

В христианской антропологии, по нашему мнению, данная проблема осмысливалась многими представителями христианства.

Особенное значение в этом вопросе имеют воззрения ап. Павла, раскрывшего в своих посланиях ряд антропологических тем, одной из которых является тема непрестанной борьбы в человеке двух сильнейших начал: добра и зла. Апостол в 7 главе «Послания к Римлянам» пишет: «Ибо не понимаю, что делаю; потому что не то делаю, что хочу, а что ненавижу, то делаю... Ибо по внутреннему человеку нахожу удовольствие в законе Божиим, но в членах моих вижу иной закон, противоборствующий закону ума моего и делающий меня пленником закона греховного, находящегося в членах моих». По мнению А. Швейцера, апостол описывает состояние человеческой души, которая еще не перестала быть пленницей греха, «греховного закона»; кроме того, исследователь считает, что это есть описание человека еще не просветленного таинством Крещения. Автор Послания максимально заостряет драматический конфликт между благодатью и законом греха, господствующим в том мире, в котором по-прежнему еще живет плотский, «внешний» человек. В толкованиях данного стиха известными экзегетами бл. Феофилактом и христианским проповедником И.В. Каргелем сообщается, что апостол говорит не просто о двойнической противоречивости в человеке. Свт. Феофилакт усматривает причину тому в борьбе четырех самостоятельных субстанций (законов):

- 1) Божьего, который учит добру;
- 2) противоборствующего добру, который приходит к человеку от дьявола;
- 3) закона ума или естественного закона;
- 4) закона, находящегося внутри членов тела – грехолюбивой воли и склонности к злу.

Почти такие же законы в человеке выделяет и Каргель, только, если можно так сопоставить, вместо «закона ума» Иван Вениаминович приводит понятие «дух, обитающий в человеке». Кроме того, оба экзегета говорят о том, что только с помощью Бога (Христа) человек может, если не освободится от закона зла, то хотя бы начать это освобождение от зла до тех пор, пока в человеке останется один закон – Божественный.

Исследуемая нами проблема прекрасно освещается одним из представителей патристики свт. Григорием Паламой. Он учит что человек двойствен по природе: один внешний – тело, и другой внутренний – душа. Душа является двигателем тела, его содержанием и как бы «разлита» в нем, т.е. находится не в каком то одном месте в теле, а везде. Сама душа трехчастна, т.е. состоит из трех сил (частей):

- 1) мыслительной;
- 2) раздражительной;
- 3) желательной.

В другом же месте святитель говорит, что душа, как и тело, имеет члены:

- 1) растительную способность;
- 2) желательную;
- 3) страстную;
- 4) рассудочную.

По мнению архим. Киприана (Керна), своим учением о структуре души Палама повторяет каппадокийцев, Немезия, Леонтия, Дамаскина, т.е. вполне «унаследовал язык и воззрения древней философии». Свт. Григорий утверждает что, после того, как Богом был сотворен видимый и невидимый миры, появился человек, который удостаивается от Бога большей чести, потому что этот видимый мир образовался до него и для него. Однако земное тело человека смертно, а перед телесной смертью существует и смерть души, понимаемая как отделение от Бога посредством греха. И основные силы души в процессе

грехопадения были поражены злом, поэтому внутри души идет борьба помыслов, желаний, страстей настолько сильная, что способна отделить душу от Бога и умертвить. Однако человек способен встать на путь борьбы со злом с помощью разумного начала в душе, которое является отблеском божественной силы в нем. В таком случае перед ним открывается путь «возводящий его на Фавор» т.е. к бесконечному совершенствованию, высшему подвигу. По мнению архим. Киприана, в учении свт. Григория, раскрываются базовые положения исихазма, так как на этом пути человеку удастся заметить в себе «внутреннего человека», сорвать с себя греховный образ, который является обманом. Это ведет его к причастию божественной природы. Человеку дана надежда излечиться от злой сущности, «обожиться».

