

Культурология**СООТНОШЕНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ГЛОКАЛИЗАЦИИ В КУЛЬТУРЕ ДАГЕСТАНА****Абдулаева М.Ш.**

ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный педагогический университет», Махачкала, Россия
(367003, Махачкала, пр. Ярагского, 57), e-mail:m-medina71@yandex.ru

Актуальность изучения культуры Дагестана вызвана влиянием процессов глобализации и расширением арабо-мусульманского культурного воздействия. Ориентация на арабский мир, традиционную религиозность становятся маркерами «новой» этнокультурной и региональной идентичности современных дагестанцев. В культуре Дагестана в условиях культурной глобализации отстаивается сакральная неприкосновенность традиционных и исламских ценностей. Глобальные процессы в Дагестане сопровождаются распространением ислама, который является сдерживающим фактором вестернизации массовой культуры. Автором обоснован важный идентификационный маркер культурной принадлежности к мусульманской общине – умме. Исламская идентичность, в различных планах представляющая себя как антимодерн, внедрена в глобальную культуру потребления и действует в ее рамках. Активность глобализации в сфере массовой культуры провоцирует отстаивание локальных культурных идентичностей и формирование партикуляристской доминанты в развитии культуры Дагестана.

**THE RATIO OF GLOBALIZATION AND GLOCALISATION
IN THE CULTURE OF DAGESTAN****Abdulaeva M.S.**

Dagestan State Pedagogical University, Makhachkala, Russia (367003, Yaragsky Prospect, Makhachkala),
e-mail:m-medina71@yandex.ru

The urgency of studying of culture of Dagestan is caused by the influence of globalization processes and the expansion of the Arab-Muslim cultural impact. Orientation toward the Arab world, traditional religiosity become markers of «new» ethnic, cultural and regional identities modern Dagestanis. In terms of cultural globalization is advocated sacred inviolability of traditional and Islamic values. Global processes in Dagestan are accompanied by the spread of Islam, which is a deterrent Westernization of mass culture. The author substantiates important identification marker of cultural identity and belonging to the Muslim community – Ummah. Islamic identity, in different plans representing itself as antimodern embedded in the global consumer culture operates within its framework. Activity of globalization in the sphere of mass culture provokes defending local cultural identities and the formation of a particular landmark in the development of the culture of Dagestan.

РАНЖИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ В КУЛЬТУРАХ ЗАПАДА И ВОСТОКА**Алексеев-Апраксин А.М.**

Институт философии Санкт-Петербургского государственного университета Правительства России
(199034 Санкт-Петербург, Менделеевская линия, дом 5), e-mail: ama@pochta.ru

В центре внимания данного исследования – кризис культурных ориентаций современного человека. Для раскрытия данной проблемы автор (используя компаративный метод) предлагает рассмотреть распространенные на Западе и на Востоке варианты ранжирования личности. В статье анализируются диффузии современной глобальной культуры. На примере несовпадающих способов измерения личности показывается, что современный глобальный мир утрачивает присущие традиционным культурам представления о смысле существования человека. В ходе исследования выявляется, что, несмотря на различные философские и процедурные основания (в ведической традиции и в буддизме), на Востоке личность измеряется степенью осознанности. Для Запада и России подобные подходы могут казаться экзотичными, но не чужими. В терминологии гуманистической психологии мы бы назвали их измерением уровня самоактуализации человека. Однако речь идет не столько о «растратах», связанных с глобализацией, сколько о том, что сегодня у нас есть возможность обратиться к восточным знаниям не как историко-культурному курьезу или философскому изыску, но воспринять обнажающиеся при культурологическом сопоставлении положения всерьез. Расценивая приходящие с Востока идеи, культурные практики и ценностные ориентации как реальную альтернативу.

THE WAYS OF VALUING A PERSON IN THE WESTERN AND EASTERN CULTURES**Alekseev-Apraksin A.M.**

Saint-Petersburg State University. Saint-Petersburg Russia (199034 Saint-Petersburg Mendeleevskaja line 5)

The crisis of cultural orientations of a modern man is in the spotlight of this research. The author explores the issue using comparative method and proposes examining variants of ranking of a personality which are spread in the West and in the East. The article provides a comparative analysis of diffusion inherent in the modern globalized culture. Using the example of incompatible methods of personality measurement, the author shows that the contemporary globalized world refuses from traditional understanding of the meaning of human existence. The research reveals that despite various philosophical and procedural grounds (in the Vedic tradition and in Buddhism), a personality in the East is measured by its level of awareness. These approaches might seem exotic but not alien to the West and Russia. Using the terminology of humanistic psychology, we would call them «measurement of a level of self-actualization». However, we are referring not so much to the «Expenditure»

deriving from globalization but to the fact that nowadays there is an opportunity not to see Eastern knowledge as a historical and cultural oddity or philosophical fad but perceive statements which are revealed in comparative studies seriously. This enables us to estimate ideas, cultural practices and systems of values coming from the East as a real alternative.

