации и информационных технологий. В то же время информация оказала существенное влияние как на характер функционирования мирохозяйственных связей, так и на их организацию в условиях глобализации, что, в конечном счете, проявилось в «...большей открытости экономических систем отдельных государств: интенсификации региональных интеграционных процессов; унификации регулирования предпринимательства и контроля за рынками; единообразии норм и правил осуществления сделок; стандартизации требований к перемещению капитала, инвестициям и функционированию платежно-расчетной системы» [1, с. 16].

Существенным фактором развития экспортно-импортных операций стал Интернет, который предоставляет уникальные возможности дешевой, надежной и конфиденциальной глобальной связи между странами, крупнейшими ТНК и отдельными национальными фирмами, оказывая огромное воздействие на организацию международного бизнеса на основе широкого внедрения разнообразных маркетинговых стратегий. В частности, информационный способ производства изменил природу возможностей получения прибыли компаниями, функционирующими на мировом рынке товаров и услуг за счет использования маркетинговых стратегий брендинга. В условиях усложнения потребительских предпочтений, стремясь удовлетворить потребности очень разнообразных клиентов, компании в своей внешнеэкономической деятельности «все активнее занимаются продвижением брендов, используют все виды контактов с потребителями: встречи, семинары, новости, телефонные разговоры, электронную почту, личные контакты. При этом для оценки эффективности бренда компании применяют широкий набор критериев: воспринятую ценность марки, удовлетворенность покупкой, платежеспособность покупателя, приверженность покупателя данной марке» [1, с. 22-23].

Проблема брендинга особенно актуальна для Украины как страны с экономикой, интегрирующейся в