Таким образом, основные представители святоотеческой антропологии, анализировавшие феномен двойничества, утверждают то, что в человеке существует некая разумная сущность, свидетельствующая о человеке, как единственном творении, созданном по образу и подобию Бога, которая непрестанно напоминает человеку об этом и призывает его к совершенному добру. Подавление разумной духовной сущности самим человеком или другими людьми в нем вызывает к власти зло – греховный закон, разрушающий человека, а следовательно, и общество, приводящий к забвению культурного наследия и, как следствие, к вырождению и исчезновению нации.

#### МАРКЕТИНГ В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Гончаренко О.Н., Титовская Е.В.

*Южно-Российский университет экономики и сервиса, Шахты, e-mail: gon@pochta.ru*

Маркетинг – это общая функция управления рыночными (обменными) отношениями, представляющая собой совместную деятельность заинтересованных участников этих отношений по выработке и реализации философии, стратегии и тактики создания, коммуницирования, предоставления и использования потребительских ценностей, так что эффективное выявление, удовлетворение запросов и разрешение проблем потребителей и других партнеров ведет к развитию потребителей, успеху организаций и пользе общества, гуманизирова и комфортизируя обменные отношения.

Возникновение термина «маркетинг» связывают с появлением в американском английском языке словосочетания «market getting» (освоение, обретение рынка), превратившегося примерно в 1910 г. в слово-агломерат «marketing». Наиболее масштабные и цельные преобразования маркетинг прошел в течение XX в. Этапы и концепции массового маркетинга, ориентация на развитие производства, на совершенствование товара, сбыта пришлось на первую половину XX в. Второе открытие маркетинга как самостоятельной научно-прикладной дисциплины ознаменовано выходом статьи Теодора Левитта «Маркетинговая близорукость» (Marketing Myopia) в журнале Harvard Business Review в 1960 г. Близорукость состояла в ориентации ответственных лиц в управлении экономикой (в частности, американскими железными дорогами) на продукт, а не на потребность и ее удовлетворение. Так, в противоположность производственной ориентации менеджмента была заявлена маркетинговая, рыночная ориентация.

Традиционно с учетом специфики различных категорий объектов маркетинга выделяются маркетинг физических (материальных) товаров, услуг, идей, территорий, организаций и личностей. В зависимости от целей получения прибыли различается коммерческий и некоммерческий маркетинг. В отношении большин-

ства объектов маркетинга выделяется маркетинг потребительских товаров, услуг и др. объектов конечного потребления и маркетинг объектов производственного назначения, V&B. В маркетинге товаров индивидуального потребления особыми чертами обладает маркетинг быстрооборачиваемых товаров (повседневного спроса) – FMCG.

Основной принцип маркетинга – это ориентация на потребителя, на поиск и эффективное разрешение его проблем, на удовлетворение его потребностей, и в этом – суть маркетингового подхода в менеджменте фирмы, в управлении развитием общества. основополагающий принцип осуществляется с помощью других принципов: доминирование ориентации на перспективу, предпочтение прогнозирования и формирования спроса, комплексность, мультивариантность, нелинейный характер решений, акцент на децентрализацию решений и ситуационное управление, а также целый ряд принципов открытых систем: базирование на элементах, общих для всех участников обмена, выгодность обмена для всех участников отношений и общества, опережающая интериоризация внешних эффектов (экстерналий), дополнение конкуренции сосуществованием и сотрудничеством.

Ведущие современные тенденции развития маркетинга множественны и разноплановы. Без сомнения, он испытывает влияние глобализации современной социально-экономической жизни, ее многочисленные факторы и проявления. Вместе с тем в каждом этносе, в каждой социальной группе маркетинг учитывает их уникальность, с одной стороны, и идентичность – с другой. Все более мощное влияние на маркетинг оказывает растущая информатизация социума. В маркетинговых отношениях углубляется их индивидуализация, налицо тенденция к дезинтермедии – прямому общению производителей с потребителями. Вместе с тем появляются принципиально новые типы маркетинговых посредников, а в цепочке продвижения товаров ее основные участники – производители, посредники и потребители – все чаще меняются ролями и глубже осмысливают необходимость стратегического партнерства, так что конкурентоспособность в маркетинге все больше начинает определяться партнероспособностью.

