

3. Строева, Г. В. обучение как центральная категория процесса самоисправления осужденных: историко-дидактический аспект / Г. В. Строева. Текст : непосредственный // Человек и образование. 2009. № 3. С. 154–158.

4. Уголовно-исполнительный кодекс Российской Федерации. Комментарий к последним изменениям / под ред. Г. Ю. Ксъяновой. Москва : АБАК, 2018. 144 с. Текст : непосредственный.

5. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / М. Фуко. Москва, 1999. 394 с. Текст : непосредственный.

6. Число осужденных в России достигло исторического минимума. Текст : электронный // Известия : [сайт]. URL: <https://iz.ru/834628/2019-01-16/chislo-osuzhdennykh-v-rossii-dostiglo-istoricheskogo-minimuma>. Дата публикации: 16 января 2019.

УДК 37.032:159.923.3

С.А. Днепров, Т.В. Зареева
S. A. Dneprov, T. V. Zareeva

ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», г. Екатеринбург
Russian state vocational pedagogical University, Ekaterinburg
dneprovsergey@gmail.com, tatyana-val@mail.ru

ЧЕЛЛЕНДЖ КАК МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ CHALLENGE AS A METHOD OF FORMING PERSONAL COMPETITIVENESS OF STUDENTS

Аннотация: Личная конкурентоспособность является необходимой мотивационной и целевой основой для развития креативности, а также – содержанием деятельности и формой взаимодействия с коллегами в формировании корпоративной конкурентоспособности. С этой целью в современном образовании традиционная структура валуации должна быть дополнена челленджем – это вызов самому себе и обществу. Челлендж должен стать обязательным элементом валуации, которая является ценностным оцениванием с помощью которого формируется аксиологический фундамент личности. Для подтверждения своей концепции авторы приводят примеры из различных отраслей науки (истории педагогики, маркетинга, теории спорта, культурологии и др.).

Abstract: Personal competitiveness is a necessary motivational and target basis for the development of creativity, as well as the content of activities and form of interaction with colleagues in the formation of corporate competitiveness. To this end, in modern education, the traditional structure of currency should be supplemented by a challenge to oneself and society. The challenge should become a mandatory element of valuation, which is a value assessment with the help of which the axiological Foundation of the personality is formed. To confirm their concept, the authors give examples from various branches of science (history of pedagogy, marketing, sports theory, cultural studies, etc.).

Ключевые слова: личная конкурентоспособность, валуация, челлендж.

Keywords: personal competitiveness, value, challenge.

Анализ научных публикаций различных областей знаний и обзоров полемики в социальных сетях показал, что челлендж (с английского «Challenge») – это вызов, предусматривающий особый сценарий ответного действия, когда организатор челленджа совершает действие, требующее ответных действий [5]. Таким образом, он как бы говорит реальному или воображаемому сопернику: «Хэй, а тебе слабо?» [5], который вводится в состояние своеобразной дуэли, когда человек, принявший вызов, становится обязанным выполнить задание, предусмотренное вызовом. Таким образом, челлендж создает своеобразную напряженную эмоциональную и деятельностную эстафету, побуждающую к особой мобилизации сил для получения выдающихся результатов, значительно превышающих соответствующие показатели соперников, которые они демонстрируют в повседневности. Это характерно для соревнования и конкуренции. Становится очевиден первый признак педагогического эффекта валлоации – необходимо действие, которое вначале совершается личностью как вызов обществу и самому себе, а затем запоминается как важное событие и поэтому – трансформирует личность, порождая новые положительные эмоции и чувства; генерируя дополнительную энергию, которая не проявилась бы в обычных условиях. Все это укрепляет уверенность в своих способностях.

В статьях по маркетингу челлендж трактуется как жанр Интернет-роликов, в которых блогер выполняет челлендж-задание на видеокамеру и размещает его в сети, а затем предлагает повторить это задание своему знакомому или неограниченному кругу пользователей [3]. В 2018 г. одной из основных площадок, наполненных данным жанром роликов стало приложение TikTok. Это сервис быстрого обмена короткими видео. В первом квартале 2018 г. TikTok вошёл в десятку самых скачиваемых приложений, а его аудитория превысила полмиллиарда человек. Основной аудиторией приложения являются представители поколения Z, для которых такой видеоконтент является более предпочтительным, нежели чем людям более зрелого возраста.