«ИГРА-ДИАЛОГ» КАК ФОРМА СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ШАШЕЧНОЙ ИГРЫ)

Алексеева К.А.

НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов», Санкт-Петербург, Россия
(192238, Санкт-Петербург, улица Фучика, 15), e-mail: ksundel1984@mail.ru

В статье рассматриваются вопросы мышления индивида во время шашечной диалоговой игры, анализируются специфические шашечные образы, возникающие во время диалоговой игры в шашки, изучается остаточный образ, инертный образ, опережающий образ, а также рассматриваются проблемы интеллектуального творчества. При аналитической работе мышления за шашечной доской с каждым ходом возникают новые идеи, планы, возможности, которые становятся объектами для глубинного осмысления в игре. Отдельная фигура, группа фигур, отдельное поле или группа полей, конкретные ходы, тактические и стратегические планы в игре могут сформировать остаточный образ в сознании шашкиста. Остаточный образ, на наш взгляд, чисто психологическое проявление нашего мышления. Положительные стороны остаточного образа достаточно очевидны осведомлённому, опытному шашкисту. Творческий процесс, который протекает во время играющей партии, немислим без неких цепочек вариантов, «древа» расчёта, анализа, звеньями которых и будут являться остаточные образы. Они как будто служат переключателями в сознании шашкиста.

«GAME DIALOGUE» AS A FORM OF SOCIOCULTURAL COMMUNICATION (ON THE EXAMPLE OF CHECKERBOARD GAME)

Alekseeva K.A.

Saint-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences, St.Petersburg, Russia
(192238, St. Petersburg, Fuchika Str., 15), e-mail: ksundel1984@mail.ru

The article examines the thinking of an individual during an interactive game of drafts, checkers analyze specific images generated during interactive checkers game, we study the residual image, the image inert, outpacing the image, and also deals with the problems of intellectual creativity. When the analytical work of thinking for checkerboard with each turn there are new ideas, plans and opportunities that become targets for deep understanding of the game. Separate figure, a group of figures, a single field or group of fields, specific moves, tactical and strategic plans in the game can generate a residual image in the minds drafts player. Residual image, in our view, a purely psychological manifestation of our thinking. Positive aspects of the residual image are obvious enough knowledgeable, experienced checkers player. Creative process that takes place during a party game is inconceivable without some chains options "tree" calculation, analysis, and links that will be the residual images. They are like switches in the minds of drafts player.

РЕКЛАМНЫЙ СИМВОЛ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ИЗМЕНЕНИЙ В КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Ананьева Е.В.

НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов», Санкт-Петербург, Россия
(192236, Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15), evgeniya-ananeva@mail.ru

Проблема исследования данной темы обусловлена противоречием между увеличивающейся значимостью использования символов в рекламе, их влиянием на современное общество и степенью изученности процессов трансформации культуры. Рекламный символ, являясь памятью культуры, своеобразным коммуникатором во временном пространстве культуры, осуществляет формирование ценностей, стереотипов, моделей поведения. Проблема феномена символа не потеряет своей актуальности, пока существует сама культура. Влияние, производимое рекламным символом на общество, способствует унифицированию ценностей, потребностей, стереотипов, моделей поведения, определяя потребительские приоритеты, превращая товары в символы, предопределяя формирование единства страны.

ADVERTISING SYMBOL AS A DETERMINANT OF CHANGES IN A CULTURAL SPACE

Ananeva E.V.

Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences, Saint-Petersburg, Russia
(192236, Saint-Petersburg, street Fuchika, 15), e-mail: evgeniya-ananeva@mail.ru

The problem in this topic is determined by the contradiction between the increasing significance of the using of symbols in advertising, their influence on the contemporary society and the state of knowledge of the culture transformation processes. The advertising symbol, being the memory of culture and a peculiar communicator in the time space of culture, forms the values, stereotypes and behaviour patterns. The problem of the symbol's phenomenon will not lose its timeliness as long as the very culture exists. The influence of the advertising symbol on the society