Подводя итог, стоит отметить, что маркетингом на современном этапе активно заинтересовались федеральные, региональные и муниципальные власти, а территориальные администрации создают стратегии социально-экономического развития до 2020 г.

#### **ПРОБЛЕМА СВОБОДЫ ЛИЧНОСТИ В АНТИЧНОЙ КУЛЬТУРЕ И ПАТРИСТИКЕ**

Жиркова И.А., Пустовойт Ю.В.

ГОУ ВПО «Шуйский государственный педагогический университет», Шuya, e-mail: pustovoiit\_yu@rambler.ru

*Работа выполнена в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 годы*

Проблема свободы – одна из самых сложных нравственных проблем, встающих перед человеком и человечеством. Попытки осмысления свободы содержатся практически во всех этических учениях в истории человечества. Теоретически значимым является выявление представлений о свободе личности в античной культуре и патристике, поскольку в древних традициях были сформулированы центральные компоненты современной нравственной культуры.

В контексте раннегреческой культуры в понятии «свобода» акцентируется не столько философско-категориальное, сколько юридическое значение. Свободный человек – это гражданин полиса, тот, кто живет на земле своих предков. Противоположность ему – военнопленный, увезенный на чужбину и пре-

вращенный в раба. Исток свободы личности – полис, его земля (Солон); свободен от рождения живущий на земле полиса, где установлен разумный закон. Поэтому антоним термина «свободный» – не столько «раб», сколько «негрек», «варвар». Языческой античной культуре чужд не только опыт свободы, но и опыт личности, в которой и для которой только и можно помыслить свободу. Оно подчинило человека жизни рода, и мыслит человека исключительно в рамках родовых отношений, как подчиненную часть некоего родового целого, ему чужда мысль о самодостаточности личности. Таким образом, в античности идея свободы на фоне господства судьбы (рока) и необходимости проявлена слабо и практически лишена этического смысла.

В патристической традиции личность – есть внутренняя суть, природа человека, направленная на его самореализацию. Эта природа божественная, поскольку противоположна естественному эгоизму и инстинкту самосохранения. Понятие свободной личности здесь выступает как возможность реализации своих устремлений. Христианство освобождает человека из-под власти рода. Главное в человеке не то, что он родившийся и рождающийся, главное в человеке – его собственная воля и самоопределение. Единственность и неповторимость личности каждого человека, согласно христианству, опирается на единственность личностного Бога. Поэтому нравственная свобода – это способность личности осуществлять посредством разума господство над чувствами и желаниями, самообладание.

В патристике утверждается, что человеку дана свобода выбора, и каждый вправе выбрать свой жизненный путь. Причиной греха является не свобода, а желание использовать эту свободу для удовлетворения своих похотей. Это обусловлено тем, что в отличие от физической свободы, на которую можно повлиять и которую можно ограничить в самой различной степени, на нравственную свободу (то есть на собственно возможность нравственного выбора) принципиально нельзя повлиять и ограничить ее. За человеком всегда остается возможность выбора нравственной направленности поступка – идти к Богу или от Него, быть праведным или грешным. Свобода осуществляется на путях преодоления и отказа от собственной воли (своеволия) и творческого претворения ее в волю спасительную, соответствующую замыслу Божию о человеке.

Следовательно, в античной культуре и патристике содержатся противоположные подходы к разрешению проблемы свободы личности.

#### **ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ**

Казбаненко А.С., Алиева Н.З., Трухановская Е.В.

Южно-Российский университет экономики и сервиса, Шахты, e-mail: alinat1@yandex.ru

Современная Россия переживает важный и сложный период своего развития. За последние два десятилетия произошла кардинальная трансформация экономического уклада, политического устройства, системы социально-культурных ценностей российского общества.

Проблема качества образования постоянно привлекает к себе внимание исследователей – и отечественных, и зарубежных. Непрерывно предпринимающиеся на протяжении последних десятилетий попытки реформировать отечественную систему образования имеют, в основном, ситуативный характер. Долговременная продуманная стратегия за этими преобразованиями не просматривается, что и неудивительно, поскольку реформы не сопровождаются мировоззренческим, философским осмыслением