



**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ  
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**  
Сборник научных статей

---

Current Trends of Social  
Communications:  
History and Contemporaneity  
Collected articles

**Ижевск  
2017**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

The Russian Federation Ministry of Education and Science  
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
“Udmurt State University”  
Institute of Social Communications

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ:  
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Сборник научных статей

Current Trends of Social Communications:  
History and Contemporaneity  
Collected articles



ИЖЕВСК  
Izhevsk  
2017

УДК 3:001.12  
ББК 60я43  
А 437

Журнал включен  
в реферативную базу РИНЦ

Научный редактор:  
доктор исторических наук, профессор Г.В. Мерзлякова.

**Редакционная коллегия:** к. и. н., доцент Л. В. Баталова,  
к. и. н., доцент С. А. Даньшина,  
зам. дир. по международным связям Н. А. Коконова,  
к.п.н., доцент Е. И. Михалёва (ответственный редактор).

А 437      Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность. Сборник научных статей. (Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», 30 октября 2017 г., Ижевск) / Под. ред. Г. В. Мерзляковой, Л. В. Баталовой, С. А. Даньшиной, Н. А. Коконовой, Е. И. Михалёвой – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2017. – 320 с.

**ISBN 978-5-4312-0535-4**

В сборнике представлены статьи посвященные исследованиям социально-коммуникативных процессов, развитию медиакоммуникаций, изучению инновационных возможностей регионального туризма.

Данный сборник предназначен для исследователей в области гуманитарных наук, а также для специалистов, интересующихся различными аспектами практической деятельности и современными технологиями в области интернет-пространства, организации деятельности в области рекламы, связей с общественностью, туризма и молодежной политики. Материалы сборника могут быть использованы студентами, магистрантами и преподавателями в учебном процессе.

В сборнике представлены статьи ученых и преподавателей из г. Кирова, Москвы, Нью - Йорка, Парижа, Томска, Ярославля и др.

УДК 3:001.12  
ББК 60я43  
А 437

**ISBN 978-5-4312-0535-4**

© Удмуртский государственный университет, 2017  
© Авторы статей, 2017  
6© Г. В. Мерзлякова, Л. В. Баталова, С. А. Даньшина,  
Н. А. Коконова, Т. В. Овсянникова состав, 2017

УДК 101.1(045)

**Рогозина Эльвира Расилевна**

кандидат философских наук, доцент,  
доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин  
ФГБОУ ВО «УдГУ»  
Россия, г. Ижевск  
elfrogozina@yandex.ru

**Rogozina Elvira R.**

Udmurt state university  
Russia, Izhevsk

## **ДАР КАК КОММУНИКАЦИЯ**

### **DAR AS COMMUNICATION**

#### **Аннотация**

В статье рассматривается феномен гостеприимства как отношение дара и требование взаимности. Актуальность обращения к проблематике дара продиктована неоднозначной интерпретацией термина. Проблематика дара в современной западной философии является одной из наиболее дискуссионных. В центре внимания дискуссия «О даре» между Жаком Деррида и Жан-Люком Марионом. Ж.-Л. Марион заявляет, что Ж. Деррида проблематизировал дар, поместив его в экономические рамки, в контекст онтологии и экономики, в круг обмена, так, как это делал М. Мосс. По мнению Ж.-Л. Мариона необходимо высвободить дар из этого контекста. Ж. Деррида, в свою очередь, парирует, отмечая, что сделал прямо противоположное – попытался сместить проблематику дара, изъять ее из контекста экономического обращения, обмена. Смещая проблематику дара из контекста экономического обращения, обмена мы можем говорить о даре как коммуникации современного общества. Если дар есть коммуникация и потребление есть коммуникация, следовательно, дар есть потребление. В статье устанавливается, что дар можно рассматривать как нечто, объединяющее индивидов, и тогда на пределе потребления коммуникация оказывается автокоммуникацией. Дар можно рассматривать и как разделение индивидов то есть дис-локацию. Дис-локация индивидов в со-обществе приводит к уничтожению дара и возвращению его в круг экономического обмена.

Ключевые слова: дар, гостеприимство, коммуникация, потребление, автокоммуникация.