Челленджи весьма разнообразны по формам и содержанию. Так, например, в Интернете можно встретить своеобразную «реинкарнацию» весьма популярных в середине XX в. игр на вечеринках, которые сопровождаются призывами к помощи больным людям и используются для привлечения внимания к насущным проблемам современности. Каналами распространения челленджей в Интернете являются популярные социальные сети: Twitter, Facebook, Instagram и YouTube [3].

Валлоативный педагогический эффект челленджа в информационной среде Интернет заключается в том, что создается громкий информационный повод, привлекающий множество участников. Чаще всего такие поводы создают памятные даты или праздники. Челленджи с новогодней тематикой или о любви к родителям, приуроченные ко дню семьи, любви и верности – все это позволяет заинтересовать аудиторию и ненавязчиво реализовать свою идею. Срабатывает простая, но эффективная «механика»

– сам конкурс интереснее, чем приз. Именно это заставляет большее количество людей принять в нем участие. Вторым признаком педагогического эффекта валюации является яркая эмоциональная составляющая в виде принципиальной новизны или ностальгии, вызывающих общую радость и умиление. Это лучшая база для вирусного контента, ведущая к запоминанию, усилению ассоциативности мышления, присущего валюации. Если у пользователя интернетом удастся вызвать хоть какую-то эмоцию или чувство, то он обязательно захочет поделиться ей и с другими людьми.

Челлендж ни в коем случае нельзя рассматривать как нечто принципиально новое. Так, например, по принципу челленджа построены традиционные правила поединков, предусматривающие проведение единоборств в этносporte. Эти правила созданы несколько тысячелетий назад [2]. Соревнования проводятся в микро-группах, что значительно увеличивает количество победителей и естественным образом регламентирует количество призов, выделенных на конкретное состязание. Эти правила делают соревнования более значимыми и привлекательными как для участников, так и для зрителей. После первого поражения борец выбывает из соревнований. Для получения чемпионского титула необходимо одержать три победы, которые дают признание в обществе. Такая система турнира повышает внимание борца к расходованию сил, так как каждый желает продолжить борьбу с более сильным соперником. Эта система не позволяет расслабиться и проиграть, ведь выбывание ведет к понижению статуса в иерархии борцов.

Челлендж соревнований заключается в том, что борец, желающий попробовать свои силы на определённом этапе состязаний, бросает вызов всем присутствующим борцам, которые принимают решение о соответствии своей тренированности физическим кондициям борца, бросившего вызов, и ценности выставленных призов. Они заявляют о своем желании принять брошенный вызов, а судья соревнований фиксирует выбор соперника из числа изъявивших желание принять челлендж, бросившего вызов борца. Такой подход придаёт состязанию эмоциональный накал и стимулирует активность спортсменов, что нравятся зрителям и вовлекает их в управление ходом состязаний.

Борец, бросивший вызов, имеет потенциальную возможность отвергнуть выбор и пригласить себе другого соперника, но на практике пользуется этим чрезвычайно редко, так как любые сомнения в своих силах до начала поединка всегда получают негативную реакцию зрителей, что может значительно повлиять на социальный статус борца. Очевидно, что в этой ситуации также происходит валюация – ценностное оценивание борцом своих возможностей и потенциальных возможностей соперника, а также – настрой зрителей. Все это очень важно для формирования личной кокурентоспособности. В этом заключается третий признак педагогического эффекта валюации.

Валюация происходит и во время поединка и даже после него – красивая борьба даже в случае поражения от более сильного соперника может

существенно повысить социальный статус проигравшего борца. Поэтому, если даже борец проиграл свою схватку, то в качестве волонтера или активного болельщика он все равно окажется в команде победителя. Такой подход к организации турнира способствует сплочению всего коллектива борцов и обеспечивает постоянный интерес зрителей и активное участие каждого из них на протяжении всего дня соревнований [2].

