

средственно включаясь в контекст повседневного общения и разговора. Т. е. между социологом и изучаемым вместо объект-субъектных отношений формируются субъект-субъектные. Итак, этносоциология не просто продолжила развитие теории социального действия М. Вебера, она воплотила эту идею в жизнь посредством разработки уникальной методики социологического исследования, позволяющей социологу получать информацию в процессе общения и анализа форм коммуникации.

Литература

1. Американская социология: перспективы, проблемы, методы / под ред. Г. В. Осипова // М., 1972. с. 248.
2. Арон Р. «Этапы развития социологической мысли»/ М., 1993 С. 314.
3. Шюц А. Структура повседневного мышления / Пер. с англ. Е. Д. Руткевич // Социологические исследования. 1988. N 2. С. 136.
4. Schutz A., Luckmann Th. The Structure of the Life Worl. Evanston/ Ш.: Northenwestern University Press, 1973 p 411.

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНАЯ СИСТЕМА

А. В. Целехович

Выставочная деятельность включает в себя два различных значения: художественная выставка и выставка как «...кратковременное, периодически повторяемое мероприятие, во время которого предприятия на основе образцов дают потребителям представление о предлагаемых товарах (услугах) с целью их продажи» [3, с. 5]. В данном случае речь пойдет о выставочной деятельности в ее втором значении. Из определения видно, что основное назначение выставки лежит в области экономики. Но постоянный рост количества проводимых в нашей стране выставок привел к росту их значимости не только как экономического, но и как социального события.

С точки зрения социологии, выставочная деятельность – это набор разноплановых коммуникаций, которые осуществляются преимущественно на ограниченной площади выставочного павильона в течение ограниченного периода времени. «Социальная система – совокупность элементов (различных социальных групп, слоев, социальных общностей), находящихся между собой в определенных отношениях и связях и образующих определенную целостность» [2, с. 956]. Выставочную деятельность можно рассматривать как социальную систему, так как ее отдельные элементы, обладая значительной долей автономности в рамках общей системы, все равно осознают себя элементами одного целого (вы-

ставки) и подчиняются единым общим правилам взаимодействия. При этом внутренние связи между отдельными участниками в ходе выставочной деятельности отличаются высокой интенсивностью, что обеспечивает относительную целостность выставки как системы.

В выставочную деятельность включены четыре непосредственных участника, каждый из которых играет свою определенную роль. Во-первых, это – организатор, один или несколько. Во-вторых, это – экспоненты или участвующие организации. В-третьих, это – посетители. И, в-четвертых, это – средства массовой информации. Основные организаторы выставок в Республике Беларусь:

- Национальный выставочный центр «БЕЛЭКСПО»
- Экспофорум
- «Грин Экспо»
- Т&С (ЗАО «Техника и коммуникации»)

Согласно общей теории систем, свойства системы в целом несводимы к механической сумме свойств ее отдельных элементов и больше этой суммы. Как социальная система выставочная деятельность обладает следующим специфическим свойством: она значительно уплотняет те социальные коммуникации, которые обычно протекают между ее участниками вне выставочной деятельности. Это обусловлено тем, что выставочная деятельность позволяет в ограниченное время на ограниченном пространстве встретиться именно тем социальным субъектам, которые прямо или косвенно относятся к одной и той же или близким сферам общественной жизни. В первую очередь, это – экономическая сфера. Но также это могут быть сфера средств массовой информации (выставка «СМИ в Беларуси»), сфера отдыха и развлечений, медицины и др. Участники выставочной деятельности получают возможность встретиться почти одновременно с большим числом других значимых для них социальных субъектов. Таким образом, те коммуникации, на которые иначе участники могли бы затратить много времени, они осуществляют в течение нескольких дней, которые длится выставка. Конечно, на любой выставке присутствует определенное число случайных участников. Основная часть случайных участников приходится на посетителей.

