

Однако не менее важное значение имеет порядок предъявления заданий студентам и метод определения его уровня знаний по результатам тестирования, то есть модель тестирования. Наиболее прогрессивными в настоящее время являются *адаптивные модели тестирования*, в которых сложность заданий меняется в зависимости от правильности ответов тестируемого.

Основные идеи адаптивного тестирования заключаются в следующем:

- изменение сложности тестовых заданий по ходу теста так, чтобы они соответствовала возможностям испытуемого;
- преждевременное окончание теста для испытуемых, показывающих либо наилучшие, либо наихудшие результаты.

Применение в учебном процессе компьютеризированного тестирования показало, что у студентов появляется уверенность в объективности оценки полученных, а возможность самостоятельной работы и проведения самоконтроля является дополнительной мотивацией к изучению дисциплины. Использование компьютеризированного тестирования позволяет перейти на более высокий уровень усвоения знаний, что в свою очередь повышает качество подготовки специалистов.

ГУМАНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ

А.А. Хавшабов, И.А. Просвирнина

Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт, г. Невинномысск, Россия
burlyaeva-va@rambler.ru

Экономика в ее культурфилософской и социально-философской отвлеченности есть предметная область культуры, или, в терминологии теории систем, – общественная подсистема. С одной стороны, она предмет теории общества, которая пытается определить фундаментальные закономерности всех социальных действий и всех институциональных образований. С другой стороны, в отличие от всех предметных сфер культуры экономика, по-видимому, должна быть наиболее автономной и управляемой собственными законами, а поэтому она должна быть предметом собственной науки, национальной экономики, которая в своем самосознании колеблется между наукой о природе и социальной наукой, или общественной наукой. Несмотря на это, экономика – часть культуры, она определяется культурными нормами и ценностями.

Экономическая наука, как и ее предмет, простирается на область уверенного хозяйственного существования – от мертвой материи, сырья, до символического и эстетического содержания, от природы до сферы духа. Наука о хозяйстве не является ни наукой о природе, ни общественной наукой. Она представляет собой науку о культуре, науку о природе и техническую науку. Как раз в интеграции технических, экономических и культурных знаний и умений состоит подлинное руководство предпринимателей.

В двух сфокусированных точках экономическая наука одновременно является наукой о культуре и общественной наукой: в этике и в философии культуры хозяйства. Этика бизнеса проясняет вопрос о связи экономической ориентации в установлении высшего предела прибыли, т.е. ее максимизации, с ценностными ориентациями этического и социального плана. Эта очень заметная сегодня потребность, связанная с этикой предпринимательства и тем самым с этической ориентацией руководителей предприятий, вытекает из нарастающего оправдания ожиданий руководящих кадров хозяйства. Культурэкономия, или наука о культуре хозяйства, принимает в расчет возросшее «культуривирование» и эстетизацию потребностей в народном хозяйстве с его растущим благосостоянием.

Экономика не освобождается от морали и не находится вне культуры. Она управляется, регулируется не только экономическими законами, но и определяется деятельностью людей, в воле и выборе которых всегда принимает участие целый комплекс ожиданий, норм, установок, культурных и моральных представлений. Поведение человека следует чрезвычайно комплексным представлениям, лишь определенную часть которых составляют рентабельность, экономичность, бережливость.

Угрожающая утрата единства культуры может быть констатирована последующим развитием. В условиях передового, прогрессивного капитализма на передний план выступало своеобразное культурное противоречие между культурой сферы производства и той же самой культурой сферы потребления. В сфере потребления принцип функционирования экономики покоится на гедонистическом расчете и постоянно растущем по экспоненте потребительском спросе; в сфере производства – на строгой трудовой этике, дисциплине и отказе от удовлетворения элементарных потребностей. Так как культурный контекст западного общества почти полностью формируется сферой потребления, то это подразумевает, что культура и экономика разошлись в процессе развития. Аналогичный процесс сейчас происходит и в России. Нормы хозяйства движутся вне рамок культуры, общественная культура и экспрессивность (выразительность) больше не имеют ничего общего со сферой преемственности, наследования и не имеют обратной связи по отношению к миру труда. Этика бизнеса представляет собою попытку создания нового единства экономики и культуры, мира труда и жизненного мира, вопреки этому развитию.