#### **Abstract**

In the article are being discussed the phenomenon of hospitality as presentation of a gift and demand of mutuality. Appealing's relevance to the problem of a gift is dictated by ambivalent interpretation of the term. The problem of a gift in modern western philosophy is one of the most discussed. In the spotlight is discussion "About a gift" between Jacques Derrida and Jean-Luc Marion. J-L Marion states that J. Derrida problematized gift by putting it in economic frames, in context of ontology and economy, in circle of exchange, just like M. Moss. In his opinion, it is necessary to release gift from this context. J. Derrida on the other hand, retorts by saying that he did the exact opposite – tried to switch the problem of a gift, free it from the context of economic deal, exchange. By switching the problem of a gift from the context of economic deal, exchange we can talk about a gift as communication of modern society. If gift is communication and consumption is communication then gift is consumption. In the article is stating that gift can be seen as something bounding individuals and then, on the edge of consumption, communication becomes autocommunication. A gift also

can be seen as dividing individuals, that means dis-location. Dis-location of individuals in community leads to destruction of a gift and its return to the circle of economic exchange.

Keywords: gift, hospitality, communication, consumption, autocommunication.

Традиционно проблематика дара рассматривается в рамках религиоведения, антропологии, психологии, лингвистики и ряда других социально-гуманитарных дисциплин. В настоящее время исследовательский интерес к этой теме возник и у философов. Занимаясь теоретическими и полевыми исследованиями в Кот д'Ивуаре, французский философ М. Энафф отмечает, что опыт социальной жизни в Африке открыл ему такое явление, которое существует и в нынешней Европе, но предстает бесконечно более живым и интенсивным в традиционных обществах - гостеприимство, т.е. отношение к другому как отношению дара и требование взаимности. Речь, в первую очередь, идет не о милосердном даре (зачастую вытекающем из благосклонности), а о крепкой связи, которая смогла родиться в жесте предложения, имеющем целью восславление встречи и необходимость ответить соответствующим жестом [5, с. 10].

Актуальность обращения к теме гостеприимства подчеркивает еще и тот факт, что в современной западной философии проблематика дара стала одной из дискуссионных. У Э. Гуссерля и М. Хайдеггера вопрос о «дарении» - о феномене, о бытии находится в центре сразу и метода, и теории. В центре внимания Ж. Деррида находится «Очерк о даре» М. Мосса [2]. Занимаясь деконструкцией дара М. Мосса, Ж. Деррида формулирует апорию дара: дар как невозможное. Для Э. Левинаса здесь нет никакой апории: великодушный жест не только возможен - он необходим перед лицом стра-

дания и нужды другого. Ж.-Л. Марион в этом отношении ближе к Ж. Дерриду и неотступно разделяет с ним сомнение по поводу обмена; точнее, в данном случае вопрос о дарении становится вопросом феноменологическим по существу. В своей работе «Будучи данным» («Etant donné») Ж.-Л. Марион заявляет: «Сколько редукации, столько и дарения». Совсем иначе подходит к проблематике дара П. Рикер, трактуя его в рамках дискуссии по поводу гуссерлевского метода. Главное отличие П. Рикера от предыдущих авторов, по мнению М. Энаффа заключается в том, что мы не найдем у него сомнения по поводу взаимности; он сообщает взаимности статус неизменно позитивный, связанный с традицией Золотого правила, отдавая ценностное предпочтение другому понятию - обоюдности, признанной более этической [5, с. 18]. Совсем другое прочтение «Очерка и даре» М. Мосса предлагают В. Декомб и К. Лефор. Но ни один из них не говорит о принципиальных трудностях, возникающих по поводу требования взаимности. «Ни тот, ни другой не ставят этот вопрос отчетливо. У первого он не вполне очевидно присутствует при обмене между группами; у второго он несуществен при определении трехстороннего отношения. Добавим, что ни тот, ни другой (по различным мотивам) не задается целью подчинить вопрос о даре этическому подходу...» [5, с. 21].