Одним из отличительных свойств сложно организованных социальных систем являются протекающие в них процессы социального управления. То есть отдельные элементы действуют под воздействием таких факторов, общей интенсивностью, длительностью и другими характеристиками которых можно в той или иной мере управлять. Таким образом, существование социальной системы подвергается в значительной мере рациональному управлению. С той оговоркой, что поведение отдельных

социальных акторов, а также их совокупностей не всегда рационально и предсказуемо. Выставочная деятельность содержит в себе определенные нормы, правила и механизмы, которые позволяют регламентировать поведение отдельных участников. Как простейший пример, временные сроки проведения выставки или режим работы в течение дня.

Выставка является динамической системой. В ее функционировании можно выделить следующие этапы:

- Подготовительный этап.
- Непосредственно выставочная деятельность.
- Послевыставочный этап.

Обычно первым в отдельный этап выделяют этап принятия решения об организации выставки (для организаторов) или об участии в выставке (для остальных типов участников). Но представляется логичным отнесение принятия подобных решений к подготовительному этапу вместо выделения его как самостоятельного. На подготовительном этапе субъекты выставочной деятельности принимают решение о своем участии, налаживают необходимые для участия связи, осуществляют коммуникации, сопровождающие подготовку участия. На этом этапе также задаются те критерии, по которым впоследствии будет оцениваться успешность участия в выставке. На втором этапе участники осуществляют собственно выставочные коммуникации, то есть те социальные коммуникации, ради которых субъекты участвуют в выставке. На данном этапе наблюдается наибольшая плотность социальных коммуникаций между участниками, так как участники стремятся извлечь из участия в выставке максимальный эффект. На третьем этапе производится оценка эффективности участия.

О социальной значимости выставок говорит не столько рост общего числа проводимых выставок, сколько рост числа направлений, в рамках которых проходят выставки. Согласно данным одной из компаний-организаторов («ГринЭкспо») за последние три года возросло количество выставок по таким сферам как продукты питания и напитки, сфера развлечений, бытовые услуги. Число выставок, относящихся к сфере промышленности, энергетики и строительной отрасли, остается в целом неизменным. Возможно, это связано с тем, что промышленные выставки проводились уже давно, и их число и периодичность уже устоялись. А сейчас выставочная деятельность начинает осваивать те сферы общественной жизни, которые раньше в ней не участвовали. Как показывает анализ годовых календарей выставочной деятельности, разброс направлений очень широк: от промышленности и энергетической отрасли до сферы развлечений и религиозных выставок.

Выставочная деятельность выполняет следующие социальные функции:

- **Интегративная:** выставочная деятельность на некоторое время собирает вместе различных социальных агентов, принадлежащих к одной или нескольким смежным областям общественной жизни. Эта функция затрагивает всех участников выставочной деятельности.

- **Установление новых и поддержание существующих связей.** Данная функция, прежде всего, относится к экспонентам и посетителям.

- **Информационная:** экспоненты, посетители и средства массовой информации участвуют в выставочной деятельности с целью получения и передачи новой информации. В меньшей степени данная функция затрагивает организаторов.

- **Получение обратной связи о результатах и качестве своей деятельности.** Эта функция практически не затрагивает участие в выставке посетителей и средств массовой информации.

- **Мониторинг среды:** анализ существующих социальных связей (как своих социальных связей, так и социальных связей между другими агентами), поиск и анализ нововведений и основных тенденций текущей и смежных областей деятельности.

- **Символическая:** создание, поддержание или изменение статуса и образа участника. Эта функция прямо касается всех четырех типов участников, но наибольшее значение имеет для экспонентов и организаторов.

В целом, выставка позволяет участвующим сторонам изучить новые направления развития отрасли, наладить новые контакты и показать свои собственные достижения и новые тенденции. Реже выставки используются участвующими сторонами для получения обратной связи о результатах и качестве своей деятельности.

Литература

1. *Назаренко Л. Ф.* Выставка как инструмент маркетинга. М., 1997.
2. *Социология: Энциклопедия / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко.* – Мн.: Книжный Дом, 2003. 1312 с.
3. *Щербич Г. А., Анохина Н. Н.* Выставки как инструмент маркетинга: Учеб. Метод. Пособие. Мн.: БГЭУ, 2000. 32 с.

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

А. А. Шеститко

Современное мировое сообщество представляет сложноорганизованную систему, отличающуюся многонациональностью, поликультурностью входящих в ее состав элементов.