Постиндустриальная экономика требует более усиленного внимания к человеческому фактору. Эстетическое и культурное измерения трудовых будней производства, свободного времени и потребления должны значительно больше приниматься во внимание в экономике, переходящей от количественных показателей производства материальных благ к качеству хозяйственного обслуживания. Культурные ожидания возрастают в связи с ростом квалификации работающих людей и более высокими требованиями к управлению и руководству работ в век микроэлектроники.

С переходом от современной культуры производства в сфере индустрии к постиндустриальному обществу обслуживания типичным образом связана замена иерархических организационных структур кооперативными структурами организации.

В постмодернистской экономике произошли изменения в социальных и культурных образцах спроса и потребления. Культура потребления в настоящее время переходит от массового потребления к взыскательному, претенциозному в эстетическом и культурном отношении потреблению. Культурные позиции играют в оценке товаров огромную роль. Престиж смещается с материальных качеств товара в сторону символически-культурных его качеств (дизайн машины, снобистский эффект исключительности и т.д.). В той мере, в какой сегодня смешиваются понятия отдыха, развлечения и культуры, а культурная и развлекательная активность более не рассматриваются как совершенно оторванные друг от друга, в той же мере смешиваются и подменяются потребление товаров и потребление культуры.

Постиндустриальная культура – своеобразная культура, которая не может более руководствоваться никакой монолитной производственной политикой, а вырабатывает разнообразные, децентрализованные, секторные продукты. Индустрия, которая обновляется на фундаменте той культуры, какую она сама породила.

В конкуренции за индустриальное внедрение культурный маркетинг играет важную роль, поскольку выбор определенного города определяет цену свободного времени, а цена досуга определяет его привлекательность для рабочей силы. Нематериальная деятельность в экономике сегодня возрастает быстрее, чем материальная; культурная сторона хозяйства, связанного с услугами, развивается быстрее, чем материальное производство индустриальной экономики. Символическая и психическая составные части стоимости в общей оценке товара возрастают вместе с материальным насыщением хозяйства относительно материальной стоимости товара.

Культура хозяйства демонстрирует тот факт, что культура и экономика составляют единое целое, и политика в области культуры и хозяйства должна обеспечивать их совместное функционирование.

Культура хозяйства и культурная политика нацелены на развитие культурной стороны хозяйственных благ и экономической стороны благ культуры и искусства. То обстоятельство, что материальные блага имеют культурное измерение, а культурные блага, в свою очередь, обладают экономическими моментами, показывает, что экономика и искусство граничат друг с другом и являются общей частью культуры общества. В выработке продуктов экономики и культуры центральную роль играет техника. В обоих случаях она служит порождению явлений возникших изначально в воображении, а затем наглядно воплощенной идеи. Во взаимодействии между искусством и экономикой искусство берет на себя функции создания новых материалов, техник, а экономика следует в фарватере художественного авангарда. Возрастающее проникновение, наполнение сферы культуры экономикой, а экономики искусством в настоящее время является примером взаимопроникновения сфер культуры. Это отвечает определенному требованию искусства как экономики, если экономическое поведение становится художественным поведением и искусство находит расширенный доступ к повседневной жизни и не домогается стерильности искусства для искусства.

ВОЕННАЯ СФЕРА В СИСТЕМЕ ГУМАНИТАРНЫХ ЗНАНИЙ: ЭКОНОМИКО-МИРОВОЗРЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

В.Г. Ольшевский

Военная академия Республики Беларусь, г. Минск, Беларусь
olvalerij@yandex.ru

В современных условиях военная сфера жизни общества фактически оказалась за пределами теоретического анализа. В преподаваемых в высшей школе курсах социально-гуманитарных наук, в том числе и в экономической теории, ее проблемы вообще не ставятся, либо обозначаются лишь вскользь. Как правило, при рассмотрении структуры национальной экономики армию относят к так называемой «непроизводственной сфере», хотя известно, что внешняя безопасность является важнейшим общественным благом. При этом в некоторых учебных изданиях и экономических словарях утверждается, что само понятие «непроизводственная сфера» изымается из научного употребления и заменяется понятием «социально-культурная сфера» [1], но и к ней армию трудно отнести. Правильнее рассматривать ее как часть нематериального производства [2, с. 274].