На наш взгляд, возможен еще один способ рассмотрения дара - дар как коммуникация. Стандартная схема коммуникации состоит из трех элементов - отправитель, по-

лучатель и сообщение. Дар предполагает дающего, даримый предмет и получателя. Модель коммуникации, таким образом, имеет следующий вид – дающий – даримый предмет – получатель. Рассматривая дар как коммуникацию, остановимся на двух наиболее спорных, на наш взгляд, позиций – Ж. Деррида и Ж.-Л. Мариона.

Ж.-Л. Марион в своей дискуссии с Ж. Дерридой о даре [1, с. 153] отмечает, что отсутствие получателя не препятствует описанию дара. Дар благотворительной организации, например, это дар анонимный, отмечает Ж.-Л. Марион, так как предмет дарения уходит ни к кому (в смысле лично известному дающему получателю). Но это дар реальный и тогда мы можем описывать коммуникацию без одного из ее обязательных элементов – получателя. Схема коммуникации имеет следующий вид – отправитель – сообщение. Кроме того, согласно Ж.-Л. Мариону, дар может быть и без дающего. Например, наследство, когда дающего предположительно уже нет и он, возможно, никогда не встречался с получателем и не знал его [1, там же]. Таким образом, коммуникация оказывается без отправителя и имеет следующий вид – сообщение – получатель. Дар может быть и без предмета дарения, утверждает Ж.-Л. Марион. «Когда мы дарим свое время, свою жизнь, когда мы даем слово – мы не только не даем никакой вещи, мы даем много большее» [1, там же]. В этом случае коммуникация приобретает следующий вид – отправитель – получатель.

Итак, смещая проблематику дара из контекста экономического обращения, обмена мы можем говорить о даре как коммуникации современного общества. Современное потребительское общество коммуникативно не меньше, чем потре-

бительского общества XX века. Однако, оно коммуницирует по-другому. Отличие маркируется возникновением, по крайней мере, двух противоположных точек зрения по поводу системы коммуникации социума [4, с. 193]. Во-первых, согласно постмодернистской позиции Ж. Бодрийяра, в обществе потребления происходит непрерывная коммуникация потребителя с объектами потребления. Потребление, таким образом, оказывается дискурсивным пространством, позволяющим передавать сообщения, следовательно, потребление – есть коммуникация.

О коммуникации разделения или дис-локации говорит другой современный философ-модернист – Ж.-Л. Нанси. Используя метафору Ж.-Л. Нанси можно сказать, что коммуникативное бытие есть, прежде всего, бытие-вне-себя. Если субъект – это потребитель, а объект – некий товар, то в коммуникации присвоения объекта не происходит. «Это не самопризнание или коммуникация в том виде, как она существует между субъектами. Эти точки коммуникации не являются точками слияния, хотя и переходят друг в друга. Коммуникация разделения – есть дис-локация» [3, с. 58-59]. Следовательно, можно рассматривать потребление как нечто, объединяющее индивидов и как дис-локацию, то есть разделение индивидов.

Если дар есть коммуникация и потребление есть коммуникация, следовательно, дар есть потребление. В современном обществе, таким образом, можно говорить о потреблении дара. Что дарится и что потребляется, если изъять дар из экономического контекста. На пределе потребления экономическое снимается и заменяется сверхэкономическим. Это сверхэкономическое есть социальное. Потребительское общество в такой модели коммуникации обнаружи-

вает себя как со-общество, как социальная целостность. Если мы рассматриваем потребление как деятельность, которая объединяет индивидов, тогда общество потребления задается как гетерогенность. Гетерогенное общество потребления состоит из индивидов, похожих друг на друга. По мнению Ж.-Л. Нанси, подобный мне похож на меня так же, как и я похож на него. «Можно сказать, что мы «походим» друг на друга: нет ни оригинала, ни начала идентичности, и роль «начала» играет разделение единичных сущих. Но подобный – это не тот же самый. Я не нахожу и не узнаю себя в другом, являясь частью инаковости и изменения, выводящем «во мне самом» мою единичность вне меня и завершая ее в бесконечности» [3, с. 72]. Ж.-Л. Нанси отмечает, что сообщество, таким образом, есть «такой единичный онтологический способ функционирования, в котором тот и другой – подобные, или же, говоря иначе, это – разделение идентичности» [3, там же]. Общество потребления, следовательно, есть некое сообщество подобных друг другу индивидов, не имеющих своей идентичности. Индивид в такой модели обнаруживает себя как точку принадлежности к социуму. Индивид дарит себя социуму. Таким образом, в обществе потребления потребляется сама коммуникация, потребляется дар как коммуникация. Итак, если рассматривать дар как нечто, объединяющее индивидов, то на пределе потребления коммуникация оказывается автокоммуникацией.

