

Андрианова В. И.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ИЗМЕНЯЮЩИМСЯ УСЛОВИЯМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/10-1/3.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по данному вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2008. № 10 (17): в 2-х ч. Ч. I. С. 13-15. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/10-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

- Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия. – М., 1996.
Баскова Ю. С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ. – Краснодар, 2006.
Москвин В. П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка. – М., 2007.
Сеничкина Е. П. Эвфемизмы русского языка. – М., 2006.
Ковшова М. Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. – М., 2007.
Словарь русского языка / Под ред. Евгеньевой А. П. – М., 1984.

СОЦИАЛЬНО–ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ИЗМЕНЯЮЩИМСЯ УСЛОВИЯМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ

Андреанова В. И.

Чувашский государственный университет им. И. Н. Ульянова, г. Чебоксары

Анализ научной литературы по проблемам социально-психологической адаптации показывает, что в большинстве публикаций содержательные характеристики данного феномена сводятся к приспособлению личности к условиям внешней среды жизнедеятельности. В рамках приспособленного поведения рассматриваются различные виды адаптации (биологическая, психофизиологическая, социальная, профессиональная, экономическая, организационно-административная, санитарно-гигиеническая и др.). Представители разных наук, исходя из своей профессиональной принадлежности, вносят в содержание адаптации свое видение и свои характеристики. Что касается социально – психологической адаптации российских предпринимателей, то здесь необходимо выделить ряд специфических особенностей, которые в определенной мере входят в противоречие с традиционной формой интерпретации данного понятия.

Известно, что до перестройки и в первые годы экономических реформ, в России не было рыночной среды экономической деятельности, вследствие чего многим россиянам, желающим заняться бизнесом, не было к чему приспособляться (не было рыночных отношений, не было рыночной конкуренции как основных двигателей предпринимательской деятельности). В начале и середине 90 – х годов XX века массовое участие людей в «челночном бизнесе», в организации функциональной деятельности, так называемых, комков (коммерческих киосков, магазинов), стало предвестником постепенного формирования рыночной среды деятельности. И если учесть, что основная часть первопроходцев отечественного бизнеса состояла преимущественно из жителей крупных городов, то формирование рыночных основ предпринимательства происходило более быстрыми темпами именно в городской среде. Принимая во внимание, что на территории России расположено огромное число малых городов и сельских поселений, то рынок и рыночные отношения для значительной части населения этих административных образований, являются и поныне отвлеченными понятиями, существующими лишь виртуально на уровне инфляции и роста дороговизны жизни.

Можно констатировать, что отсутствие рыночной среды жизнедеятельности на селе (в условиях ликвидации колхозно–совхозного производства с/х продукции), стало основной причиной массовой миграции молодежи и грамотных специалистов в города, запустением огромных площадей сельскохозяйственных угодий. Говорить в данном случае о социально-психологической адаптации крестьян к предпринимательской деятельности нет особой необходимости и целесообразности, поскольку малый бизнес на селе находится пока в зачаточном состоянии.

Как показывает практика, важная роль в становлении и развитии рыночных механизмов экономики переходного периода принадлежит не только правительству России, но и представителям «первой волны» предпринимателей - «челнокам», коммерсантам и «новым русским». Социально – психологическая адаптация к новой, трансформирующейся экономической среде деятельности (смены социалистических производственных отношений на капиталистические), происходила у них довольно своеобразно и не отличалась наличием высоких моральных принципов ведения своего бизнеса. Для достижения целей быстрого обогащения представители этой «волны» нередко брали на вооружение многие негативные средства и методы борьбы с конкурентами, типичные для зарубежных предпринимателей времен «Дикого Запада». Рэкет, шантаж, силовое давление, физическое насилие довольно зримо проявлялись на первых этапах развития предпринимательства в России. Наряду с «вынужденными» предпринимателями, «новыми русскими» в середине 90 – х годов сформировалось ядро нового бизнес – слоя из числа работников бывшей партийной номенклатуры и госчиновников. Умело используя приватизацию госсобственности, систему хозяйственных связей, они быстро адаптировались к рыночным отношениям, и умело (юридически грамотно) обогатились. Особенного успеха в этом деле добились предприниматели, имеющих прямое отношение к приватизации («захвату») природных ресурсов (газа, нефти и др.), крупных промышленных предприятий. Именно они довольно быстро стали русскими олигархами, имеющих в своем распоряжении огромные материальные ценности и «большие» деньги.

