

Раздел 3. Нобелистика. Общие проблемы

НОБЕЛИСТИКА – СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ РЕАЛИЯ XX ВЕКА

А.А.Макареня (Тюмень)

Образование включает в себе опережающую функцию в развитии личности и общества, а культура играет решающую роль в реализации этой функции в превращении этой возможности в действительность. Подходя с этих позиций к результатам научных достижений, получивших признание Нобелевского комитета, а также к результатам деятельности «движения нобелистов», следует признать, что социокультурное значение нобелистики в реализации гуманистической концепции образования на всех его этапах исключительно велико. Оно определяется его высоким культурологическим потенциалом.

Нобелистика в системе педагогического образования, включая повышение квалификации учителей, работников среднего и высшего специального образования, стала педагогической и социокультурной реалией XX в. Во-первых, высочайшие научные достижения лауреатов Нобелевских премий позволяют вникнуть в процессы научного творчества и его истоки (от вариативности образования к проблеме «одаренные дети»). Во-вторых, рассмотрение хода открытий, внедрение в практику, судьбы открытий позволяют более полно понять и оценить, социальные стороны науки (от «социального» заказа и внутренней логики развития науки до индивидуальной ответственности ученого). В-третьих, использование текстов нобелевских лекций ученых-лауреатов (на языке оригинала) позволяет формировать языковую (лингвистическую) культуру, знакомится со стилем научных публикаций (в форме, предназначенной для более широкого знакомства как специалистов в данной и смежных областях науки, так и педагогической ответственности. Этот способ предъявления имеет большое значение для понимания механизма превращения научного знания в учебное). Наконец, в-четвертых, публикации МИНЦ важны для развертывания самостоятельной работы учащихся, студентов, слушателей ИПК, так как позволяют повысить общекультурный кругозор, историко-логическую грамотность, методологическую компетентность. Большая заслуга в развитии этой области знаний принадлежит профессору В.М.Тютюннику, как президенту МИНЦ, и его коллегам.

Состояние информационного обеспечения нобелистики можно было бы считать нормальным, если оценивать только имеющиеся технические возможности. Действительно – возможность работы с Internet практически в каждой библиотеке, CD-ROM и продажа компакт-дисков наравне с традиционными изданиями, издательская деятельность без прежних «странных» ограничений, увеличение количества каналов на телевидении и т.д.

Но если оценить не только техническую сторону, то окажется, что возможности у потребителя информации по нобелистике не так уж и велики. Internet далеко не так доступен, как видится журналистам московской периодики, - в провинциальных условиях в сети может работать не слишком большая группа людей в библиотеке и некоторых учебных заведениях. Банковские структуры, торговые компании заняты более важным делом – отслеживают коммерческую информацию. Компьютерщики-«домоседы», вложившие все силы и средства в «железо» и программное обеспечение для доступа к сети заняты не менее важными «своими» заботами.

Издание литературы – монографий, периодики (в печатном и электронном виде), продолжающихся изданий на достаточно узкую тему – невыгодно, так как уже сейчас и подписчики и даже библиотеки вынуждены отказываться от многих обременительных в экономическом отношении привычек.

В настоящее время наиболее доступна информация на дискетах – самый дешевый вариант и устраивающий практически всех, поскольку доступ к компьютеру не проблема, а возможности современных офисных пакетов позволяют формировать информацию не только в текстовом виде, но и в виде таблиц и баз данных. Для пользователя – это дополнительные возможности выборки и ведения статистики. Для информационных центров – повышение популярности, хотя и сопряженное с дополнительными проблемами. Основная – защищенность информации, соблюдение авторского права при популярности пиратского копирования и, соответственно, экономические проблемы. Решения могут быть самыми различными. Одно из них – тиражирование прежде всего информации популяризирующей, обеспеченной спонсорской помощью и/или взносами заинтересованных клиентов. На первых порах такое решение, вероятно, является наиболее приемлемым.