Потребление можно рассматривать и как разделение индивидов, то есть дислокацию. Ж.-Л. Нанси отмечает, что в обществе потребления индивиды постоянно разделяют друг с другом свои границы. Не имея при этом отношений с обществом, они все в сообществе образуют дислокации. Человеческие отношения оказываются отношениями потребления. По мнению Ж. Бодрийера, отношения более

не переживаются, они абстрагируются и отменяются, потребляясь в вещах-знаках. Полагая, что дар есть потребление, можно говорить о даре как разделении индивидов. Ж. Деррида отмечает: «Как только дар опознается как дар, получает смысл дара, он тут же перестает быть даром. Как только получатель дара узнает, что это дар, он благодарит дарителя и тем самым уничтожает дарение. Как только даритель осознает факт дарения, он сам благодарит себя и опять-таки уничтожает дарение, возвращая его в круг экономического обмена» [1, с. 149]. Таким образом, признание дара как такового, по мнению Ж. Деррида, не позволяет говорить о даре как социальной целостности, объединяющей индивидов в социальное сообщество. Рассматривая дар, как дислокацию мы возвращаем его в экономический дискурс.

Итак, Ж. Деррида отмечает, что дар как таковой не может быть предметом знания, но о нем можно мыслить. В силу того, что мы можем мыслить о том, чего не знаем, соответственно, есть нечто сверх знания, некий избыток, выводящий нас за рамки экономического дискурса и позволяющий говорить о даре. Этот избыток, появляющийся на пределе потребления дара, позволяет рассматривать дар как социальную целостность, коммуникацию, объединяющую индивидов. В такой модели коммуникации – автокоммуникации общество обнаруживает себя как со-общество. Саморепрезентация общества позволяет сохранить дар как социальную целостность. Дислокация индивидов в со-обществе приводит к уничтожению дара и возвращению его в круг экономического обмена. Таким образом, сохранить социальную целостность общества возможно только рассматривая дар как объединение индивидов.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Деррида, Ж. О Даре: дискуссия между Жаком Деррида и Жан-Люком Марионом [Текст] Ж. Деррида, Ж.-Л. Марион// Логос. – 2011. – №3 (82). – С. 144-171.
2. Мосс, М. Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах [Текст]/ М. Мосс. – М.: Восточная литература РАН, 1996. – 36 с.
3. Нанси, Ж.-Л. Непроизводимое сообщество [Текст]/ Ж.-Л. Нанси. – М.: Водолей, 2009. – 208 с.
4. Рогозина, Э.Р. Коммуницируемость сообщества на пределе потребления [Текст]/ Э.Р. Рогозина// Социальная онтология в структурах теоретического знания: материалы науч-практич. конф. – Ижевск: Удмуртский университет, 2015. – С. 193-199.
5. Энафф, М. Дар философов. Переосмысление взаимности [Текст]/ М. Энафф. – М.: Издательство гуманитарной литературы, 2015. – 320 с.

# СОДЕРЖАНИЕ

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

### СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ. . . . . 3

*Журбина И. В.*

Профессиональная рефлексия в поле PR: технологии, креатив, аналитика . . . . . 4

*Рогозина Э. Р.*

Дар как коммуникация . . . . . 12

*Соловьев Г. Е.*

Биографическая коммуникация в профессиональной деятельности  
социального работника . . . . . 17

*Сунцова Я. С.*

Особенности коммуникативных установок представителей этнических групп . . . . . 22

*Рохина К. С.*

Особенности медиакоммуникаций некоммерческих организаций в России 31

*Чернявская О. Ю., Окушова Г. А.*

Комплексный подход в использовании PR-технологий  
при продвижении имиджа территории. . . . . 37