О том, что челлендж – всеобъемлющее явление можно судить не только по этноспорту, но и даже – по литературным юбилеям 2018 г., в котором произошло два юбилея: 150 лет со дня рождения Максима Горького и 200 лет – со дня рождения Ивана Сергеевича Тургенева. Задача организаторов юбилеев – оценить место классиков-юбиляров в жизни рядовых читателей, которые не пишут научных статей, но помнят о классиках то, чему их учили в школе и чему «учат» в СМИ, рекламе и социальных сетях. С помощью челленджей были проведены квесты, виртуальные выставки, литературное турне, марафоны, мультимедийные уроки, фешмобы, акции. «Было солнечно» – поделился впечатлениями один из участников акции, – мы чувствовали себя детьми Солнца, совсем как в пьесе Горького!» [1]. Здесь мы видим, очень яркий пример валуации – памятные даты, сопряженные с челленджем приобретают особую ценность, а впечатления приводят к возобновлению в памяти, запоминанию дополнительной информации и многократному эмоциональному переживанию.

Пример валуативного челленджа мы наблюдаем и в культурологии, где часто предпринимаются попытки показать, как члены фандомных сообществ исследуют вымышленные «вселенные» фандомов [4]. События вымышленные, а эмоции и чувства, которые испытывают фанаты – настоящие. Современный фандом – это и книга, фильм, спектакль, в котором актеры «заигрывают» с фанатами, рассуждают в интервью о своих персонажах и дают им намеки на дальнейшее развитие событий.

Проведенный анализ текстов фанфиков – собственных рассказов литературных фанатов, «анимишных» или кинематографических произведений с оригинальными персонажами, комментариев к ним и прочих материалов, относящихся к фан-сообществам, позволил выделить основные особенности исследовательской стратегии членов фандомных сообществ. Создатели фандомных франшиз стараются апеллировать сразу ко всем органам чувств исследователей вымышленного мира. Поэтому они производят так называемых «стафф» – сувенирную продукцию и атрибутику, связанную с конкретным вымышленным миром. От того, что человек может подержать в руках волшебную палочку Гарри Поттера или облачиться в костюм «Чудо-женщины», у него как бы создается впечатление, что вымышленный мир не просто реален, но «вещен» – к нему можно непосредственно прикоснуться [4].

Челлендж – в том, что фанаты разных фандомных сообществ периодически бросают друг другу вызовы, сущность которых заключается в определении того, кто же из фанатов «круче», «косплейнее», то есть манера-

ми поведения и костюмами больше походит на своих литературных или кинематографических кумиров. Таким образом, проявляется четвертый признак педагогического эффекта валюации в формировании конкурентоспособности.

Таким образом, в челлендже мы видим не просто создание воображаемых историй-нарративов, которые являются обязательным элементом валюации (по Хермансу Г. Й. М.), но и вполне реального, но при этом – воображаемого мира, в котором исторические сюжеты всегда строятся на некоторых опорных моментах и эпизодах, которые автор описывает подробно. Многое в этом мире неизбежно остается за кадром. Часто именно эти «белые пятна» и желают заполнить авторы фанфикшн (сублитература, где автору не нужно придумывать собственный мир – он уже был создан; не нужно придумывать героев, они уже были описаны; не нужно следовать собственному стилю, а надо попытаться повторить написанное или показанное кем-то до него), задаваясь вопросом, что происходило в те промежутки времени, которые автор оставил незаполненными или на которых остановился мимоходом. В фанфикшн существует даже специальный термин для таких работ – «пропущенный эпизод». При конструировании текстов фанфикшн смешиваются исторические реалии, сюжет сериала, домыслы и фантазия фанатов. Вымышленный мир обретает «онтологический статус». «Валюативный челлендж фанфикшена» заключается в том, что опорные моменты важного события остаются в памяти и дают толчок к развитию нарративов (воображаемых историй), будоражат сердца тех же авторов и, порой, меняют направления их пути.