Быстрые перемены в экономическом состоянии страны (рост инфляции, налогов, повышение цен на энергоносители, банковские кредиты, аренды и т.п.) обуславливают появление среди предпринимателей

разных видов социально–психологической адаптации (добровольной, принудительной, прогрессивной, регрессивной), формированию адаптивности как черты личности. С учетом жесткого прессинга деловых людей со стороны госчиновников, высоких налоговых пошлин на предпринимательскую деятельность, то можно говорить, что принудительная социально – психологическая адаптация стала доминирующей в экономической деятельности предпринимателей. Данный вид социально – психологической адаптации довольно зримо прослеживается в рамках следующей цепочки: Центральная власть (в лице правительства России) и предприниматели; госчиновники разных уровней власти (республиканских, областных, городская, районных) и предприниматели; часть негативно настроенное население и предприниматели; на уровне конкуренции – предприниматель – предприниматель. Во многих случаях принудительная, (т.е. вызванная различными действиями со стороны представителей выше указанной цепочки), социально-психологическая адаптация предопределяет деформацию мотивации и духовно-нравственных качеств предпринимателей (проявление жадности, нечестности, равнодушия, агрессивности и т.п.), что наносит значительный ущерб имиджу деловых людей. Данный вид социально – психологической адаптации лишает предпринимателей использовать все социально – психологические резервы для профессиональной самореализации, возможностей для проявления своих творческих способностей, инициативы и деловой активности.

Добровольная социально–психологическая адаптация – это приспособление предпринимателей к важным аспектам распоряжений правительства, налоговых служб, облегчающих предпринимательскую деятельность. К сожалению, за последние 15 лет значительных налоговых послаблений со стороны правительства не произошло. Наоборот, наметилась тенденция к усилению фискальной политики со стороны налоговых служб по отношению к малому бизнесу и предпринимательству. Добровольная социально–психологическая адаптация может проявляться у тех предпринимателей, которые без критики налоговой политики государства, деятельности многочисленных проверяющих органов, с сожалением, но послушно и безропотно выполняют (порой бессмысленных, наносящих ущерб данному виду бизнеса) указания и распоряжения выше стоящих органов. Добровольная социально – психологическая адаптация может функционировать как процесс и на уровне нежелательных для представителей бизнес – слоя различных постановлений и распоряжений центральных и местных органов власти.

О появлении у предпринимателей прогрессивной социально – психологической адаптации можно говорить лишь условно и как о редком, желаемом явлении. Название «прогрессивной» она получила вследствие намерений бизнес – слоя и государства соблюдать гармонию между личными интересами предпринимателей и общества в целом. И деловые люди, и государство стремятся к достижению экономического процветания страны. Здесь проявляется общая заинтересованность обеих сторон. Однако в большинстве случаев наблюдается дисгармония в решении этой благородной цели. Как свидетельствует практика, каждый из этих субъектов деятельности тянет «общее одеяло» на себя. Предприниматели хотят иметь налоговые льготы, чтобы быстрее получить значительные доходы от своего бизнеса, государство – за счет увеличения налоговых сборов от предпринимательской деятельности стремится увеличить долю бюджетного финансирования. Гармоничное равновесие интересов в деятельности этих субъектов пока что не наблюдается и говорить о доминировании на данном поле экономического противостояния прогрессивной социально–психологической адаптации, на наш взгляд, преждевременно и несостоятельно. С определенной долей погрешности можно говорить о наличии прогрессивной социально–психологической адаптации среди предпринимателей, оказывающих спонсорскую помощь, проявляющих меценатство в различных сферах культурной и общественной жизни общества. Получая определенную моральную выгоду, представители бизнес-слоя в тоже время достигают гармонизации личных интересов и интересов государства, тем самым дают возможность реализации профессиональной социально-психологической адаптации.

Регрессивная социально–психологическая адаптация наблюдается у предпринимателей, у которых проявляются все признаки деформации экономической мотивации ведения своего бизнеса. Уход от налогов, работа в сфере теневой экономики, совместная деятельность с «братками» из криминального мира, зачастую наносят значительный вред обществу, имиджу самих предпринимателей. Наличие у таких «подпольщиков» двойных стандартов экономического поведения (с одной стороны демонстрируются все стороны официального предпринимательства, с другой – все финансовые махинации прячутся в сферу теневой экономики), отражают суть регрессивной социально–психологической адаптации, свидетельствуют об определенной деформации личности у некоторой части предпринимателей. Следует подчеркнуть, что преобладание у бизнесменов негативных сторон принудительной и регрессивной социально–психологической адаптации сокращают не только возможности их профессиональной самореализации, но в ряде случаев оборачивается уголовными преступлениями, ликвидацией юридически оформленных организаций.

Исследование различных воздействий экономической трансформации российского общества на деловые, профессиональные, личностные качества руководителей малого бизнеса и частных предприятий показало, что добровольная, прогрессивная и принудительная социально–психологическая адаптация способствует приобретению определенного статуса и положительного имиджа, овладению общественно–значимыми функциями, к числу которых следует отнести: 1) развитие творческих способностей; 2) повышение профессиональной компетенции за счет приобретения новых знаний, умений и навыков; 3) ускорение темпов профессиональной самореализации; 4) повышение эффективности экономической деятельности; 5) ускоренное формирование адаптированности как черты личности; 6) реализации личностного потенциала, включающего различные социально – психологические резервы предпринимателей; 7) на уровне взаимодействия выше

указанной административно – управленческой цепочки (правительство, госчиновники, местная власть, население, конкуренты) способствует гармонизации интересов предпринимателей и общества.

Кроме того, позитивные элементы данных видов социально – психологической адаптации выступают у предпринимателей как средства психологической защиты от стрессовых ситуаций, беспокойства, психической напряженности, негативных межличностных отношений. В результате ускоренной социально – психологической адаптации представителей бизнес – слоя к рыночным отношениям, к изменяющимся условиям экономической среды деятельности, возникает потребность не столько в приспособлении к новым требованиям экономики переходного периода, сколько в развитии личности предпринимателей, их полной профессиональной самореализации, в принятии новых норм и ценностей экономического взаимодействия людей как основы экономического прогресса российского общества.

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ УЧЕБНОГО ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Артюшкина Т. А.

Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова

Овладеть профессией, предметной областью, учебной дисциплиной – значит овладеть терминологией. Овладение терминологией бухгалтерского учета предполагает знание терминов, которое, в свою очередь, основывается на усвоении объема и содержания научных понятий, а также на предоставлении о научной понятийно-терминологической системе изучаемой будущими специалистами в вузе профессионально-предметной области экономиста-бухгалтера.

В образовательном процессе вузов используются самые разнообразные средства описания и представления логико-понятийных отношений: вербальные и невербальные, устные и письменные тексты, огромное многообразие иллюстративных средств (таблицы, графики, схемы, карты и т.д.). В то же время существует простой и эффективный способ описания изучаемой терминологии – в форме учебного терминологического словаря.

Под учебным терминологическим словарем мы понимаем учебно-справочное издание, содержащее совокупность терминов какой-либо учебной дисциплины и их определения (разъяснения).

Объем и содержание заключенной в учебном терминологическом словаре бухгалтерского учета понятийно-терминологической информации определяется целями и задачами обучения экономиста-бухгалтера.

Целью учебного терминологического словаря является формирование понятийного аппарата по дисциплине «Бухгалтерский учет» с толкованием терминов, составляющих профессиональную сферу современного бухгалтера.

К задачам учебного терминологического словаря бухгалтерского учета относятся: а) разъяснение обще-профессиональных и специальных терминов; б) раскрытие значения (значений) термина; в) обеспечение единообразия (унификации) в трактовке терминов бухгалтерского учета.

Требования, предъявляемые к учебному терминологическому словарю:

- а) соответствие рабочей программе учебной дисциплины (дисциплин);
- б) научность, соответствие излагаемых сведений современному состоянию науки;
- в) достоверность информации, включение устоявшихся знаний;
- г) точность в определении понятий и характеристике терминов;
- д) единообразии формы и стиля изложения: лаконичность и схематизм изложения, упрощенный синтаксис, наличие условных сокращений;
- е) наличие специального справочного аппарата, обеспечивающего использование словаря в учебном процессе;
- ж) доступность изложения.

Основной текст учебного терминологического словаря содержит совокупность словарных статей (терминов), объединяемых иерархически в терминологические поля в соответствии с принятой тематической структурой.

В построении словарной статьи использованы следующие принципы:

- а) ориентация на уровень знаний студентов, определяемый требованиями ГОС ВПО по соответствующему направлению подготовки (специальности), рабочей программой учебной дисциплины;
- б) единообразие построения словарных статей, характеризующих однотипные предметы (явления, процессы, события);
- в) лаконичность, точность и ясность изложения.

В структуру словарной статьи современного терминологического словаря входят: а) заголовок (разъясняемый термин); б) этимологическая справка (происхождение термина); в) определение; г) текстовые примеры; д) графические иллюстрации.

Качество учебного терминологического словаря неразрывно связано с соблюдением технологии его подготовки.