*Кузнецов К. С., Даньшина С. А.*

Особенности PR-продвижения образовательной организации  
высшего образования в интернете (на примере ФГБОУ ВО  
«Удмуртский государственный университет» Институт социальных коммуникаций). . . . . 43

*Фертиков Д. В., Никитина О. Н.*

Использование информационно-коммуникационных  
технологий в работе компаний туристской области . . . . . 49

*Оконникова Т. И., Поздеева А. В.*

Перспективы использования трэвел-журналистики  
в продвижении туристской дестинации . . . . . 53

### КУЛЬТУРА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ . . . . . 59

*Сердюкова Я. Е., Баталова О. Ю., Широков А. А.*

Кибербуллинг. Участники, типы, профилактика . . . . . 60

*Морозов И. В., Невзорова А. В.*

Общий взгляд на проблему музыкальных СМИ в России . . . . . 63

*Невзорова Е. Д., Невзорова А. В.*

Краеведческое издание «Кацкая летопись»  
в контексте этнографического туризма . . . . . 67

<i>Баталова О. Ю., Сердюкова Я. Е., Широков А. А.</i>	
Информационная безопасность в социальных сетях . . . . .	71
<i>Корзникова Н. В.</i>	
Использование информационно-коммуникационных технологий в национально-культурном воспитании детей и взрослых (из опыта работы виртуального музея МБОУ ДО центр творческого развития «Октябрьский»). . . . .	75
<i>Васюра С. А.</i>	
Коммуникативная активность студентов в игровом пространстве интернета: экспансия виртуальности . . . . .	80
<i>Фефилов А. В.</i>	
Культура и безопасность в современном информационном пространстве и основные актуальные угрозы для них . . . . .	88
<i>Меншатова О. В.</i>	
Районная пресса Удмуртии в условиях развития новых информационных технологий . . . . .	97
<i>Ерохина Л. Н., Ерохин А. В.</i>	
Способы представления депутатов высшей законодательной власти России в Германии в интернете . . . . .	102
<i>Старкова Г. И.</i>	
Культурное пространство современной молодёжи в отражении газеты «Удмуртский университет» . . . . .	112
<i>Соколова О. П.</i>	
Феномен коммуникативной культуры как критерий культурности человека . . . . .	118
<i>Рябов М. Ю, Ишмуратов А. В.</i>	
Крезь в информационном пространстве . . . . .	122
<i>Хохрякова Т. А., Напольских В. В.</i>	
Сетевой фольклор как феномен современной культуры . . . . .	128
<i>Романова Е. В., Ерохина Л. Н.</i>	
Особенности развития современной районной газеты (на примере газеты «Светлый путь» Игринского района) . . . . .	134
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Информационная грамотность молодёжи как способ защиты от манипулятивных воздействий. . . . .	138
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Особенности современного медиатекста в интернет-пространстве для молодежной аудитории . . . . .	143
<i>Шишюкина А. И., Субботина А. М.</i>	
Формирование межкультурной компетентности как способ достижения понимания своей и других культур . . . . .	147

<i>Васильева Д.В., Гай И.А.</i>	
Перспективы развития волонтерского движения в музейной деятельности . . . . .	152
<i>Рогозина Э. Р.</i>	
Туристский потенциал и туристская привлекательность Удмуртии . . . . .	160
<b>КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ . . . . .</b>	<b>163</b>
<i>Коняева И. П., Михалёва Е. И.</i>	
Зарубежный опыт реализации программ по получению образования молодёжи, попавшей в трудную жизненную ситуацию (на примере компании Проджект Формэйшн, Соединённые Штаты Америки) . . . . .	164
<i>Волченкова Е. В., Бородатая М. Н.</i>	
Формирование коммуникативной компетентности в подростковом возрасте . . . . .	169
<i>Пушкарева П. С., Невзорова А. В.</i>	
Педагогические условия формирования умения младших школьников работать в парах и группах . . . . .	173
<i>Пичугина Т. А.</i>	
роль Октябрьской революции в истории России в представлениях молодёжи Удмуртской Республики: опыт социологического исследования . . . . .	177
<i>Файзулина Ю. С., Соловьев Г. Е.</i>	
Специфика взаимодействия социального работника с детьми-сиротами по формированию готовности детей к самостоятельной семейной жизни . . . . .	185
<i>Селезнёва М.В.</i>	
Подростки «группы риска» в аспекте психосоциальной работы . . . . .	189
<i>Вишняков А. А., Андриевская Е. С., Курьлев В. Л.</i>	
Организация системы социальной поддержки молодых специалистов на предприятиях . . . . .	194
<i>Даньшина С.А., Щелконогова Н. В.</i>	
Организация досуговой деятельности при промышленном предприятии: коммуникативный аспект . . . . .	198
<i>Королев С. В., Костылева Е. В.</i>	
Проблемы становления республиканских структур по работе в семье в Удмуртии в 90-е годы XX века . . . . .	204
<i>Боровикова С. Н.</i>	
Особенности организации учебной и внеучебной деятельности учащихся в учреждениях музыкальной направленности (на примере МБОУ СОШ №71 г. Ижевска) . . . . .	212
<i>Варанкина К. Е., Михалёва Е. И.</i>	
Педагогические условия формирования воспитательной среды детского оздоровительного лагеря . . . . .	216

<i>Котельникова А. А., Михалёва Е. И.</i>	
Социально-культурная самоорганизация учащейся молодёжи в контексте личностно-ориентированного подхода (на примере студенческого педагогического отряда «Орлята») . . . . .	220
<i>Русинова В. Г., Фирулева Л. Д.</i>	
Организация досуговой деятельности подростков как условие их успешной социализации в школе (на примере МБОУ СОШ № 71 г. Ижевска) . . . . .	226
<i>Тычинина Ю. А., Фирулева Л. Д.</i>	
Формирование лидерских качеств молодёжи в студенческих отрядах (на примере УРО МООО «Российские студенческие отряды») . . . . .	229
<i>Абашева Е. Р., Чернышева И. В.</i>	
О роли социальной рекламы в формировании здорового образа жизни подростков . . . . .	234
<i>Мамонтова В. Ю., Чернышева И. В.</i>	
Профилактическая работа с учащимися в школе . . . . .	239
<i>Никитина К. М., Чернышева И. В.</i>	
Влияние моды на формирование здорового образа жизни подростков на примере БОУ УР «УГНГ им. Кузубая Герда» . . . . .	244
<b>ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ . . . . .</b>	<b>249</b>
<i>Русских С. Н., Чернышева И. В.</i>	
Организация учебного процесса в магистратуре университетов Парижа и Ижевска . . . . .	250
<i>Гурьянчик В. Н., Макеева Т. В.</i>	
Социокультурная адаптация иностранных образовательных мигрантов: коммуникативные барьеры . . . . .	254
<i>Кожевникова О. В.</i>	
Психосемантический анализ восприятия времени второкурсниками со склонностью к академической прокрастинации . . . . .	260
<i>Вьюжанина С. А.</i>	
Взаимосвязь академической мотивации и самоотношения второкурсников Удмуртской этногруппы . . . . .	269
<i>Фамутдинов Р. З., Солодянкина О. В.</i>	
Интерактивное занятие на тему «Профессия моей мечты, здоровье и курение» в сфере первичной профилактики табакокурения среди 3-6 классов . . . . .	274
<i>Безносова Л. Н.</i>	
Разработка занятия в рамках элективного курса по профориентации для старшеклассников «Профессии будущего» . . . . .	279

<i>Шквырина А. В.</i>	
Развитие электронного обучения в образовательной среде . . . . .	286
<i>Баталова Л. В., Мерзлякова Г. В.</i>	
Туристская инфраструктура в Удмуртии во второй половине XIX – начале XX вв . . . . .	293
<i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i>	
Развитие гастрономического туризма в Удмуртии на примере фестиваля финно-угорской кухни «Быг-быг» . . . . .	305
<i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i>	
Фестиваль «Всемирный день пельменя» как составляющая развития событийного гастрономического туризма в Удмуртской Республике . . . . .	310