Проведенный анализ показал, что «валюативный челлендж» в маркетинге, спорте, литературе, культурологи и других сферах человеческой деятельности активно формирует личную конкурентоспособность. Поскольку, бросая вызов самому себе или обществу, обучающиеся не только переносятся в иную реальность, но и трансформируются в иных, более совершенных людей – главных действующих лиц, запоминающих событие как важное для нас, судьбоносное. Эти события даже через много лет вызывают яркие эмоциональные переживания, усиливают ассоциативность мышления, периодически возобновляя «следы» в памяти, вызывают мотивацию улучшить свою жизнь и возможно, стать на порядок лучше, и даже – счастливее.

Список литературы

1. Боева, Г. Н. Челлендж – 2018 года: о двух юбилеях ушедшего года Литературные юбилеи как зеркало русской жизни / Г. Н. Боева. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/literaturnye-yubilei-kak-zerkalo-russkoy-zhizni/viewer>. Текст : электронный.

2. Ермаков, А. В. Критический отбор систем проведения соревнований обращением к практике традиционных игр и этноспорта / А. В. Ермаков. Текст : непосредственный // Международный журнал «Этноспорт и традиционные игры». 2019. № 1 (1) С. 12–18.

3. Курбанова, Э. Д. Challenges как инструмент международной массовой коммуникации / Э. Д. Курбанова, О. В. Новоселова. Текст : непосредственный // Научный альманах. 2017. Т. 6, № 1 (32). С. 284-286.

4. Пейгина, Л. В. Учи матчасть: Фикрайтеры как исследователи / Л. В. Пейгина ; Национальный исследовательский Томский государственный университет. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36620823>. Текст : электронный.

5. Херманс. Личность как мотивационный рассказчик: теория валуации и метод самоконфронтации / Херманс, Й. М. Губерт. Текст : непосредственный // Постнеклассическая психология. Социальный конструкционизм и нарративный подход. 2006–2007. № 1 (3). С. 7–53.

УДК 378.635.174:[37.013.42-053.6-058.55]

А.С. Днепров, С.О. Хилюк

A. S. Dneprov, S. O. Khilyuk

Российский государственный профессионально-педагогический университет, г.Екатеринбург

Уральский юридический институт МВД России, г.Екатеринбург

Russian State Vocational Pedagogical University, Yekaterinburg

Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of

Russia, Yekaterinburg

dneprovsergey@gmail.com, s_khilyuk@mail.ru

**ОТНОШЕНИЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ СИСТЕМЫ МВД РОССИИ К СОЦИАЛЬНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ РЕАБИЛИТАЦИОННОЙ РАБОТЕ
С ПОДНАДЗОРНЫМИ**

**ATTITUDE OF TRAINING EDUCATIONAL ORGANIZATIONS
OF THE RUSSIAN MIA SYSTEM TO SOCIAL AND PEDAGOGICAL
REHABILITATION WORK WITH SURVEILLANCE**

Аннотация. В данной статье анализируется проблема подготовки сотрудников органов внутренних дел к проведению социально-педагогической реабилитационной работы с поднадзорными подростками. Авторами проводится исследование отношения курсантов и слушателей к социально-педагогической реабилитационной работе, сделаны обобщающие выводы.

Annotation. In this article the problem of training of employees of internal Affairs bodies to carrying out social and pedagogical rehabilitation work with supervised teenagers is revealed. The authors conduct a study of the attitude of cadets and students to social and pedagogical rehabilitation work, generalizing conclusions are made.

Ключевые слова: социально-педагогическая реабилитация, сотрудники полиции, курсанты, слушатели, поднадзорные, подростковая преступность.

Keywords: socio-pedagogical rehabilitation, police officers, cadets, students, supervised, juvenile delinquency.

За 8 месяцев 2019 года несовершеннолетние Свердловской области совершили 1281 преступление [4, с. 2]. Рост количества совершенных преступлений произошел из-за целого ряда обстоятельств: