

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Томский государственный педагогический университет»



**II Всероссийский фестиваль науки
XVI Международная конференция
студентов, аспирантов и молодых ученых
«Наука и образование»,
посвященная 110-летию ТГПУ
(23–27 апреля 2012 г.)**

**ТОМ III
ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ**

**ЧАСТЬ 2
ПСИХОЛОГИЯ.
РЕКЛАМА. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Томск
2012

ББК 74.58
В 65

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
ФГБОУ ВПО «Томский государственный педагогический университет»*

В 65 II Всероссийский фестиваль науки. XVI Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и образование», посвященная 110-летию ТГПУ (23–27 апреля 2012 г.) : В 5 т. Т. III : Педагогика и психология. Ч. 2 : Психология. Реклама. Связи с общественностью ; ФГБОУ ВПО «Томский государственный педагогический университет». – Томск : Издательство ТГПУ, 2012. – 344 с.

Научные редакторы:

Ахметова Л.В., канд. психол. наук, доцент,
Витрук Е.Е., канд. пед. наук, доцент,
Гадельшина Т.Г, канд. психол. наук, доцент,
Галашова Н.Б., канд. ист. наук, доцент,
Камарова Н.А., канд. филол. наук, доцент.

СТАТЬИ ПУБЛИКУЮТСЯ В АВТОРСКОЙ РЕДАКЦИИ

© ФГБОУ ВПО «ТГПУ», 2012

ТОМ III
ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ
ЧАСТЬ 2
ПСИХОЛОГИЯ.
РЕКЛАМА. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ФОРМИРОВАНИЯ БРАЧНОЙ ПАРЫ <i>И. Л. Шелехов, Я. В. Иванов</i>	9
ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ ТУРИЗМОМ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ ПОДРОСТКОВ <i>Н. А. Буравлева, М. А. Двухжильная</i>	13
ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ДОШКОЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ <i>Н. А. Буравлева, Е. А. Уралова</i>	17
ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ПЕДАГОГОВ ДОУ <i>Ж. В. Воденицкая</i>	22
ФЕНОМЕН КОНЦА СВЕТА В СОЗНАНИИ ЧЕЛОВЕКА <i>Р. Ф. Гимазов</i>	27
ТЫ БОЙСЯ ХРУПКИЙ МИР РАЗРУШИТЬ, ИЛИ ВСЕ НАЧИНАЕТСЯ С СЕМЬИ <i>Д. О. Домнич, А. И. Ляко</i>	31
ВЛИЯНИЕ КОНФЛИКТНОСТИ СЕМЕЙ С РАЗНОЙ СТЕПЕНЬЮ СОЦИАЛЬНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ НА ФИЗИЧЕСКУЮ АГРЕССИВНОСТЬ ПОДРОСТКОВ <i>А. О. Куприенко</i>	37
СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ СЕМЬИ КАК ФАКТОР АГРЕССИВНОСТИ ПОДРОСТКОВ <i>А. О. Куприенко</i>	41
ДИНАМИКА ОТНОШЕНИЙ ПОДРОСТКОВ К СЕБЕ И ДРУГИМ В ПРОЦЕССЕ ТАНЦЕВАЛЬНОГО ТРЕНИНГА <i>О. А. Лебедикова, Н. А. Буравлева</i>	44
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДРОСТКОВ, СКЛОННЫХ К ДЕВИАНТНОМУ ПОВЕДЕНИЮ, С РАЗНЫМ СОЦИОМЕТРИЧЕСКИМ СТАТУСОМ <i>М. Н. Николаева</i>	48

ПОПЫТКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ЛИТЕРАТУРНО-ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ПОДРОСТКОВ В УСЛОВИЯХ УЧРЕЖДЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ <i>Ю. В. Овчинникова</i>	52
ПОРТФОЛИО КАК СИСТЕМА МОНИТОРИНГА Д УХОВНО-НРАВСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ КАДЕТ <i>Т. А. Савинова</i>	57
ДИАПАЗОН СОЦИАЛЬНОЙ ЭРГИЧНОСТИ КАК ФАКТОР РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МИКРОГРУППОВОЙ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>Е. Д. Степанова</i>	62
ПУСКОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ КУРЕНИЯ У СТУДЕНТОВ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ <i>А. В. Тюменцева</i>	65
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ОТКЛОНЕНИЯ КАК ПРИЗНАК СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЗАДАПТАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ <i>Н. В. Шевелева</i>	69
ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ И КОГНИТИВНОГО РАЗВИТИЯ УЧАЩИХСЯ	
СПОРТИВНЫЕ ТРАДИЦИИ В МОНГОЛИИ <i>Алтанзаяа Чинзориг (Монголия)</i>	75
ЖИВОПИСЬ КАК ВИРТУАЛЬНЫЙ ЧУВСТВЕННЫЙ МИР <i>Сайнхишиг Ариунаа (Монголия)</i>	82
РАЗВИТИЕ ЦЕННОСТНО-ПОТРЕБНОСТНОЙ СФЕРЫ ЛИЧНОСТИ – АСПЕКТ ВОИНСКОГО ВОСПИТАНИЯ <i>Алтанцэцэг Далхаа*, Л.В.Ахметова</i>	87
ОСОБЕННОСТИ РИСУНКОВ ЛЕВОРУКИХ И ПРАВОРУКИХ ДЕТЕЙ <i>Е. А. Аникина, О. А. Белобрыкина</i>	91
ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ МЕЖЭТНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ <i>Л. В. Ахметова</i>	95
ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ <i>Л. В. Ахметова, И. В. Мельниченко</i>	98
ИСТОКИ И ОСОБЕННОСТИ МОНГОЛЬСКОГО БУДДИЗМА <i>Батсүх Батчимэг (Монголия)</i>	103
УНИВЕРСАЛЬНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СЕМАНТИКИ СИМВОЛИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ <i>Б. Тилейхан, Л. В. Ахметова, А. Н. Стась</i>	109

ПРОФИЛАКТИКА ПСИХОСОМАТИЧЕСКИХ НАРУШЕНИЙ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ГЕНЕЗА В ДОШКОЛЬНОМ ВОЗРАСТЕ: ПРЕВЕНТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЕТСКОЙ ОДЕЖ	
<i>О. А. Белобрыкина, Г. А. Горшечникова, М. Г. Чухрова</i>	114
Н. Я. ГРОТ: К ИСТОКАМ СУЩНОСТИ ЭМОЦИЙ	
<i>О. А. Байгуэжинова</i>	123
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ РУССКОГО ЧЕЛОВЕКА	
<i>А. О. Брагина</i>	130
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ БЕЛОРУССКОЙ, РОССИЙСКОЙ И УКРАИНСКОЙ МОЛОДЕЖИ	
<i>О. П. Булойчик, Е. М. Семёнова</i>	133
ЧЕЛОВЕК – ВЕНЕЦ ПРИРОДЫ?	
<i>Ганцогт Ганцэцэг (Монголия)</i>	136
ВОЗРАСТНЫЕ ДЕСКРИПТОРЫ ФАНАТИЗМА В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ	
<i>О. А. Белобрыкина, Е. А. Григорьева</i>	140
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТКЛОНЯЮЩЕЕСЯ ПОВЕДЕНИЕ: МНЕНИЕ ПОДРОСТКОВ	
<i>А. В. Дрёмова</i>	148
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗА И ВЫПУСКНИКОВ ШКОЛЫ	
<i>Э. В. Жданова</i>	152
ОСОБЕННОСТИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ ЭКОНОМИКИ (НИУ ВШЭ)	
<i>Э. В. Жданова</i>	157
РАЗВИТИЕ РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕТЕЙ СТРЕШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА	
<i>А. М. Заиц, Л. В. Ахметова</i>	163
КАТЕГОРИЯ «ВРЕМЯ» В ПСИХИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА	
<i>А. А. Кашкаков</i>	169
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЦ, ЗАВИСИМЫХ ОТ МНОГОПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ РОЛЕВЫХ ОНЛАЙН ИГР	
<i>Л. И. Козлова</i>	173
СТЕРЕОТИПЫ И ОЖИДАНИЯ УЧАСТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА КАК ФАКТОРЫ КОНФЛИКТОГЕННОСТИ	
<i>Ю. В. Комисарчук</i>	176
ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ЭМПАТИИ У СПЕЦИАЛИСТОВ РАЗЛИЧНЫХ ПРОФЕССИЙ	
<i>Ю. С. Костюкова, Е. М. Семёнова</i>	182
СПЕЦИФИКА ГЕНДЕРНЫХ УСТАНОВОК ЛИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ УСЛОВИЯХ	
<i>А. А. Костюнина</i>	185

КОМПЬЮТЕРНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПЕРВОКЛАССНИКА – ПРОГРЕСС ИЛИ РЕГРЕСС? <i>А. В. Кулагина</i>	191
ВЛИЯНИЕ КОНФЛИКТНОСТИ СЕМЕЙ С РАЗНОЙ СТЕПЕНЬЮ СОЦИАЛЬНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ НА ФИЗИЧЕСКУЮ АГРЕССИВНОСТЬ ПОДРОСТКОВ <i>А. О. Курпиенко</i>	195
ДИНАМИКА ОТНОШЕНИЙ ПОДРОСТКОВ К СЕБЕ И ДРУГИМ В ПРОЦЕССЕ ТАНЦЕВАЛЬНОГО ТРЕНИНГА <i>О. А. Лебедикова, Н. А. Буравлева</i>	199
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ БИОГРАФИЧЕСКОГО МЕТОДА В ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЕ СО ШКОЛЬНИКАМИ <i>Д. А. Лопухов, И. В. Котов</i>	203
РОЛЬ САМООЦЕНКИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОДРОСТКОВЫХ ГРУПП РАЗНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ <i>Е. О. Макарова</i>	208
НАЦИОНАЛЬНОЕ САМОСОЗНАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ <i>Б. А. Мединский</i>	216
РОЛЬ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ ПРИБОРОВ В ОБЪЕКТИВНОЙ ПСИХОЛОГИИ: ИСТОРИЯ ВОПРОСА <i>И. В. Мельниченко, Л. В. Ахметова</i>	222
СИМВОЛИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ ЯКУТОВ <i>Е. В. Петранцова</i>	228
СЕМАНТИКА ОБРАЗОВ СИМВОЛИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ (ПРОЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ) <i>Е. К. Сенаторова, Л. В. Ахметова, Батырхан Тилейхан (Монголия)</i>	234
МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК НАБОР ТЕХНОЛОГИЙ ПРОТИВ АГРЕССИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ СМИ <i>О. Ф. Солоненко</i>	238
ПОЛО-ВОЗРАСТНАЯ СПЕЦИФИКА САМООТНОШЕНИЯ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ <i>И. Б. Степанова</i>	244
МИФОЛОГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ <i>И. С. Сырова</i>	250
ПСИХОЛОГИЯ МЕТАЭМОЦИЙ <i>Л. А. Урбанович</i>	253
УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ТРУДОМ У СПЕЦИАЛИСТОВ ПРОФЕССИЙ ТВОРЧЕСКОГО ТИПА <i>С. Л. Усова</i>	257

РАЗРАБОТКА КОМПЬЮТЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СТИЛЕЙ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ МЕЖЭТНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ <i>У. Баасанжав, Л. В. Ахметова, А.П.Клишин</i>	259
---	-----

РЕКЛАМА И PR

В СОВРЕМЕННОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ <i>О. А. Аникина, Н. Б. Галашова</i>	267
РАЗВИТИЕ ДЕТСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ PR-ТЕХНОЛОГИЙ <i>И. А. Баскаков</i>	272
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕТЕВОГО ВУЗА НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРСКОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА <i>С. Е. Шляпников, А. В. Жидков, Д. В. Балдина</i>	274
СТРАТЕГИЯ СОБЛАЗНЕНИЯ В РЕКЛАМЕ <i>Ж. О. Земяц, Н. А. Камарова</i>	280
ЗНАЧЕНИЕ РЕКЛАМЫ В СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>А. М. Зинина</i>	283
ИМИДЖ КАК ИНТСРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА Г. ТОМСКА <i>А. М. Зинина, Н. Б. Галашова</i>	287
СТРАТЕГИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАЗРЕШЕНИИ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ В ФУТБОЛЬНОМ КЛУБЕ «ТОМЬ» В 2011 ГОДУ <i>Н. В. Ковалевская</i>	292
<i>А. С. Котович</i>	297
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕРЧАНДАЙЗИНГА ПРОДУКТОВЫХ СУПЕРМАРКЕТОВ Г.ТОМСКА <i>В. М. Лупак, Н. Б. Галашова</i>	301
ТЕСТИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ ОБНОВЛЕННОЙ ЭТИКЕТКИ ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ «БОНАКВА» <i>В. В. Мезенцева, Н. Б. Галашова</i>	308
РОЛЬ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В КОНСТРУИРОВАНИИ ОСНОВ СОЛИДАРНОГО ОБЩЕСТВЕННОГО СУЩЕСТВОВАНИЯ <i>Н. Н. Мещерякова</i>	311
К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ АНАЛИЗА АГТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ СМИ.....	315
<i>А. Н. Николаева, Р. А. Топчий</i>	315

<p>КОНЦЕПТ «ЖЕНЩИНА» В СОВРЕМЕННОЙ ГЕНДЕРНОЙ ПОЭТИКЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕН) <i>Л. Г. Обрусник</i>.....</p>	321
<p>АНАЛИЗ КРИТЕРИЕВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА «ПАЛЕКС-ТУР» НА ОСНОВЕ ЕГО РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>А. А. Планкина, Н. Б. Галашова</i></p>	325
<p>ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ КАК СРЕДСТВО РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КАНАЛОВ В Г.ТОМСКЕ <i>А. Ф. Смирнова</i>.....</p>	330
<p>МИРОМОДЕЛИРОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ <i>Ю. И. Хамчиновская, Н. А. Камарова</i>.....</p>	335
<p>ПОЛИТИКА И ПЕРСОНАЛИИ В ПЕРЦЕПТИВНОМ ПОЛЕ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА ТОМСКА <i>И. В. Шомас</i>.....</p>	338

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ФОРМИРОВАНИЯ БРАЧНОЙ ПАРЫ

И. Л. Шелехов, Я. В. Иванов

Томский государственный педагогический университет

В формировании супружеской пары различают два периода: добрачный (до принятия парой решения о вступлении в брак) и предбрачный (до заключения брачного союза). Теоретически доказано, что источником трудностей в семейной жизни могут стать особенности выбора партнера, характер добрачного и предбрачного ухода, принятие решения о вступлении в брак. При исследовании супружеской пары (брачного союза), обратившейся в психологическую консультацию, необходимо понять, что свело супругов вместе и до настоящего времени поддерживает их брак, каким образом проходил процесс формирования супружеской пары, как каждый из них выбирал партнера – на основании одного лишь сходства с собой или опираясь на более сложные эмоциональные и средовые факторы. Психологи на протяжении многих лет пытались разобраться: каким образом люди выбирают брачного партнера? Однако единственным содержательным обобщением может стать признание того, что этот процесс намного сложнее, чем представляется на первый взгляд. Одним из первых стал размышлять над причинами вступления в брак основатель классического психоанализа З. Фрейд. Его психоаналитическая теория опирается на предположение о влечении, которое дети испытывают к родителям противоположного пола. Благодаря сложному бессознательному процессу они могут переносить любовь, испытываемую ими к этому родителю, на другие, общественно одобряемые, объекты – на своих потенциальных супругов. Вероятно, поэтому многие юноши хотели бы встретить будущую спутницу жизни, похожую на их мать, и очень часто девушки обращают внимание на юношей, похожих на их отцов. Желание объяснить механизм брачного выбора привело к созданию ряда концепций.

Наибольшее распространение и популярность в зарубежной социальной психологии получили теории комплементарных потребностей Р. Уинча, теория «стимул – ценность – роль» Б. Мурстейна, инстру-

ментальная теория подбора супругов Р. Сентерса, теория «фильтров» А. Керкгоффа и К. Дэвиса, «круговая теория любви» А. Рейса. Теория комплементарных потребностей (дополняющих потребностей) Р. Уинча основывается на принципе, гласящем, что противоположности притягиваются. Р. Уинч пишет, что в выборе супруга каждый индивидуум ищет того, от кого ожидает максимум удовлетворения потребностей. Влюбленные должны обладать сходством социальных черт и психологически дополнять друг друга. Удовлетворение, вознаграждение и удовольствие рассматриваются как силы, способствующие сближению будущих супругов. Эта теория не утверждает, что каждый может найти супруга, который бы полностью удовлетворил его потребности. Она помогает разобраться, почему каждый считает только некоторых из всего «поля избранников» привлекательными. Согласно этой теории, например, привлекательной для властного мужчины может быть кроткая женщина, а спокойному и мягкому мужчине нравятся энергичные и прямые женщины. Инструментальная теория подбора супругов, разработанная Р. Сентерсом, также уделяет первостепенное внимание удовлетворению потребностей, но при этом утверждает, что одни потребности более важны, чем другие, некоторые из них более присущи мужчинам, чем женщинам, и наоборот. Согласно Р. Сентерсу, человека влечет к тому, чьи потребности схожи с его собственными или дополняют их. Теория «стимул–ценность–роль», или «обмен и максимальная выгода», Б. Мурстейна получила наибольшее распространение среди исследователей. Она основывается на двух важнейших посылах.

Первая заключается в том, что на каждой ступени развития взаимоотношений партнеров прочность отношений зависит от равенства обмена, т. е. происходит своеобразный учет плюсов и минусов, активов и пассивов каждого партнера. В результате, хотя партнеры могут и не осознавать этого, устанавливается некоторый баланс позитивных и негативных характеристик каждого. Если активы, или стимулы вступления в брак, превышают пассивы, то принимается решение о заключении супружеского союза.

Вторая посылка состоит в том, что брачный выбор включает в себя серию последовательных стадий, через которые должны пройти молодые люди. Тот, кто не соответствует условиям каждой стадии, выбывает из «игры». Первую стадию Б. Мурстейн назвал «стимул». Когда мужчина и женщина видят друг друга впервые, складывается первоначальное мнение по поводу внешности другого человека, его ума, умения держаться в обществе, а также происходит восприятие и оценка тех собственных качеств, которые могут быть привлекательными для другого человека. Если между партнерами возникла аттрак-

ция – первое впечатление было привлекательным, то пара переходит ко второй стадии – сравнению ценностей. Партнеры обсуждают свои взгляды на жизнь, брак, мужские и женские роли в семье, на воспитание детей и т.п. Мужчина и женщина либо укрепляют взаимные симпатии, либо, поняв, что у них мало общего, порывают друг с другом. Если взаимная привлекательность, возникшая на первой стадии, подкрепляется сходством ценностей, то взаимоотношения партнеров переходят в третью стадию – ролевую. На третьей стадии – ролевой – партнеры проверяют, соответствует ли ролевое поведение одного ожиданиям другого. Конечно, есть люди, которые, влюбившись друг в друга, вступают в брак после непродолжительного знакомства, без всяких тревог и опасений, повинаясь лишь чувству. Однако большинство партнеров стараются осознать как достоинства, так и недостатки друг друга и, тщательно взвесив все «за» и «против», принимают окончательное решение. Идея существования нескольких стадий в процессе выбора брачного партнера лежит и в основе теории «фильтров» А. Керкгоффа и К. Дэвиса. Схематично данный процесс можно представить как последовательное прохождение через серию фильтров, которые постепенно отсеивают людей из множества возможных партнеров и сужают индивидуальный выбор.

Первый фильтр – место жительства – отсеивает тех потенциальных партнеров, с которыми человек никогда не сможет встретиться. Затем фильтр гомогамии исключает тех, кто не подходит друг другу по социальным критериям. На этом этапе человек вступает в контакты с людьми, которые кажутся ему привлекательными. На последующих стадиях устанавливаются сходство ценностей и совместимость ролевых ожиданий. Результатом прохождения через все фильтры является вступление в брак. «Круговая теория любви» А. Рейса объясняет механизм выбора брачного партнера через реализацию четырех последовательных, взаимосвязанных процессов. Установление взаимосвязи. Имеется в виду легкость общения двух людей, иными словами – насколько «в своей тарелке» они чувствуют себя в обществе друг друга. Это зависит как от социально-культурных факторов (социального класса, образования, религии, стиля, воспитания), так и от индивидуальных способностей человека вступать в контакт с другими людьми. Самораскрытие. Ощущение взаимосвязи с другим человеком рождает чувство расслабления, доверия и облегчает раскрытие себя перед другим. Здесь также большое влияние оказывают социально-культурные факторы. Формирование взаимной зависимости. Постепенно у мужчины и женщины возникает и развивается система взаимосвязанных привычек, появляется чувство необходимости друг другу. Реализация основных потребностей личности, какими, по мнению

А. Рейса, являются потребности в любви, доверии, стимуляции кем-либо ее амбиций и др. Развитие чувства любви идет в направлении от первого процесса к четвертому. Безусловно, что пропуск одного из них негативно сказывается на развитии или стабильности любовных отношений. Немецкий ученый Р. Зидлер также считает, что намерению вступить в брак у большинства людей в европейских промышленно развитых странах предшествует длительный процесс ориентации и социокультурной настройки человека на брак и семью. Выбор брачного партнера можно представить, по мнению Р. Зидлера, как процесс фильтрации. Сначала определяется категория социально подходящих партнеров. Это происходит почти «незаметно» для человека в социальной среде, где он вращается. Затем осуществляется специфический выбор из «совокупности» возможных партнеров в соответствии с психологическими, сексуально-эротическими и эстетическими механизмами. При этом большое значение придается впечатлениям, вынесенным из родной семьи, образованию и ранней профессиональной карьере молодых людей. Определенные стадии выбора партнера выделяет и американский социальный психолог Д. Адаме, который изучал прочные студенческие пары на протяжении шести месяцев. По мнению ученого, первичное влечение основано на внешних особенностях, таких, как физическая привлекательность, общительность, уравновешенность и общие интересы. Завязавшиеся отношения укрепляются благодаря реакциям окружающих, получению статуса пары, ощущению уюта и спокойствия в присутствии друг друга и действию других подобных факторов. Затем пара вступает в стадию взаимных обязательств и близости, что еще больше притягивает партнеров друг к другу. Связав себя взаимными обязательствами, они изучают взгляды и ценности друг друга. На этой стадии пара часто готова к тому, чтобы принять решение о вступлении в брак. В отечественной психологии проблема выбора партнера, как и специфика добрачного и предбрачного периодов, крайне редко являлась предметом теоретического и практического исследований. Отдельные ее аспекты освещались в работах Б.Ю. Шапиро, А.Н. Волковой, В.И. Штильбанс, Л.Я. Гозмана, Л.П. Панковой, В.А. Сысенко, М.А. Абалакиной. Так, М.А. Абалакина обосновала теоретическую модель соотношения процессов межличностного восприятия и динамики добрачных отношений. Автор выделяет три стадии позитивного развития отношений в добрачной паре. На первой стадии происходит встреча партнеров и формирование первых впечатлений друг о друге. Вторая стадия начинается, когда отношения переходят в устойчивую фазу, т.е. и сами партнеры, и окружающие воспринимают диаду как достаточно стабильную пару. Отношения становятся более или менее интенсивными и характери-

зуются высокой эмоциональностью. Третья стадия возникает после решения партнеров о вступлении в брак. Снижается степень идеализации, возрастает удовлетворенность отношениями с партнером. В промежутке между первой и второй стадиями стимульные, чисто внешние параметры, в частности физическая привлекательность, уступают место сравнению мотивационно-потребностной, ценностной или ролевой сфер личности партнера. Зарубежные и отечественные теории выбора брачного партнера, на наш взгляд, объединяются в основном двумя идеями. Во-первых, почти все они базируются на принципе социально-культурной гомогамии. Во-вторых, механизм выбора партнера представлен как система фильтров (стадий). Они последовательно сужают круг возможных избранников, отсекая неподходящих. Таким образом, на заключительном этапе остаются лишь те пары мужчин и женщин, которые теоретически должны хорошо подходить друг другу как супружеские партнеры.

Литература

1. Гаспарян В.А. Семья на пороге XXI века: социологические проблемы. -М.: Наука, 172с.
2. Жизнедеятельность семьи: тенденции и проблемы /Отв. ред. А.И. Антонов.-М.: Наука, 1990.
3. Зейгарник Б.В. Теории личности в зарубежной психологии.-Л: Изд-во ЛГУ, 1982.-128с.
4. Левин А.И., Левина Л.В. Современная семья и ее эволюция в условиях перехода к постиндустриальному обществу.-Курск, 2001.- 218с.
5. Семечкин Н.И. Социальная психология.- СПб.:Питер, 2004.-375с.
6. Сеницына Л.Н. Гендерные стереотипы и реальность современной культуры.-М.: Наука, 2002.-102с.
7. Сокольникова Э.И. Семья как царство любви и добра. М., 1996.
8. Фромм Э. Мужчина и женщина.-М.: Изд-во АСТ, 1998.-512с.
9. Шнейдер Л. Б. Психология семейных отношений. – М.: Эксмо, 2000

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ ТУРИЗМОМ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ ПОДРОСТКОВ

Н. А. Буравлева, М. А. Двухжильная

Томский государственный педагогический университет

Подростковый период является одним из основных, критических периодов в жизни любого человека. Занимая переходную стадию между детством и юностью, отрочество представляет исключительно сложный этап психического развития. В подростковом возрасте, подчеркивал Л.С.Выготский, имеет место разрушение и отмирание старых, детских интересов и созревание, развитие новых.

Л.С. Выготский, подробно рассматривая проблему интересов в переходном возрасте, называл ее «ключом ко всей проблеме психологического развития подростка». Согласно культурно-исторической концепции Л.С. Выготского, все психические функции существуют и развиваются не каждая сама по себе, не автоматически, а в определенной закономерности ее развития в системе всех функций человека, направляемых его интересами, влечениями, стремлениями, общей направленностью личности. Подросток как бы пробует себя в разных видах деятельности. Этот факт обусловлен процессом поиска самого себя и, как следствие, попыткой понять, определить ту деятельность, которая ему нравится и к которой он предназначен. Постепенно, пробуя и ошибаясь, подросток, переходя в юношеский возраст, таким интуитивным методом находит свое дело, свое предназначение.

Известно, что Л.С. Выготский выделил несколько доминант у подростков. Это «эгоцентрическая доминанта» - интерес подростка к своему внутреннему миру, к своей личности; «доминанта дали» - установка подростка на далекие временные планы, вплоть до протяжения всей жизни в ущерб ближним целям, сегодняшним. Он знает, чем будет заниматься через 10, 20, 30 лет, но не знает, что будет делать завтра. «Доминанта усилия» отражает стремление подростка к сопротивлению, преодолению, напряжению воли, отстаиванию своего суверенитета, что часто проявляется в упрямстве, хулиганстве, протесте, борьбе против воспитательных мер взрослых; в «доминанте романтики» проявляется интерес к опасности, приключениям, риску, азарту, запрещенному [1].

Подростковый возраст - это возраст жадного стремления к познанию, возраст кипучей энергии, бурной активности, инициативности, жажды деятельности. Заметное развитие в этот период приобретают волевые черты характера - настойчивость, упорство в достижении цели, умение преодолевать препятствия и трудности. Важнейшая психологическая особенность его - зарождающееся чувство взрослости. Оно выражается в том, что уровень притязаний подростка предвосхищает будущее его положение, которого он фактически еще не достиг, намного превышает его возможности. Именно на этой почве у подростка возникают типичные возрастные конфликты с родителями, педагогами и с самим собой [2].

Важнейшие новообразования этого возраста - развитие рефлексии и на ее основе самосознания. Развитие рефлексии у подростка не ограничивается только внутренними изменениями самой личности, в связи с возникновением самосознания для подростка становится возможным и неизмеримо более глубокое и широкое понимание других людей. Развитие самосознания, как никакая другая сторона душевной

жизни, считал Л.С. Выготский, зависит от культурного содержания среды.

В концепции Д.Б. Эльконина в подростковый возраст происходит «поворот» от направленности на мир к направленности на самого себя; подросток обнаруживает в себе новые возможности, но не знает, как и где их применять. Только проявляя себя в реальной деятельности, опосредующей общение со сверстниками, подросток может получить информацию о своих психологических качествах, чертах характера.

Отроческий период очень важен с точки зрения развития социальной зрелости, которая возникает в условиях сотрудничества подростка со взрослыми и сверстниками в разных видах деятельности. Возможность осознать, оценить свои личные качества, удовлетворить свойственное ему стремление к самосовершенствованию подросток получает в системе взаимодействия с миром людей [3].

А.Н. Леонтьев считает, что подлинное рождение личности происходит тогда, когда подросток начинает осознавать себя частью общества, когда он осознанно участвует в совместной, общественно значимой деятельности. В основе становления и функционирования личности лежит процесс иерархизации мотивов, побуждающих человека к деятельности. Процесс самореализации, по мнению А.Н. Леонтьева, представляет собой опредмечивание сущностных сил и способностей личности в её социальной деятельности, полагания себя в продуктах своей деятельности и в личностных вкладах в других людей [4].

Подросткам присуща потребность в осознании, оценке своих личных качеств. Анализируя и оценивая свое поведение, подросток постепенно сравнивает его с поведением окружающих людей, прежде всего своих товарищей. При этом он дорожит мнением не только товарищей, но и взрослых, стремясь выработать в себе также черты, которые позволяли бы ему добиваться успехов в деятельности и улучшать взаимоотношения с другими людьми. Это порождает у подростка стремление к самоутверждению, самовыражению, проявлению себя в тех качествах личности, которые он считает ценными.

Известно, что важнейшим фактором, способствующим развитию подростка, является социальная ситуация развития. С этой точки зрения, учреждения дополнительного образования с туристской направленностью представляют образовательную среду, способствующую формированию и развитию личности. Здесь подростки приобретают теоретические знания, которые тут же подкрепляются практикой. В этом виде деятельности подростки могут увидеть, понять, чего же они в действительности стоят, осознать собственные силы, проявить само-

стоятельность, развить свои способности, почувствовать свою индивидуальность, самореализоваться. Туристская деятельность дает возможность воспитанникам почувствовать ответственность за принятие быстрых и важных решений, ответственность не только за свою жизнь, но и за жизнь всего коллектива.

Одной из важнейших функций туризма как общественного явления в современных условиях выступает формирование всесторонней и гармонически развитой личности, сочетающего в себе духовное богатство, моральную чистоту и физическое совершенство. В туристской деятельности подростков эта связь выражается в общей направленности каждой из задач воспитания, которые, дополняя друг друга, обеспечивают воспитание человека интеллектуально и духовно развитого, физически сильного и закаленного.

В основу деятельности туристских центров для подростков, молодежи должны быть положены следующие принципы: создание среды развития подростков, профилактика преступности среди подростков в сочетании с медико-психологическими и социально-педагогическими приемами коррекции отклоняющегося поведения.

Наше исследование проводилось на базе городской «Станции детско-юношеского туризма и экскурсии» города Ачинска в течение учебного года, наиболее активным периодом реализации программы был летний период, когда работал туристско-спортивный палаточный лагерь «Чулымье». Данный тип лагеря организовывается ежегодно для ребят, занимающихся туристско-спортивной деятельностью на базе школ города Ачинска, а также для воспитанников из приютов и детского дома. Экспериментальная программа включала в себя теоретические и практические занятия, а также психологические тренинги.

В нашем исследовании эффективности туристской деятельности в развитии личности подростка использовались следующие методики: шкала реактивной и личностной тревожности Спилбергера, диагностика состояния агрессии у подростков по опроснику Басса – Дарки, шкала оценки мотивации одобрения Д. Крауна и Д. Марлоу, шкала оценки потребности в достижении, методика коллективной самооценки в подростковой группе. Участники эксперимента (всего 62 человека) были разбиты на две группы: экспериментальную и контрольную.

Анализируя результаты эмпирического исследования, мы пришли к выводу, что в экспериментальной группе на контрольном этапе подростки отличались более развитым чувством организованности, открытостью по отношению к новичкам и другим группам, контактностью и сплоченностью. Кроме этого, было выявлено, что у подростков экспериментальной группы более низкие показатели личностной тревожности, проявления агрессивности. Результаты исследования под-

тверждают, что туристская деятельность способствует развитию у подростков потребности в достижении успеха, удачи, стремления к улучшению результатов, неудовлетворенности достигнутым, настойчивостью в достижении своих целей, повышению самооценки. Занятия в объединении дополнительного образования весьма существенно влияют на качество взаимоотношений со сверстниками, педагогами и наставниками.

Результаты исследования подтверждают мысль о том, что объединения дополнительного образования создают пространство, способствующее развитию личности подростков, где они учатся социально приемлемым способом выражать свое отношение к миру, как вокруг себя, так и внутри себя. Основываясь на гуманистических, нравственных ценностях туристские объединения создают условия для преобразования личности, открытой и свободной, активно осваивающей окружающий мир, способствуют формированию гражданской зрелости, развитию общественной активности и выработке навыков общественного поведения подростков.

Литература

1. Выготский Л.С. Психология. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. – 1008 с.
2. Слободчиков В.И. Основы психологической антропологии. Психология развития человека: Развитие субъективной реальности в онтогенезе: Учебное пособие для вузов.- М.: Школьная пресса, 2000. – 416 с.
3. Андреева Г.М. Социальная психология: Учебник для высших учебных заведений. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 363 с.
4. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Смысл, 2005. – 352 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ДОШКОЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Н. А. Буравлева, Е. А. Уралова

Томский государственный педагогический университет

Современная система дошкольного образования характеризуется постоянным повышением его качества и предполагает высокий уровень организации образовательного процесса в дошкольном учреждении. При этом большое внимание уделяется роли профессиональной компетентности педагогов. Требования к личности и содержанию профессиональной деятельности педагога предполагают наличие у него умений эффективно работать в постоянно меняющихся социально-педагогических условиях, т.е. быстро профессионально адаптировать-

ся. В этих условиях к молодым специалистам, пришедшим работать в учреждение дошкольного образования, предъявляются высокие требования. Одной из главных задач в этот период является адаптация молодого специалиста.

Адаптация молодого специалиста - это не только приспособление к новым условиям жизнедеятельности, но и активное усвоение норм профессионального общения, трудовой дисциплины, производственных навыков, традиций трудового коллектива, то есть процесс вхождения в новую для него социальную среду. Молодой специалист вынужден мобилизовать волю, энергию, уметь управлять эмоциями, проявлять определенный уровень активности в деятельности по преодолению адаптационных трудностей.

Психическую адаптацию рассматривают как результат деятельности целостной самоуправляемой системы, подчёркивая при этом её системную организацию. Следовательно, психическую адаптацию можно определить как процесс установления оптимального соответствия личности и окружающей среды в ходе осуществления свойственной человеку деятельности, который позволяет индивидууму удовлетворять актуальные потребности и реализовывать связанные с ними значимые цели, обеспечивая в то же время максимальное соответствие деятельности человека, его поведения требованиям среды [1].

Согласно психологической теории деятельности приспособление приводит к изменению индивида в процессе жизнедеятельности. При этом происходит не прямое изменение организма под воздействием среды, а опосредованное психикой, т.е. активное. Это приспособление составляет неотъемлемую черту любой деятельности. Приспособление, т.е. активность, обращенная индивидом на себя, и активность, направленная на преобразование среды, могут существовать только в неразрывном единстве. При этом ломаются прежние представления, стереотипы деятельности, формируются новые навыки, умения, изменяется поведение. Таким образом, адаптационный потенциал личности зависит от её активности и раскрывается в процессе её активности.

Психическая адаптивность определяется рядом составляющих – общий уровень психического развития, личностные особенности и система отношений, характер и содержание психологических проблем, позиция личности по отношению к ним [2].

Анализируя причины снижения адаптационного потенциала у молодых специалистов ДОУ (дошкольных образовательных учреждений) на этапе их вхождения в профессию, многие исследователи выделяют следующие факторы, препятствующие успешной

психологической адаптации педагогов: недостаточная профессиональная подготовка, слабая мотивация к профессиональному росту, отсутствие или недостаточная поддержка молодых специалистов со стороны администрации, неразвитость профессионально важных качеств личности.

Еще одной из причин психологической дезадаптации, является то, что у молодых специалистов ДОУ заранее формируются определенные ожидания и представления об их будущей работе. В том случае, если они оказываются ошибочными или необоснованными, возникнет так называемый дисбаланс между внутренними ожиданиями и новой социальной ситуацией, молодой специалист будет чувствовать разочарование, неудовлетворенность, у него повышается тревожность, и он, в конце концов, увольняется.

Кроме этого, на процесс адаптации молодых специалистов большое влияние оказывает духовная атмосфера коллектива, отношение в организации к новичку. Нормальный психологический климат, искренняя и доброжелательная атмосфера скорее вызовут у молодого специалиста заинтересованность в работе, даже при низкой зарплате. Кроме того, проявляя интерес к работе коллег, молодой специалист сможет легче пройти адаптацию, как психологическую, так профессиональную и завоевать определенное доверие к себе, начнет приобретать профессиональный опыт. Для успешного приспособления молодых специалистов ДОУ к новым условиям труда им необходима постоянная поддержка, методическая и психологическая помощь, которая бы противодействовала психологической дезадаптации молодых специалистов ДОУ. Основная задача такой поддержки, должна включать в себя раскрытие личностного адаптационного потенциала молодого педагога на этапе вхождения в профессию.

Для решения этих проблем необходимо использовать и развивать такой инструмент, как управление психологической адаптацией молодых педагогов, особенно на ранних этапах вхождения в профессиональную деятельность, которая бы заключалась в организации эффективного и целесообразного психологического сопровождения молодых специалистов.

Согласно «Словарю русского языка», сопровождать — значит следовать рядом, вместе с кем-либо в качестве спутника или провожатого, а это значит, что данный термин обозначает действие, сопутствующее какому-либо явлению. В настоящее время в научной литературе термин «сопровождение» понимается, прежде всего, как поддержка психически здоровых людей, у которых на определенном этапе развития возникают какие-либо трудности. Необходимо заметить, что поддержка понимается как сохранение личностного потен-

циала и содействие его становлению. Сущность такой поддержки заключается в реализации права на полноценное развитие личности и ее самореализацию в социуме.

Концепция психологического сопровождения рассматривается многими исследователями, и они по-разному делают акценты в этом вопросе. Как правило, в психологии «сопровождение» - это системная комплексная технология социально-психологической помощи личности. Так, в основе концепции Е.И. Казаковой лежит системно-ориентированный подход к развитию человека, и одним из основных положений её концепции является приоритет опоры на индивидуально-личностный потенциал субъекта, приоритет ответственности за совершаемый выбор. Автор считает, что для осуществления права свободного выбора личностью различных вариантов развития необходимо научить человека разбираться в сущности проблемы, выработать определенные стратегии принятия решения [3].

М.Р. Битянова определяет сопровождение как систему профессиональной деятельности психолога в образовательной среде, направленную на создание эмоционального благополучия субъекта, его успешного развития и обучения.

Г.А. Берулава подчеркивает, что цель сопровождения - создание необходимых условий для наиболее эффективного становления личности. Она отмечает, что сопровождение предусматривает поддержку естественных реакций, процессов и состояний личности.

Т.Г. Яничева понимает под сопровождением систему организационных, диагностических, развивающих мероприятий для педагогов, родителей и учащихся, создающих оптимальные условия для функционирования образовательной среды, дающей личности самореализоваться.

Р.В. Овчарова определяет сопровождение как направление и технологию деятельности психолога. По мнению автора, в первом случае сопровождение включает в себя поддержку личности и ее ориентирование в трудных, проблемных ситуациях, а также сопровождение естественного развития индивидуально-личностного потенциала. Во втором случае - это комплекс взаимосвязанных и взаимообусловленных мер, представленных разными психологическими методами и приемами, которые осуществляются в целях обеспечения оптимальных социально-психологических условий для сохранения психологического здоровья и полноценного развития личности.

Среди видов психологической деятельности в модели сопровождения выделяются следующие приоритеты и их этапность: психологическое просвещение, профилактика, пропедевтика, диагностика, консультирование, просвещение, коррекция, экспертиза.

Конечно, модель психологического сопровождения молодых специалистов ДОУ имеет свои особенности по формам, методам, содержанию, целям и задачам. Целью психологического сопровождения молодых специалистов на ранних этапах профессиональной деятельности в ДОУ является — полноценная реализация профессионально-психологического потенциала личности и удовлетворение потребностей субъекта деятельности. Главное — помочь человеку реализовать себя в профессиональной деятельности в ДОУ. А одна из главных задач психологического сопровождения — не только оказывать своевременную помощь и поддержку личности, но и научить ее самостоятельно преодолевать трудности процесса адаптации, ответственно относиться к своему становлению, помочь молодому педагогу стать полноценным субъектом своей профессиональной жизни.

В нашем исследовании мы акцентировали внимание на диагностике конкретных проблем педагогов: самочувствия и настроения, уровня тревожности, профессионально значимых психофизиологических свойств. В коррекционно-развивающей работе, на наш взгляд, следует уделить большее внимание раскрытию адаптационного потенциала, снятию тревожности и мобилизации профессиональной активности при помощи организации различных форм тренинговой и другой практико-ориентированной деятельности; например, проведении тренингов саморегуляции эмоциональных состояний, деловых игр, мозговых штурмов, моделирование и проигрывание различных педагогических ситуаций. Кроме этого, в ходе психологического сопровождения молодого специалиста важно осуществлять психологическую коррекцию самооценки: обучение умению сравнивать себя лишь с самим собой, помощь в выработке надежных критериев самооценки, совместный анализ содержания и задач деятельности и сопоставление ее требований с возможностями специалиста.

В просветительской деятельности необходимо оказать молодым специалистам информационную помощь в освоении основных норм, особенностей профессионального поведения, в повышении квалификации, пополнении психологических знаний. В работе с молодыми специалистами педагог-психолог не навязывает им свое мнение, а помогает наметить ориентиры.

Результаты проведенного нами исследования на базе трех дошкольных образовательных учреждений города Сургута (ДОУ № 15, № 9, № 17), в котором приняли участие 24 молодых специалиста, свидетельствуют, что при психологическом сопровождении процесса вхождения в профессиональную деятельность молодых специалистов у них значительно снижается тревожность, стрессовые переживания, повышается настроение и активность, улучшается общее самочувствие.

Наше исследование также показало, что для благоприятной адаптации молодых педагогов важна комфортная психологическая атмосфера в дошкольном образовательном учреждении, создание образовательной среды, максимально полно способствующей их вхождению в профессию.

Статистика неумолима: большой процент пришедших молодых специалистов в ДОУ в скором времени увольняется. Психологическое сопровождение адаптации таких педагогов, помощь администрации, создание благоприятной образовательной среды позволяют решить эту проблему. Специфика деятельности по психологическому сопровождению молодых специалистов на ранних этапах вхождения их в профессиональную деятельность заключается в работе над формированием позитивной установки на преодоление трудностей, развитии чувства востребованности и социальной защищенности, актуализации резервных адаптационных возможностей молодого специалиста, освоение им основ саморегуляции в профессиональной деятельности.

Результаты, полученные в ходе эксперимента, позволяют нам сделать вывод о целесообразности и эффективности психологического сопровождения молодого специалиста, т.к. оно помогает продвижению в области профессии, успешной адаптации в дошкольном учреждении в направлении профессионального самосовершенствования.

Литература

1. Мих Е.В., Берулава Г.А. Адаптация молодых специалистов в ДОУ // Управление дошкольным образовательным учреждением. – 2008. - № 8.
2. Майер А.А. Философия дошкольного образования: генезис и перспективы // Мир детства и образование: сборник материалов III Международной научно-практической конференции. Магнитогорск: МаГУ, 2009. – С. 19 - 21.
3. Казакова Е.И. Методические рекомендации по психолого-педагогическому сопровождению обучающихся в учебно-воспитательном процессе в условиях модернизации образования // Вестник образования, 2003. - №18. – С. 53 - 66.

ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ПЕДАГОГОВ ДОУ

Ж. В. Воденицкая

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: А. В. Гычев, д.м.н., проф.

Педагогическая профессия относится к профессиям типа «Человек—Человек». Согласно Е.А. Климову, этот тип профессий опреде-

ляется следующими качествами человека: устойчиво хорошим самочувствием в ходе работы с людьми, потребностью в общении, способностью мысленно ставить себя на место другого человека, способностью быстро понимать намерения, помыслы, настроение других людей, способностью быстро разбираться во взаимоотношениях людей, способностью хорошо помнить, держать в уме знание о личных качествах многих и разных людей и т. д. [1]

В организации учебно-воспитательного процесса нельзя пройти мимо такого мощного педагогического фактора, как характер воспитателя, свойства и качества его личности. У одного педагога слишком твердый характер и крепкая воля, большая общественная активность. Он стремится все сделать сам, подавляет спонтанность детей, оставляет их непричастными и равнодушными зрителями. У другого - мягкий, он не способен потребовать от воспитанников элементарного порядка. Плохое знание педагогики и психологии, нежеланием преодолеть себя, формировать свой характер в соответствии с педагогическими требованиями дают простор непосредственному проявлению натуры: вспыльчивости, жесткости или бесхарактерности, нетребовательности [7].

По Е.А. Климову, человеку этой профессиональной схемы свойственны [1]:

- 1) умение руководить, учить, воспитывать, «осуществлять полезные действия по обслуживанию различных потребностей людей»;
- 2) умение слушать и выслушивать;
- 3) широкий кругозор;
- 4) речевая (коммуникативная) культура;
- 5) «душеведческая направленность ума, наблюдательность к проявлениям чувств, характера человека, его поведению, умение или способность мысленно представлять, смоделировать именно его внутренний мир, а не приписывать ему свой собственный или иной, знакомый по опыту»;
- 6) «проектировочный подход к человеку, основанный на уверенности, что человек всегда может стать лучше»;
- 7) способность сопереживания;
- 8) наблюдательность;
- 9) «глубокая убежденность в правильности идеи служения народу в целом»;
- 10) решение нестандартных ситуаций;
- 11) высокая степень саморегуляции.

К личностным (индивидуально-психологическим) качествам педагога в дошкольных учреждениях в первую очередь могут быть отнесены [4]:

- 1) адекватность самооценки и уровня притязаний,
- 2) определенный оптимум тревожности, обеспечивающий интеллектуальную активность учителя,
- 3) целенаправленность,
- 4) эмпатийность.

В общечеловеческом смысле это должен быть расположенный к людям (к детям), сердечный, гуманный, внимательный и искренний человек (В.А.Сухомлинский), который всегда имеет в виду их социальную незащищенность (Я. Корчак) и может видеть себя в детях, встать на их позицию. Характеризуя качества педагога дошкольного учреждения, необходимо подчеркнуть важность пластичности и легкости смены педагогом социальных ролей (роли учителя, советчика, друга, родителя и т.д.), готовности принять позицию ребенка. В процессе дошкольного обучения воспитатель может выступать в качестве няньки, рассказчика, артиста и т.д. Согласно А.К. Марковой, профессионально компетентен «такой труд учителя, в котором на достаточно высоком уровне осуществляется педагогическая деятельность, педагогическое общение, реализуется личность учителя, в котором достигаются хорошие результаты в обучаемости и воспитанности детей»[4].

Степень активности каждой личности, как и степень влияния коллектива на личность, определяются тем, насколько личность переживает эмоциональное благополучие в данном коллективе [2].

Эмоциональное состояние, в котором преобладают стенические или астенические эмоции, могут проявляться у человека в любом виде его деятельности и стать его характерологической чертой. Эмоциональные процессы вызывают изменения в организме человека, вызывают изменения пульса, давления, расширение зрачков и др. Одной из форм нарушения нормальной жизни человека является напряженность, вызванная эмоциональным состоянием человека. Часто повышенная эмоциональная напряженность сопровождается страхами, беспокойством, опасениями и перерастает в устойчивое состояние тревожности. Тревожность может быть личностной и ситуативной [9].

Каждая личность должна обладать определенной степенью агрессивности. Отсутствие ее приводит к пассивности, конформности и т. д. Сама по себе агрессивность не делает педагога сознательно опасным. В житейском сознании агрессивность является синонимом «злонамеренной активности». Однако само по себе деструктивное поведение «злонамеренностью» не обладает, таковой его делает мотив деятельности, те ценности, ради достижения и обладания которыми активность разворачивается. [6].

Исследование проводилось в МБДОУ «Теремок № 56» пгт. Краснобродский Кемеровской области. Коллектив женский, возраст от 31

года до 61 года. В состав педагогического коллектива входят 35 человек. Почти 60% педагогов имеют стаж свыше 20 лет.

Исследование проводилось с целью изучения психоэмоционального состояния педагогов в данном коллективе. Объектом исследования являются профессионально-личностные качества воспитателей. Предметом исследования являются психические состояния педагогов.

Особенности психоэмоционального состояния педагогов мы диагностировали с помощью теста «Самооценка психических состояний» (по Айзенку) [8]. Показателями теста являются психические состояния: тревожность (свойство личности и состояние в какой-либо определенный момент, связанное с конкретной ситуацией), фрустрация (состояние человека, выражающееся в характерных особенностях переживаний и поведения и вызываемое объективно непреодолимыми (или субъективно так понимаемыми) трудностями, возникающими на пути к достижению цели или к решению задачи), агрессивность, ригидность.

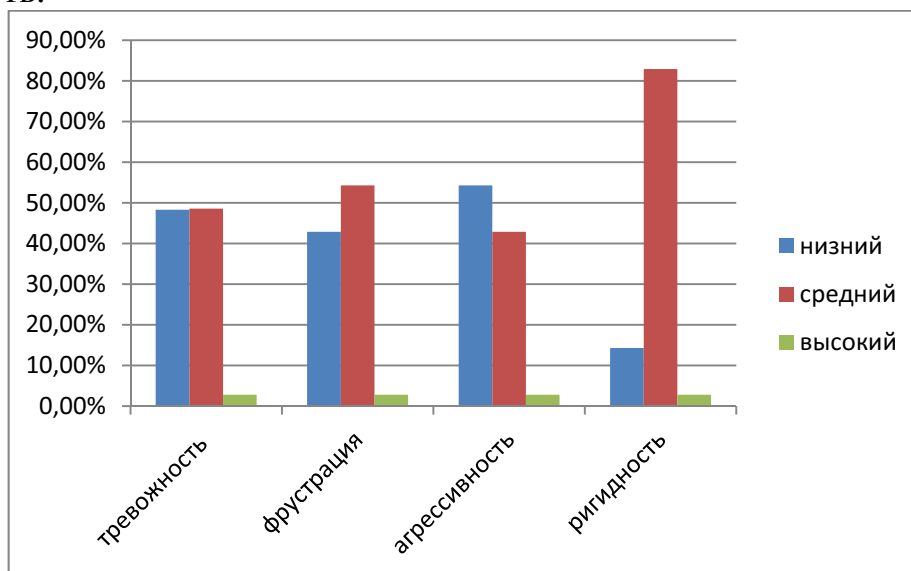


Рисунок 1. Особенности самооценки психических состояний у педагогов

В ходе исследования было выявлено (рисунок 1), что сотрудники имеют определенный оптимум тревожности, обеспечивающий интеллектуальную активность педагога. Они устойчивы к неудачам, не боятся трудностей. Фрустрация выражается в характерных особенностях переживаний за воспитанников и высокой ответственности за них. Педагоги выдержаны, у них легкая переключаемость. Они обладают определенной степенью агрессивности, что не делает их опасными для людей.

Для исследования эмпатии (сопереживания), т.е. умения поставить себя на место другого человека и способности к произвольной эмоциональной отзывчивости на переживания других людей мы использовали методику И. М. Юсупова [3].

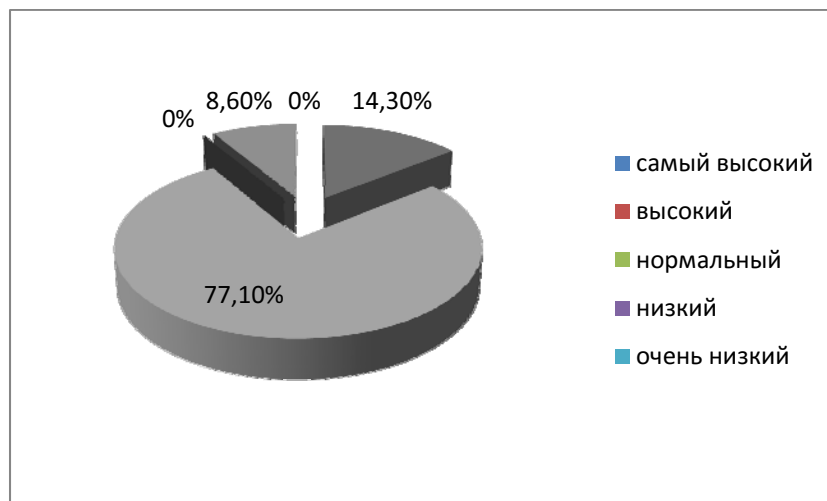


Рисунок 2. Уровни эмпатийных тенденций у педагогов ДОУ

В ходе исследования было выявлено (рисунок 2), что 14,3% педагогов чувствительны к нуждам и проблемам окружающих, великодушны, склонны многое им прощать, стараются не допускать конфликты и находить компромиссные решения. Нормальный уровень присущ подавляющему большинству испытуемых (77%). Воспитатели предпочитают деликатно не высказывать свою точку зрения, не будучи уверенными, что она будет принята. В межличностных отношениях они более склонны судить о других по их поступкам, чем доверять своим личным впечатлениям. И только 8,6% сотрудников испытывают затруднения в установлении контактов с людьми, неуютно чувствуют себя в большой компании, сторонники точных формулировок и рациональных решений, друзей ценят больше за деловые качества и ясный ум.

Данное исследование выявило особенности психоэмоционального состояния педагогов муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Теремок № 56». Воспитатели устойчивы к неудачам, не боятся трудностей. Педагоги выдержаны, доброжелательны, общительны, эмоциональны, у них легкая переключаемость. Они могут поставить себя на место другого человека, способны к произвольной эмоциональной отзывчивости на переживания других людей. Эта эмоциональная особенность играет большую роль в общении, в восприятии ими друг друга, установлении взаимопонимания. Воспитатели предпочитают деликатно не высказывать свою точку зрения, не будучи уверенными, что она будет принята.

Литература

1. Климов Е.А. Образ мира в разнотипных профессиях. М.: АСПЕКТ ПРЕСС, 2002.

2. Колесников, Л. Ф. Резервы эффективности педагогического труда / Л. Ф. Колесников. - Новосибирск, 1985 .
3. Колесникова, Г. И. Психодиагностика от А до Я / автор-составитель Г. И. Колесникова. – Ростов н/Д: Феникс, 2009.
4. Маркова, А. К. Психология труда учителя / А. К. Маркова. - М.: Просвещение, 1993.
5. Митина, Л. М. Психология профессионального развития учителя / Л. М. Митина. - М.: Флинта, 1998.
6. Опросник Басса-Дарки – Режим доступа - http://azps.ru/tests/tests_agression.html
7. Рыданова, И. И. Основы педагогики общения / И. И. Рыданова. – Минск, Беларуская наука, 1998.
8. Тест «Самооценка психических состояний» (по Айзенку) - Режим доступа - <http://www.psyport.ru/test/sps.htm>
9. Эмоциональные состояния – режим доступа - <http://www.inomir.ru/psychology/personality/628.html>

ФЕНОМЕН КОНЦА СВЕТА В СОЗНАНИИ ЧЕЛОВЕКА

Р. Ф. Гимазов

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Е.Д. Степанова, ст. преподаватель

Тема конца света идёт рядом с человеком всю его жизнь. Христианский мир был готов к апокалипсису уже в 33 году нашей эры в связи с казнью Иисуса Христа. Позже почти каждое столетие намечался очередной конец света по различным трактовкам.

В большом энциклопедическом словаре говорится: «Апокалипсис (греч. Apokalypsis – откровение) – откровение Иоанна, одна из книг Нового завета, древнейшее из сохранившихся христианский литературных произведений. Содержит пророчества о «конце света», о борьбе между Христом и антихристом, «страшном суде» [1,с.61].

Мысли о конце света прочно вплетены в культуру современного человека благодаря не только опыту и наследству человека, но и благодаря новейшим средствам коммуникации (телевидение, Интернет, радио). Одной из основ мыслей о конце света считается религия.

В авраамических религиях (иудаизм, христианство, ислам, то есть монотеистические религии, происходящие из древней традиции, восходящей к патриарху семитских племён Аврааму) существует слово «Армагеддон», которое обозначает место последней битвы Добра со Злом.

Необходимо отметить, что конец света может выступать не как исчезновение всего мира, но и как личный конец света – прекращение жизнедеятельности человека. Помимо этого под концом света можно

понимать нравственный конец света – моральное разложение, деградация.

Зачем человек допускает мысли о конце света? Бессмысленная на бумаге комбинация инстинктов самосохранения и самоуничтожения, присущая, похоже, исключительно людям, иррациональная по существу, т.е. проявляющаяся совсем не так, как у других живых существ. Но в то же время именно такое сочетание представляется для людей единственно разумным, поскольку обеспечивает наше выживание как вида в условиях конфликтной реальности.

Для одних людей достаточно мысли о неизбежности собственной смерти. После этого человек начинает цепляться за жизнь, совершать великие дела, чтобы остаться в памяти потомков. Иным нужна угроза посерьезней, как то неизбежная гибель всего человечества, всего живого, чтобы встряхнуться от забот насущных и начать что-то серьезно менять, хотя бы в локальном плане. Вот только если мысль о смерти или о гибели всего живого внушается извне, причем внушается ста-



бильно и настойчиво, что именно сейчас и наблюдается, реакция, возможно, будет обратной – зачем меняться, чего-то достигать и добиваться, если финал неизбежен, пусть все идет, как идет. Как если бы кому-то было выгодно, чтобы большинство из нас все время пребывали в состоянии какой-то безнадеги, шли по проторенной дорожке и не стремились там чего-то изменить. Идея конца света, нагнетаемая таким образом, на протяжении веков служила безотказным средством глобального контроля над людьми, контроля с целью беспрепятственной наживы [2].

Постепенно в сознании и подсознании человечества сформировалась психологическая модель конца света (сокращенно — ПМКС). Сутью ПМКС является то, что она не включает самого человека как основополагающий фактор, воздействующий на формирование событий и явлений. Состояние людей в отношении предсказаний грядущих планетарных изменений можно характеризовать как гипнотическое, состояние невозможности адекватного восприятия и реагирования, состояние безвольного ожидания возможной реализации событий [3].

В исследовании принимали участие студенты ТГПУ и ТПУ. Выборка — 35 человек. Возраст — 19-22 года.

Цель исследования — исследование оценки вероятности конца света и влияние этой вероятности на прогнозирование собственной жизни.

Задачи: 1) проведение двухступенчатого метода «Графический термометр»; 2) анализ результатов метода.

Гипотеза — существуют люди, которые при оценке вероятности реализации своих жизненных планов, не учитывают свою оценку вероятности конца света.

Диагностика состояла из двух частей, между их проведениями был временной отрезок (7 дней). Сначала студентам предлагалось отметить вероятность конца света в декабре 2012 года, спустя некоторое время — вероятность исполнения любых их планов в 2015 году.

Таблица 1

Индивидуальные результаты

№ испытуемого	конец света, см	жизненные планы, см	Размах, см
1	6,5	6,5	0
2	2,6	5,1	-2,5
3	2,1	6,3	-4,2
4	0	7	-7
5	1	4,8	-3,8
6	0,6	6,3	-5,7
7	3,6	4	-0,4
8	0,1	6,4	-6,3
9	0	6,7	-6,7
10	0,4	4,7	-4,3
11	1,1	5,2	-4,1
12	1,1	7,3	-6,2
13	0	7,1	-7,1
14	3	1,1	1,9
15	0	5,6	-5,6
16	0,2	5,4	-5,2
17	0,7	5,8	-5,1
18	0,4	3,3	-2,9
19	0	7	-7
20	0,3	6,7	-6,4
21	0,1	7,3	-7,2
22	0,7	7,3	-6,6
23	0,1	5,6	-5,5
24	0	5,8	-5,8

№ испытуемого	конец света, см	жизненные планы, см	Размах, см
25	0,8	2,5	-1,7
26	0,8	5,1	-4,3
27	2,5	0,9	1,6
28	1,2	4,4	-3,2
29	1,3	2,4	-1,1
30	0,7	4,3	-3,6
31	1,5	5,2	-3,7
32	0	5,2	-5,2
33	0	5,4	-5,4
34	3,3	5,1	-1,8
35	1,8	7	-5,2
Среднее	1,08	4,58	-4,01

Данные могут говорить о том, что студенты 2-4 курсов относительно критически настроены против любой информации о конце света. 25% людей отрицает возможность апокалипсиса, 57% допускают такую вероятность. 5,7% студентов ставят высокую вероятность конца света. 11,4% людей оценивают возможность реализации своих планов наравне с вероятностью конца света.

Гипотеза получила подтверждение.

Призма критичности восприятия информации помогает человеку адекватно получать поступающий материал, не подвергаться массовому психозу в виде ПМКС. Такую задачу должно ставить молодое поколение перед собой, тем более, психологи — не принимать материал легко на веру. Выведение человека из-под влияния мыслей о грядущем конце света, его неизбежности — всё это поможет показать человеку, что феномен конца света является инструментом для завладения умами людей.

Литература

1. Большой энциклопедический словарь. М.: «Большая Российская энциклопедия» СПб.: «Норинт», 2002. – 1456 с.
2. <http://www.shaittabych.ru/index.php/greatworldoblom/79whydoweedtheendoftheworld.html>
3. <http://priroda.inc.ru/razvitie/kommentarii.html>

ТЫ БОЙСЯ ХРУПКИЙ МИР РАЗРУШИТЬ, ИЛИ ВСЕ НАЧИНАЕТСЯ С СЕМЬИ

Д. О. Домнич, А. И. Ляоко

МАОУ гимназия №6

Научный руководитель Н.И. Брынза

Дом, родители... Как это прекрасно и важно! Домашнее тепло – это одно из условий счастливого детства. Дом – это та среда обитания, где человек чувствует себя в безопасности, где мы защищены от неизвестности и опасностей окружающего мира. Родной дом – это его тепло. Именно родительская семья – источник самых первых впечатлений, самых первых радостей и горестей, первых знаний и навыков. В семье под опекой близких ребенок впервые становится на ноги, учится говорить и понимать окружающих. Здесь формируется сознание своего Я, своей самооценности. «Всё начинается с семьи», – так можно сказать про формирование личности любого человека, семью можно сравнить со стартовой площадкой, которая определяет его жизненный маршрут.

Но здесь же рождаются и первые ощущения стыда, боли, отчуждения, когда мы как-то нарушаем правила семейной жизни и ее уклада, сердим или огорчаем тех, кого любим, совершаем просчеты и ошибки, оступаемся, попадаем в беду.

Родной дом создают для ребенка прежде всего люди. Замечательно, если в семье сохраняются добрые отношения между близкими людьми, но, к сожалению, идиллическая картина зачастую меняется в период, когда ребенок вырастет, становится подростком, когда у него появляется новый уровень самосознания, что порождает стремление к самоутверждению и самовыражению.

Обращаясь к проблеме изучения взаимоотношения взрослых и детей, мы поставили перед собой следующую цель: с помощью данного исследования актуализировать проблему взаимоотношений подростков и родителей, выяснить, какие факторы в наибольшей степени влияют на возникновение непонимания между членами семьи, почему оно возникает между близкими людьми, насколько значимыми являются родители для повзрослевших детей, возможно ли мирное сосуществование между ними?

При этом мы ставили перед собой следующие задачи:

1. Определить предмет и объект исследования.
2. Изучить теоретический материал по данной проблеме.
3. Разработать опросник для проведения исследования.
4. Обработать и систематизировать полученные результаты.
5. Сформулировать выводы на основании полученных данных.

6. Ознакомить с полученными результатами наших сверстников и, возможно, родителей, пригласив их к диалогу на очной встрече или на гимназическом сайте.

Таким образом, предметом данного исследования является проблема взаимоотношения подростков и родителей.

Объектом исследования явились учащиеся 9-11-х классов гимназии №6, лицея №8 и школы №12. Всего было опрошено 104 подростка.

Используемый метод: метод анкетирования.

Семья для ребенка является одновременно и средой обитания и воспитательной средой. Влияние семьи, особенно в начальный период жизни ребенка, намного превышает другие воспитательные воздействия, но чем старше становится ребенок, тем критичнее он относится к привычным стереотипам и требованиям со стороны взрослых.

Изучая литературу по данной проблеме, и, в частности, исследования американского психолога В.Сатир, мы столкнулись со следующим пониманием данной проблемы: исследователь считает, что отношения в семье – это те нити, узы, связи, которые объединяет людей в единое целое. Исследователь отмечает, что все успехи и неудачи в воспитании человека связаны с четырьмя основными психологическими явлениями.

Во-первых, это мысли и чувства человека по отношению к самому себе, то есть самооценка. Во-вторых, это способы, с помощью которых люди передают друг другу различную информацию, делятся переживаниями и соображениями, то есть коммуникация. В-третьих, это правила, которых придерживаются и которым следуют люди в своей жизни. Они составляют некую совокупность, которую В.Сатир называет «семейной системой». В-четвертых, это методы, с помощью которых семья осуществляет свои связи с другими социальными институтами, то есть социальные связи.

Таким образом, базисными для жизни семьи являются психологические составляющие: самооценка, коммуникация, правила и социальные связи.

Исследователь считает, что существует два типа семей: зрелая семья и проблемная.

В проблемной семье, по словам В.Сатир, существует ряд особенностей: в ней «холодно», неудобно, хотя внешне все может казаться благополучным. «Взрослые настолько заняты, ибо без конца диктуют детям и друг другу, что должно и не должно делать, что у них просто не остается времени для радостного общения близкими. В зрелых семьях совсем другая атмосфера: «Люди смотрят друг на друга, а не сквозь друг друга, они искренни и естественны в отношениях друг с другом. Люди проявляют свою любовь, открыто беседуя друг с дру-

гом, они могут быть такими, какие они есть. В таких семьях ребенок ощущает постоянную защищенность и надежность. Родители не унижают достоинство подростка, они внимательны к его проблемам».

К сожалению, в реальности все складывается не так счастливо.

Не секрет, что зачастую общение с подростком ограничивается интересом родителей к его успехам в школе или к событиям, которые нарушают привычный уклад жизни домашних, а те проблемы, волнения, переживания, которые испытывает повзрослевшие сын или дочь, кажутся им такими незначительными!

Характерно, что когда обсуждают проблемы, касающиеся подростков, чаще всего акцент делается на изменениях, происходящих с ними, но почему-то взрослые забывают о том, что сами они зачастую делают или говорят нечто, что подталкивает подростков к совершению этих агрессивных, неожиданных иногда для самих себя поступков.

Обратимся к результатам анкетирования:

Всего было опрошено 104 человека, из них 50 юношей, и 54 девушки, причем показателен тот факт, что большое количество детей воспитывается в неполных семьях:

Неполные семьи	9 класс	10 класс	11 класс
6 гимназия	18%	25%	-
8 лицей	45%	38%	40%
12 школа	33%	38%	52%

Сам по себе факт воспитания в неполной семье приносит определенные сложности. Но сегодня неполные семьи - это настолько частое явление, судя по полученным результатам, что проблема в том, как складываются взаимоотношения между членами неполной семьи, насколько они теплые и близкие? У Карла Юнга мы обнаружили замечательное высказывание: «Теплота – жизненно важный элемент как для растения, так и для души ребенка. Пусть ваши глаза лучатся улыбкой восхищения своими детьми!» И неполная семья может быть в определенной мере счастливой и благополучной, уютной гаванью и защитой для подростка. На вопрос: «Как бы вы могли охарактеризовать отношения между членами вашей семьи?» большинство опрошенных оценили как положительные, но при этом отвечая на следующий вопрос: «Можете вы в случае необходимости обратиться за помощью и советом к членами вашей семьи?»

Обращение за помощью		9 класс	10 класс	11 класс
6 гимназия	Да	91%	88%	-
	Нет	9%	12%	-

8 лицей	Да	57%	77%	100%
	Нет	43%	23%	0%
12 школа	Да	100%	89%	86%
	нет	0%	11%	14%

Получается, что группа ребят, которые не могут найти поддержки ни у одного из членов своей семьи, достаточно многочисленна, то есть они остаются наедине со своими проблемами, и способ их решения может быть самым непредсказуемым... Не секрет, что многие доверяют свои секреты и тайны различным форумам, сайтам, и совет, который они могут там получить, иногда может быть самым неожиданным и небезопасным.

Конечно, в каждой семье имеются рычаги, при помощи, которых взрослые регулируют свои взаимоотношения с детьми, то есть существует определенная система поощрения и наказания, которая помогает регулировать поведение подростка. К сожалению, сегодня зачастую общение родителей с детьми сводится к контролю за учебной работой ребенка в школе а сам контроль – к выяснению того, какие оценки получены (теперь еще и электронный дневник вошел в нашу жизнь!)

Выясняя ответ на вопрос: «Существует ли в вашей семье какая-либо система поощрений?» большинство респондентов отмечают, что такая система существует, а на вопрос: «Какие поощрения нравятся вам больше всего?» подавляющее большинство указывают, что их привлекают материальное поощрение : деньги, подарки, поездки; но достаточно многочисленна группа ребят, которые предпочитают в качестве поощрения благодарность, словесное поощрение, хорошее расположение со стороны родителей, теплая эмоциональная атмосфера дома); в количественном выражении были получены следующие данные:

Моральное поощрение	9 класс	10 класс	11 класс
6 гимназия	14%	37%	-
8 лицей	21%	31%	40%
12 школа	12%	31%	34%

На наш взгляд, ребенок в семье должен получать положительное подкрепление, оно может быть самым разнообразным, материальным, эмоциональным. Любой подросток будет рад подарку, который ему подарят родители, но подарки, какими бы дорогими они не являлись, никогда не заменят чувство теплоты, доверия, которые приносит ребенку поддержка родителей. Бесспорно, возникает и проблема наказания. Каким оно должно быть? В каких формах выразиться?

В совершаемых детьми ошибках не всегда виноваты только они сами: дети вырастают такими, какими их ожидают увидеть взрослые, сказанное невзначай, не со зла, любое выражение в адрес ребенка откладывается в багаж подсознания и во взрослой жизни всплывает в виде ситуации, нередко влияющей на его жизненный сценарий. Какие ошибки допускают взрослые в этом плане? Можно выделить ряд таких ошибок: родительское программирование, воспитание через чувство вины, устрашение, жесткая регламентация, расхождение между словами и поступками родителей.

Как же обстоит дело с наказанием? На вопрос: «Практикуется ли в вашей семье какая-либо система наказаний?» были получены следующие ответы:

		9 класс	10 класс	11 класс
6 гимназия	Моральный	54%	50%	-
	Физический	4%	0%	-
8 лицей	Моральный	14%	23%	21%
	физический	15%	0%	0%
12 школа	Моральный	19%	23%	38%
	Физический	0%	0	5%

Считаем, что когда человека наказывают лишением какого-либо удовольствия, материального стимула - это создает определенные неудобства для него, не более. А если ты видишь, как искренне переживают близкие тебе люди, то и сам испытываешь муки совести, раскаяние, желание что-то изменить. А физическое наказание по отношению к практически взрослому ребенку может только воздвигнуть еще больше стену непонимания, озлобить, ожесточить, вызвать агрессию.

Нам было интересно узнать, существуют ли в современных семьях какие-то традиции, есть ли у подростков нечто такое, что вызывает у них приятные эмоции, воспоминания из уютного и теплого мира детства. Большинство подростков, обращаясь к прошлому, могут вспомнить события, которые остались в их памяти, вызывают приятные эмоции: в качестве таких приятных воспоминаний они называют совместные поездки, отдых, рождение нового члена семьи, праздники, проведенные вместе, то есть приятные воспоминания ассоциируются с теми событиями, которые объединяют семью, когда все члены семьи воспринимаются как единое целое.

Получили мы также ответ на вопрос: «Кто из членов семьи, на ваш взгляд, больше всего повлиял на формирование ваших личностных особенностей?» Как оказалось, большинство подростков считают, что наибольшее влияние на их формирование оказала личность мате-

ри. Высокие показатели могут быть обусловлены тем, что многие ребята воспитываются, как говорилось выше, в неполных семьях.

Влияние матери	9 класс	10 класс	11 класс
6 гимназия	45%	64%	-
8 лицей	42%	45%	58%
12 школа	52%	45%	56%

В результате опроса старшеклассников закономерно возник вопрос: существуют ли какие-либо ориентиры в построении своей будущей семьи, поэтому мы задали ребятам такой вопрос: «Будете ли вы придерживаться похожей модели воспитания в своей будущей семье?» На этот вопрос нами были получены достаточно интересные ответы: при том, что большинство опрошенных охарактеризовали отношения внутри своей семьи как положительные, тем не менее ответы распределились следующим образом:

		9 класс	10 класс	11 класс
6 гимназия	да	41%	81%	-
	нет	59%	19%	-
8 лицей	да	29%	38%	49%
	нет	71%	31%	51%
12 школа	да	38%	38%	38%
	нет	62%	31%	62%

Свои ответы ребята аргументировали следующим образом:

«Не хочу, чтобы в моей будущей семье отношения между ребенком и мною регулировались только материальными поощрениями»; «Не нравится бесконечная череда запретов и ограничений»; «Родителей не интересует, что происходит со мной, в моей личной жизни, их интересуют только оценки» и т.п. Как видим, подростки замечают все промахи, ошибки в системе воспитания своих родителей, болезненно на них реагируют и делают для себя определенные выводы.

Таким образом, проблемы, которые возникают в семье между взрослыми и детьми, остаются похожими для каждого нового поколения, и каждое решает их по-своему. Семья, бесспорно, является стартовой площадкой для человека, вступающего во взрослую жизнь, но груз традиций, правил и запретов не должен лишать возможностей взрослеющему человеку продвигаться вперед, выстраивая свою собственную жизнь. Подросткам важно сознавать, что родители готовы выслушать их и понять; понимание вовсе не означает прощение, но просто создает твердую основу, на которой можно строить дальней-

шие отношения . Тогда в случае возникновения проблем и трудностей подросток пойдет в родной дом, а не в социальные сети, где его могут подстергать новые опасности.

Литература

1. Байярд Роберт Т. Байярд Джин. Ваш беспокойный подросток. - Москва, 1991
2. Истратова О.Н. Большая книга подросткового психолога. - Ростов-на-Дону, 2008
3. Хухлаева О.В. Тропинка к своему Я. - Москва, 2010

ВЛИЯНИЕ КОНФЛИКТНОСТИ СЕМЕЙ С РАЗНОЙ СТЕПЕНЬЮ СОЦИАЛЬНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ НА ФИЗИЧЕСКУЮ АГРЕССИВНОСТЬ ПОДРОСТКОВ

А. О. Куприенко

Томский государственный педагогический университет

Для изучения влияния конфликтности семей с разной степенью социального благополучия на физическую агрессивность подростка было спланировано и осуществлено эмпирическое четырехэтапное исследование, выборка которого была поделена на две подвыборки.

В первой подвыборке нашего исследования по типу случайной выборки по таблице случайных чисел были отобраны 10 испытуемых из учащихся 9-х классов мужского пола муниципального общеобразовательного учреждения «Центр образования» г. Шарыпово Красноярского края, состоящих на учете по делам несовершеннолетних из-за проявления физической агрессии, то есть из-за драк со сверстниками. Структура их семей такова: два испытуемых с неполными семьями (отсутствие отца), восемь испытуемых воспитываются в полных семьях (имеются мама и папа), из них четверо имеют братьев и сестер.

Во второй подвыборке нашего исследования влияния семейной конфликтной ситуации на степень проявления физической агрессии подростков в семьях с разным социальным статусом благополучия с помощью случайной выборки, по таблице случайных чисел, были отобраны 10 испытуемых десятого класса мужского пола муниципального общеобразовательного бюджетного учреждения «Средняя школа № 1» г. Шарыпово Красноярского края. Структура их семей такова: все десять человек из полных семей с социальным статусом благополучия. У каждого имеется брат или сестра. В драках и других проявлениях физической агрессии замечены не были.

В качестве диагностического инструмента по изучению семейной ситуации была выбрана проективная методика «Рисунок семьи» [2]. Для диагностики агрессивности использовался опросник Басса-Дарки [1]

Целью первого этапа исследования являлось выявление связи между степенью конфликтности у семей с социальным статусом неблагополучия и выраженностью девиантного поведения с проявлением физической агрессии у подростков. Данный этап исследования проверял гипотезу о том, что семейная конфликтная ситуация влияет на степень выраженности девиантного поведения и степень проявления физической агрессии подростка. В ходе статистической обработки результатов теста «Рисунок семьи» и опросника Басса-Дарки был подсчитан коэффициент корреляции, который позволил констатировать, что семейная конфликтная ситуация определяет 2,89% в величине агрессии данных подростков, 97,11% - это влияние других факторов, не изучаемых в данном исследовании (социально-психологических, клинико-психопатологических и личностно-динамических). На данном этапе исследования не подтвердилась гипотеза о том, что семейная конфликтная ситуация влияет на степень выраженности девиантного поведения и степень проявления физической агрессии подростка.

Спустя год было проведено исследование второго этапа с целью выявления связи между степенью конфликтности у семей с социальным статусом благополучия и уровнем физической агрессии у подростков.

Данный этап исследования проверял гипотезу о том, что конфликтность семей с социальным статусом благополучия не влияет на степень выраженности девиантного поведения с проявлением физической агрессии подростков. Расчет коэффициента детерминации позволил констатировать, что степень конфликтности в семьях с социальным статусом благополучия определяет 0,023% в величине агрессии данных подростков, а 99,977% - это влияние других факторов, не изучаемых в данном исследовании. На данном этапе исследования подтвердилась гипотеза о том, что степень конфликтности в семьях с социальным статусом благополучия не влияет на выраженность девиантного поведения с проявлением физической агрессии подростков.

На третьем этапе исследования мы сравнивали две группы семей и две группы подростков по показателям физической агрессии и конфликтности семейной ситуации, полученным по методикам «Басса-Дарки» и «Рисунок семьи».

В результате обработки методик у 70% подростков из семей с социальным статусом неблагополучия был обнаружен высокий уровень

проявления физической агрессии, эта агрессия может выражаться в драках со сверстниками. По методике Басса-Дарки у второй подвыборки (подростки из семей с социальным статусом благополучия) лишь 30 % подростков обнаружили высокий уровень агрессии. Это говорит о том, что большинство детей из семей с социальным статусом благополучия в меньшей степени проявляют физическую агрессию (показатель физической агрессии подростки из семей с социальным статусом благополучия ниже более чем в 2 раза показателя физической агрессии у подростков из семей с социальным статусом неблагополучия).

По шкале «конфликтность в семье» методики «Рисунок семьи» у подростков из семей с социальным статусом неблагополучия и семей с социальным статусом благополучия не выявлено выраженных отличий. Таким образом, описанные результаты двух групп по шкале конфликтности в семье практически равны.

Для проверки достоверности полученных различий был проведен статистический анализ с использованием t-критерия Стьюдента. В результате обработки данных по шкале физической агрессии методики «Басса-Дарки» было выявлено, что t эмпирическое равно 3,3 и находится в зоне значимости различий. Исходя из того, что t эмпирическое больше t критического [2,1-2,88], мы можем говорить, что различия в степени физической агрессии подростков из семей с разным социальным статусом благополучия статистически значимы. Данный результат говорит о том, что подростки из семей с социальным статусом неблагополучия проявляют в большей степени физическую агрессию, чем их сверстники из семей с социальным статусом благополучия.

В результате статистической проверки достоверности различий по шкале «конфликтность в семье» методики «Рисунок семьи» было выявлено, что t эмпирическое равно 0,7 и находится в зоне не значимости различий. Исходя из того, что t эмпирическое больше t критического [2,26-3,25], мы можем говорить, что различия семейных групп статистически недостоверны. Следовательно, уровень конфликтности ситуации в семьях с разным социальным статусом благополучия одинаков. Иными словами – как в семьях, имеющих статус неблагополучных, так и в семьях благополучных в равной степени происходят конфликтные ситуации. С нашей точки зрения, конфликтность семейной ситуации не отражается в социальном статусе семьи, а является более интимным психологическим свойством, которое можно диагностировать лишь специальными психодиагностическими методами.

Типология семей с разным статусом социального благополучия была составлена с использованием статистических методов. Для этого

были посчитаны средние значения и стандартные отклонения в двух подвыборках. Среднее значение конфликтности в семьях с социальным статусом неблагополучия равно 0,48. Стандартное отклонение семьи с социальным статусом неблагополучия, равно 0,1939071. Семьи, имеющие уровень конфликтности до 0,1 являются не конфликтными семьями, в промежуток от 0,1 - 0,7 входят средне конфликтные семьи, от 0,7 до 1 семьи с высоким уровнем конфликтности. Эти расчеты позволят классифицировать любые семьи с социальным статусом неблагополучия по психологически важному параметру конфликтности семейной ситуации.

Стандартное отклонение семьи с социальным статусом благополучия, равно 0,2683281. Семьи, имеющие уровень конфликтности до 0,28 являются не конфликтными семьями, в промежуток от 0,28 - 0,68 входят средне конфликтные семьи, от 0,68 до 1 семьи с высоким уровнем конфликтности.

Эти расчеты позволят классифицировать любые семьи с социальным статусом благополучия по психологически важному параметру конфликтности семейной ситуации.

Данные результаты говорят о том, что как в семьях с социальным статусом благополучия так и в семьях с социальным статусом неблагополучия имеют место быть конфликтные ситуации, но высокую степень агрессии проявляют лишь подростки из семей с социальным статусом неблагополучия. Семьи с социальным статусом благополучия, имеющий высокий уровень конфликтности, требуют специальной психологической работы по профилактике физической агрессии у подростков.

Литература

1. Берестнева, О. Г., Уразаева, А. М., Муратова, Е. А., Кубарев, Е. Н., Воробьева, Н. Г. Математические методы и психологии / Под ред. О.Г. Берестневой, А.М. Уразаева, А. М. - Томск: Изд-во Томского государственного педагогического университета, 2001. - 304с., ил.
2. Рощина, Н. А., Шелехов, И. Л. Психодиагностика: учебное пособие / Н. А. Рощина, И. Л. Шелехов ; ГОУ ВПО «Томский государственный педагогический университет». – Томск: Изд-во ТГПУ, 2009. - 176с.
3. От личности родителей к личности ребенка // Целуйко В. М. Психология неблагополучной семьи: Книга для педагогов и родителей. - М.: Издательство ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. - С.203-214.
4. Дружинин, В. Н. Психология семьи / В. Н. Дружинин. - 3 - е изд. - СПб. : Питер, 2006. - 176 с.

СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ СЕМЬИ КАК ФАКТОР АГРЕССИВНОСТИ ПОДРОСТКОВ

А. О. Куприенко

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Степанова Е. Д., старший преподаватель

Семья играет важную роль в воспитании и развитии ребенка. Много исследований уделяется семьям, но в современной литературе нет четкого определения благополучного и неблагополучного климата семейных отношений. Так же нет четкого описания влияния семейной ситуации на агрессивность подростков. Именно это мы и рассмотрим в нашем исследовании.

Для изучения влияния социально-психологического климата семьи на агрессивность подростков была организована серийная выборка путем многофазного отбора, в которой участвовало 58 человек: из них 10 подростков из семей с социальным статусом благополучия, 10 из социальным статусом неблагополучия, 10 родителей из семей с социальным статусом благополучия, 10 родителей из семей с социальным статусом не благополучия и 18 полных семей: 10 с социальным статусом благополучия, 8 с социальным статусом неблагополучия.

В качестве диагностического инструмента по изучению семейной ситуации была выбрана проективная методика «Рисунок семьи» [2]. Для диагностики агрессивности использовался опросник Басса-Дарки [1]. Для изучения психологического климата семьи использовалась методика А.Я.Варга, В.В.Столина «Отношение к детям» (тест родительского отношения) [3].

На первом этапе исследования проводили сравнение двух групп семей и двух групп подростков по показателям физической агрессии и конфликтности семейной ситуации, по полученным данным с помощью методик «Басса-Дарки» и «Рисунок семьи». Целью нашего исследования являлось выявление связи между социально - психологическим климатом семьи и выраженностью агрессивности подростков. Этот этап проверял гипотезу о то, что социально-психологический климат семьи не выступает как фактор проявления агрессивности подростков.

В результате обработки методик у 70% подростков из семей с социальным статусом неблагополучия был обнаружен высокий уровень проявления физической агрессии, эта агрессия может выражаться в драках со сверстниками. По методике Басса-Дарки у второй подвыборки (подростки из семей с социальным статусом благополучия) лишь 30 % подростков обнаружили высокий уровень агрессии. Данный результат говорит о том, что подростки из семей с социальным

статусом неблагополучия проявляют в большей степени физическую агрессию, чем их сверстники из семей с социальным статусом благополучия.

По шкале «конфликтность в семье» методики «Рисунок семьи» у подростков из семей с социальным статусом неблагополучия и из семей с социальным статусом благополучия не выявлено выраженных отличий. Таким образом, описанные результаты двух групп по шкале конфликтности в семье практически равны. Иными словами – как в семьях, имеющих статус неблагополучных, так и в семьях благополучных в равной степени происходят конфликтные ситуации. С нашей точки зрения, конфликтность семейной ситуации не отражается в социальном статусе семьи, а является более интимным психологическим свойством, которое можно диагностировать лишь специальными психодиагностическими методами.

На втором этапе был проведен сравнительный анализ выраженности важнейших параметров социально-психологического климата семей с разным статусом социального благополучия, имеющих детей подросткового возраста.

В ходе статистической обработки результатов, полученных с помощью методики «Отношение к детям» (тест родительского отношения) было выявлено, что по шкале «принятие – отвержение ребенка» в благополучных семьях выше уровень принятия ребенка в среднем на 2,5 балла по сравнению с неблагополучными семьями. Показатель дисперсии в неблагополучных семьях ниже на 1,29, что свидетельствует о меньшей вариативности в принятии-отвержении ребенка в неблагополучных семьях, т. е. неблагополучные семьи более похожи друг на друга в принятии своих детей. В благополучных семьях существует большая вариативность в принятии ребенка (максимальный балл — 17 баллов), отвержение ребенка полностью отсутствует. В неблагополучных семьях максимальный балл принятия ребенка — 13, при этом присутствует в одном случае отвержение ребенка (8 баллов).

По шкале «Кооперация» в неблагополучных семьях выше уровень кооперации в среднем на 1,1 балла по сравнению с благополучными семьями. Показатель дисперсии в неблагополучных семьях ниже на 2,1, что свидетельствует о меньшей вариативности в кооперации в неблагополучных семьях. В благополучных семьях более различно кооперируются родители с детьми.

По шкале «Симбиоз» в неблагополучных семьях выше уровень симбиоза в среднем на 0,5 баллов по сравнению с благополучными семьями. Показатель дисперсии в неблагополучных семьях выше на 1, что свидетельствует о том, что родители с социальным статусом

неблагополучия более разнообразны в проявлениях симбиоза, чем родители с социальным статусом благополучия.

По шкале «Контроль» в неблагополучных семьях выше уровень контроля в среднем на 0,1 балла по сравнению с благополучными семьями. Показатель дисперсии в неблагополучных семьях ниже на 0,8 что свидетельствует о том, что в неблагополучных семьях проявляется различный уровень контроля за детьми, а в благополучных более одинаков уровень контроля.

По шкале «Отношение к неудачам ребенка» в неблагополучных семьях ниже уровень контроля в среднем на 0,8 баллов по сравнению с благополучными семьями. Показатель дисперсии в неблагополучных семьях ниже на 1,2 что свидетельствует о меньшей вариативности в отношениях к неудачам ребенка, чем в семьях с социальным статусом благополучия.

Таким образом, наибольшее различие в средних значениях благополучных и неблагополучных семей получены по следующим шкалам методики «Отношение к детям (тест родительского отношения)»: «Принятие-отвержение ребенка», «Кооперация» и «Отношение к неудачам ребенка». По некоторым шкалам различие менее выражено, сюда относятся шкалы «Симбиоз», «Контроль».

В дальнейшей работе следующим этапом в исследовании будет изучение влияния психологического климата, который проявляется в значимых шкалах («Принятие-отвержение ребенка», «Кооперация» и «Отношение к неудачам ребенка») на проявление агрессивности подростков. Мы рассмотрим, как сильно и какая именно шкала является фактором проявления агрессии с помощью расчета корреляции по полученным данным.

Литература

1. Берестнева, О. Г., Уразаева, А. М., Муратова, Е. А., Кубарев, Е. Н., Воробьева, Н. Г. Математические методы и психологии / Под ред. О.Г. Берестневой, А.М. Уразаева, А. М. - Томск: Изд-во Томского государственного педагогического университета, 2001. - 304с., ил.
2. Рощина, Н. А., Шелехов, И. Л. Психодиагностика: учебное пособие / Н. А. Рощина, И. Л. Шелехов ; ГОУ ВПО «Томский государственный педагогический университет». – Томск: Изд-во ТГПУ, 2009. - 176с.
3. Тест родительского отношения (А.Я.Варга, В.В.Столин) // Психологические тесты. / Ред. А.А.Карелин – М., 2001, Т.2.- С.144-152.
4. От личности родителей к личности ребенка // Целуйко В. М. Психология неблагополучной семьи: Книга для педагогов и родителей. - М.: Издательство ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. - С.203-214.
5. Дружинин, В. Н. Психология семьи / В. Н. Дружинин. - 3 – е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 176 с.

ДИНАМИКА ОТНОШЕНИЙ ПОДРОСТКОВ К СЕБЕ И ДРУГИМ В ПРОЦЕССЕ ТАНЦЕВАЛЬНОГО ТРЕНИНГА

О. А. Лебедикова, Н. А. Буравлева

Томский государственный педагогический университет

Подростковый возраст занимает особое место в жизни человека с точки зрения становления личности. В подростковом возрасте появляется интерес к собственному внутреннему миру, желание понять, лучше узнать себя. Возникшее острое «чувство Я», увеличение значимости проблем, связанных с самооценкой, сопровождаются трудностями думать и говорить о себе, слабым развитием рефлексивного анализа, что приводит к повышенной тревожности, возникновению чувства неуверенности в себе. Очень важно в это время формирования личностной сферы подростка не заставлять, не давить, не ломать его, а помочь стать самим собой, принять и полюбить себя, т. е. осознать свои сильные стороны и индивидуальность, способствовать формированию мотивации самовоспитания и саморазвития [1].

Многим подросткам требуется целенаправленная поддержка. Одно из возможных решений — использование в работе с подростками танцевального тренинга, в ходе которого решаются вопросы развития личности, формирования коммуникативных навыков, оказания психологической помощи и поддержки.

Танцевальный тренинг позволяет выявить и проработать эмоции, которые человек привык подавлять, потому что по каким-либо причинам их трудно обсуждать вербально. Танцевальный тренинг облегчает процесс коммуникации, помогает адаптации человека в обществе. Он стоит в одном ряду с художественной, музыкальной терапией, которые получили общее название экспрессивных видов терапии, поскольку их объединяет то, что они задействуют художественно выражаемые эмоции как способы запустить исцеляющий креативный процесс.

Известно, что танец и движения использовались на протяжении всей истории человечества как способ установления контакта, избавления от накопившегося напряжения, достижения измененных состояний сознания и личностной трансформации в культурах различных народов.

Корни танцевального тренинга восходят к древним цивилизациям, в которых танец являлся важной составляющей жизни. Вероятно, люди начали танцевать и использовать движение тела как средство коммуникации задолго до возникновения языка. Танец являлся выражением самых важных аспектов культуры.

Основная предпосылка танцевального тренинга состоит в том, что когда люди танцуют, они выражают значимые чувства. Кулак, гневно бьющий в воздух, голова, склоненная в смущении, многое значат для танцтерапевта. С помощью танцевального тренинга его участникам легче выражать болезненные, пугающие чувства и проживая, освободиться от них. После проживания этих чувств в танце, им легче начать говорить об этих чувствах и перестать выстраивать барьеры между собой и другими.

Под воздействием танцевальных движений в организме человека вырабатываются особые гормоны — эндорфины, которые влияют на формирование хорошего настроения, положительных эмоций, вызывая ощущение уверенности в себе, желание работать, повышают устойчивость к стрессовым ситуациям.

Источниками возникновения и развития различных направлений танцевальной психотерапии явились работы З.Фрейда, А.Адлера, К.Юнга, сформировавшие представления о бессознательном и его проявлениях.

Было замечено, что танец способствует раскрепощению аутичных пациентов, повышает эффективность психиатрического лечения (М. Чейз), ведет к эмоциональному и чувственному раскрепощению личности (А. Дункан). Все это нашло свое отражение в развитии телесно-ориентированных методов XX в. (Ф. Александер, А. Лоуэн, В. Райх, М. Фельденкрайз). В советской науке использование танца и танцевально-двигательных методов в психологической практике было рассмотрено Т.А. Шкурко и В.Н. Никитиным [2]. На сегодняшний день единой теории танцевального тренинга не существует. Она вобрала в себя множество разных подходов и методов, что отражается в многообразии ее вариантов.

Танцевальный тренинг — это форма изменений при помощи движения. Танцевальный тренинг базируется на признании того, что тело и психика взаимосвязаны: изменения в сфере эмоциональной, мыслительной или поведенческой вызывают изменения во всех этих областях. Танец — это своеобразный язык, использующий вместо слов движения тела, способ выражения эмоций, он помогает раскрепоститься, выявить скрытый потенциал и обрести уверенность в себе. Основная цель танцевального тренинга: достижение внутренней и внешней гармонии посредством танца [3].

В танцевальных импровизациях выходят на поверхность бессознательные эмоциональные переживания, свободные движения позволяют раскрыть себя в ситуации «здесь и сейчас». Катарсическая природа танца способствует снижению напряжения, вызванного стрессом, принося тем самым облегчение [4].

Сегодня танец используется для выражения всего диапазона человеческих эмоций, мыслей и установок. Когда танец исполняется, чувства выражаются с помощью серии высокоструктурированных движений. Когда же танец используется в тренинге, чувства спонтанно высвобождаются в свободном движении и импровизации, и стилизация, делающая танец представлением или видом искусства, не играет роли. Танец является коммуникацией посредством движения, поэтому в танцевальном тренинге нет стандартных танцевальных форм, и для личной выразительности могут использоваться все формы: танец примитивных племен, народный танец, вальс, рок, полька.

Танец - это живой язык, которым говорит человек, это художественное обобщение, парящее над реальной основой, для того чтобы высказаться на более высоком уровне, в образах и аллегориях сокровенных человеческих эмоций. Танец, прежде всего, требует прямого общения, потому что его носителем и посредником является сам человек, а инструментом выражения - человеческое тело, естественные движения которого создают материал для танца, единственный материал, являющийся его собственным и самостоятельно им используемым [3].

Танцевальный тренинг дает возможность:

- снять напряжение, избавиться от страха и усталости;
- помочь замкнутым, необщительным, эмоционально неуравновешенным людям;
- поддержать людей с психическими и физическими недостатками;
- выявить творческие способности, повысить собственную самооценку.

Танцевальный тренинг подходит для разных категорий людей — от психически больных до здоровых, желающих посредством танца научиться чувствовать себя, свое тело и развить свою индивидуальность. Он может быть использован для работы с разными возрастными группами, от маленьких детей до людей преклонного возраста.

Танцевальный тренинг является мощным средством профилактики девиантного поведения детей и подростков. Танцевальные игры в рамках данного тренинга пробуждают желание двигаться, то есть развивают активность, способствуют пониманию собственного тела, предполагают развитие контакта и совместную работу с другими детьми, а значит, создают возможность социального тренинга. Вместе с другими участниками подросток делит пространство, вступает в межличностные отношения, переживает волнующие ситуации и совместный успех. Ведущий тренинга в процессе танцевальной игры выявляет и корректирует проблему у отдельно взятого подростка и помогает его личностному росту в группе.

Особую практическую значимость приобретают исследования социально-психологических особенностей динамики групповых процессов, устойчивости личностных изменений у участников групп, с применением танцевально-двигательных методов; а также выявление особенностей применения исследуемых методов в социальной и психологической работе с подростками.

Целью нашего исследования было изучить динамику отношений подростков к себе и другим в процессе танцевального тренинга.

Исследование проводилось на базе общеобразовательной школы № 2 г. Ленинск-Кузнецкого. В нем приняли участие обучающиеся восьмых классов (60 человек). Исследование проводилось при помощи таких методик, как «Прогноз» (определение уровня нервно-психической устойчивости), Дембо-Рубенштейна по исследованию динамики самооценки и Т. Лири (диагностики межличностных отношений). Были проведены констатирующий и контрольный эксперименты соответственно в начале и в конце исследования. Экспериментальное исследование динамики отношений личности подростка к себе и окружающим выявило положительную динамику показателей психофизиологического состояния, самооценки и межличностных отношений подростка после применения танцевального тренинга.

В экспериментальной группе после проведения танцевального тренинга уменьшились такие негативные показатели у подростков как низкий уровень нервно-психической устойчивости, экстремальный уровень межличностных отношений. Так, методика Т. Лири выявила, что у подростков в межличностных отношениях стал преобладать оптимальный уровень. Результаты эмпирического исследования показали, что в экспериментальной группе (методика «Прогноз»), значительно снизился низкий уровень нервно-психической устойчивости. Согласно методике Дембо-Рубенштейна у большинства подростков исчез низкий уровень самооценки. В контрольной группе сверстников таких изменений не было выявлено.

Эмпирическое исследование влияния танцевального тренинга на динамику отношений личности подростка к себе и другим показало эффективность его использования, как условия повышения самооценки, улучшения межличностных отношений и достижение внутренней и внешней гармонии в целом подростка посредством танца.

Танцевальный тренинг способствовал более углубленному осознанию своего «Я» подростками, усилению чувства собственного достоинства, развитию социальных навыков, что существенно улучшает их физическое и эмоциональное состояние. Исследование самоотношения показало устойчивое увеличение степени выраженности таких составляющих самоотношения как открытость, уверенность в себе,

самоценность, самопринятие, устойчивое снижение уровня внутренней конфликтности.

Танцевальные тренинги оказывают положительное воздействие и на психологическую атмосферу группы, являются полифункциональными для выявления социально-психологических проблем личности и их нормализации.

Анализируя вышеизложенное можно говорить о наличии положительной роли танцевального тренинга, объединяющего многие имеющиеся в практической психологии подходы: стремление помочь развитию личности путем снятия ограничений, комплексов, освобождение ее потенциала; изменения, трансформации человеческого Я в изменяющемся мире.

Таким образом, танцевальные тренинги могут быть применены для выявления и коррекции социально-психологических проблем личности подростка, включая социальную адаптацию, межличностные отношения, трансформацию установок и целей. Результаты исследования позволяют обосновать, разработать и внедрить танцевальный тренинг как практический курс психологической коррекции личности подростка.

Литература

1. Слободчиков В.И. Основы психологической антропологии. Психология развития человека: Развитие субъективной реальности в онтогенезе: Учебное пособие для вузов. М.: Школьная пресса, 2000. 416 с.
2. Баскаков В.Ю. Хрестоматия по телесно-ориентированной терапии. М.: Питер, 2002. 357 с.
3. Веремеенко Н.И. Изучение влияния групповой танцевально-двигательной терапии на изменения в образе "Я" // Вестник интегративной психологии. 2006. Вып.1. С.6.
4. Ходоров Дж. Танцевальная терапия и глубинная психология: Движущее воображение. М.: «Когито-Центр», 2009. 221 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДРОСТКОВ, СКЛОННЫХ К ДЕВИАНТНОМУ ПОВЕДЕНИЮ, С РАЗНЫМ СОЦИОМЕТРИЧЕСКИМ СТАТУСОМ

М. Н. Николаева

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Е. П. Молчанова, старший преподаватель

Напряженная, неустойчивая социальная, экономическая, экологическая, идеологическая обстановка, сложившаяся в настоящее время в нашем обществе, обуславливает рост различных отклонений в лично-

стном развитии и поведении растущего поколения. Наиболее остро этот процесс проявляется в подростковом возрасте [2,с.84].

В отечественной и зарубежной психологии и педагогике существует множество определений понятия отклоняющегося поведения: его называют девиантным, асоциальным, неадекватным, саморазрушающим, социально неадаптированным [4,с.33]. Изучением отклоняющегося поведения занимались такие педагоги и психологи, как А. Н. Леонтьев, К. К. Платонов, И. С. Кон, А. В. Петровский, Д. П. Блонский, Л. И. Божович, Л. С. Выготский, В. В. Давыдов, Д. Б. Эльконин. Девиантное поведение, понимаемое как нарушение социальных норм, приобрело в последние годы массовый характер и поставило разрешение этой проблем в центр внимания социологов, социальных и клинических психологов, медиков, работников правоохранительных органов, педагогов.

Объяснение причин, условий и факторов, детерминирующих рост подобных социальных явлений в подростковой среде, предполагает поиск ответов на ряд фундаментальных вопросов, среди которых вопросы о сущности категории «норма», «групповая норма» и об отклонениях от нее [1,с.132]. Для подростковых групп характерны свои нормы и правила, которые могут отличаться от норм общепринятых. Для членов группы с разным социометрическим статусом нормы поведения также будут различными.

Социометрический статус – это один из основных факторов положения личности в подсистеме личных отношений, который характеризуется уровнем эмоционального предпочтения (приемлемости) данного индивида по сравнению с остальными членами группы. Подростки, занимающие разный социометрический статус в группе, имеют разные представления о нормах поведения и обязательности их исполнения, что наводит на вопрос о наличии взаимосвязи социометрического статуса и отклоняющегося от нормы поведения, а также на то, что подростки с разным социометрическим статусом имеют разные психологические особенности [3,с.123].

В настоящее время существует достаточно большое количество исследований, посвященных вопросу групповой дифференциации. Исследователями получены эмпирические данные, раскрывающие особенности положения личности в сообществе в зависимости от ее статуса, при этом особое внимание уделялось, прежде всего, проблеме определения причин высокого или низкого положения человека в группе. Данным вопросом занимались Л. В. Артемьева, А. В. Киричук, Я. Л. Коломинский, В. С. Мухина, Т. А. Репина, Дж. Андерсон, Н. Керр, Л. Мессе, Т. Саттлер, и др. [5,с.58]. Однако в вышеупомянутых исследованиях не было уделено достаточного внимания исследова-

нию влияния высокого социометрического статуса на уровень девиантного поведения подростков, а также выявлению психологических особенностей подростков, склонных к девиантному поведению с разным социометрическим статусом.

Целью нашего эмпирического исследования являлось выявление влияния высокого социометрического статуса на уровень девиантного поведения подростков и определение психологических особенностей подростков, склонных к девиантному поведению с разным социометрическим статусом.

Исследование проводилось на базе «МОУ СОШ с углубленным изучением предметов художественно-эстетического цикла» № 58 г. Томска среди учеников 8 «А» класса. В нем принимали участие 19 подростков 14–15 лет, из них 9 мальчиков и 10 девочек. По результатам экспертных оценок учителями старших классов и психологом школы, стаж работы которых превышает 5 лет, изучаемые подростки имеют склонность к девиантному поведению, а некоторые из них состоят на учете в детской комнате полиции.

В ходе работы использовались: метод опроса, качественный и корреляционный анализ результатов исследования с применением методики «Социометрии Дж. Морено», экспертного анализа уровня девиантного поведения подростков, формулы Пирсона, методики межличностных отношений Т. Лири.

По результатам проведенной социометрии Дж. Морено были определены лидеры класса – 7 подростков с высоким социометрическим статусом – «1 группа», 5 подростков со средним социометрическим статусом – «2 группа» и 7 подростков с низким социометрическим статусом – «3 группа». По десятибалльной шкале экспертами определена степень склонности подростков к девиантному поведению с помощью экспертных оценок. Для установления зависимости уровня девиантного поведения от высокого социометрического статуса использовалась формула Пирсона. Расчет критерия показал, что взаимосвязь между двумя показателями достоверна при $\alpha < 0,05$. Следовательно, мы получили статистически достоверную взаимосвязь между уровнем девиантного поведения и высоким социометрическим статусом в 95 % случаев. Полученный коэффициент корреляции говорит о том, что между уровнем девиантного поведения и высоким социометрическим статусом существует обратно пропорциональная зависимость: чем ниже социометрический статус, тем выше уровень девиантного поведения. Таким образом, одним из направлений психологической профилактики и коррекции девиантного поведения является развитие высокого социометрического статуса в группе риска.

На следующем этапе исследования были определены психологические особенности подростков, склонных к девиантному поведению, с разным социометрическим статусом при помощи методики межличностных отношений Т. Лири.

Высокие показатели поведения подростков, склонных к девиантному поведению, с высоким социометрическим статусом («1 группа») определяют следующие типы межличностных отношений: зависимый (12,9 баллов), дружелюбный (8,7 баллов), альтруистический (13,9 баллов).

Низкие показатели поведения подростков, склонных к девиантному поведению, с высоким социометрическим статусом определяют следующие типы межличностных отношений: авторитарный (1,3 балла), эгоистичный (1,2 балла), подчиняемый (2,6 баллов).

Высокие показатели поведения подростков, склонных к девиантному поведению, с низким социометрическим статусом («3 группа») определяют следующие типы межличностных отношений: авторитарный (14,3 балла), эгоистичный (14 баллов), подозрительный (13 баллов), подчиняемый (13,2 балла).

Низкие показатели поведения подростков, склонных к девиантному поведению, с низким социометрическим статусом определяют следующие типы межличностных отношений: зависимый (2,3 балла), альтруистический (2 балла).

Таким образом, результаты проведенного эмпирического исследования подтверждают наличие психологических особенностей и различий у подростков, склонных к девиантному поведению, занимающих разные социометрические статусы в группе сверстников, а именно: подростки, занимающие высокий социометрический статус, более неуверенны в себе, имеют навязчивые страхи, опасения, тревожатся по любому поводу, поэтому зависимы от других, от чужого мнения. Они всегда приносят в жертву свои интересы, стремятся помочь и сострадать всем, навязчивы в своей помощи и слишком активны по отношению к окружающим, принимают на себя ответственность за других. Они любезны со всеми, ориентированы на принятие и социальное одобрение, стремятся удовлетворить требования всех, «быть хорошим» для всех без учета ситуации, стремятся к целям микрогрупп, имеют развитые механизмы вытеснения и подавления, эмоционально лабильны; подростки с низким социометрическим статусом – доминантные, энергичные, компетентные, авторитетные лидеры, успешны в делах, любят давать советы, требуют к себе уважения. Им свойственны эгоистические черты, ориентация на себя, склонность к соперничеству. Такие лица застенчивы, кротки, легко смущаются, склонны подчиняться более сильному без учета ситуации, критичны, необщи-

тельны, испытывают трудности в интерперсональных контактах из-за неуверенности в себе, подозрительности и боязни плохого отношения, замкнуты, скептически, разочарованные в людях, скрытны, свой негативизм проявляют в вербальной агрессии. Они конформны, мягки, ожидают помощи и советов, доверчивы, склонны к восхищению окружающими, вежливы, ответственны по отношению к людям, деликатны, добры. Эмоциональное отношение к людям проявляют в сострадании, симпатии, заботе, ласке, умеют подбодрить и успокоить окружающих, бескорыстны и отзывчивы; у подростков со средним социометрическим статусом значимых общегрупповых качеств не выявлено, так как средний показатель всех октантов по методике межличностных отношений Т. Лири имеет средние значения.

Полученные в ходе исследования эмпирические данные могут найти применение в практической деятельности психологов, занимающихся проблемами отклоняющегося поведения в подростковом возрасте и причин его вызывающих.

Литература

1. Гилинский Я. Социология девиантного поведения / Я. Гилинский. СПб. : Питер, 2009. 507 с.
2. Змановская В. Девиантное поведение личности и группы / В. Змановская. СПб. : Питер, 2011. 352 с.
3. Колесникова И. Девиантное поведение / И. Колесникова. М. : Феникс, 2007. 224 с.
4. Скворцова А. Ф. Профилактика девиантного поведения подростков / А. Ф. Скворцова // Здоровые дети – здоровая нация : сб. науч. ст. : [по материалам Всерос. науч.-практ. конф., 23 дек. 2009 г.] / Чуваш. гос. пед. ун-т. – Чебоксары, 2010. – С. 210—216. – Библиогр.: 3 назв. – 655241, фтп-1.
5. Сачкова М. Е. Статусные отношения в подростковых учебных группах / М. Е. Сачкова // Вопросы психологии. 2006. № 4. С. 58–63.

ПОПЫТКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ЛИТЕРАТУРНО-ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ПОДРОСТКОВ В УСЛОВИЯХ УЧРЕЖДЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

Ю. В. Овчинникова

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: А.В. Гычев, д.м.н., доц.

Исторически сложившаяся традиция в учреждениях дополнительного образования такова, что обучение изначально ориентировано не на внешние цели и ценности, а на актуальные потребности, желания и

возможности, не на достижения предшествующих и заранее известных результатов, а на активацию и поддержку творческих инициатив учащихся [1,с.5]. Для того, чтобы способствовать творческой самореализации воспитанников учреждений дополнительного образования, необходимо создать особую среду, подразумевающую творческую атмосферу в коллективе, преобладание активных методов работы и интенсивного взаимодействия участников, отношение сотрудничества педагогов и детей, доверительность и взаимный интерес друг к другу, участие в производстве интеллектуальных и материальных ценностей, в социально значимой деятельности [2,с.17]. Помимо этого, среда, в которой творчество могло бы актуализироваться, должна обладать высокой степенью неопределенности и потенциальной многовариантностью (богатством возможностей). Неопределенность стимулирует поиск собственных ориентиров, а не принятие готовых, многовариантность обеспечивает возможность их нахождения [3,с.15].

В подростковом возрасте ярко проявляются литературно-творческие способности. По данным Майера [4,с.334], применение различных способов развития креативности способствует не только актуализации общих творческих способностей, но и специальных (в данном случае литературно-творческих), посредством их преломления через психологические новообразования подросткового возраста.

Несмотря на многочисленные исследования [1,3,5, 6], посвященные оценке уровня развития креативности у подростков, малоизученными остаются возможности психолого-педагогического развития специальных способностей в литературно-художественной сфере реализации личности.

Цель исследования: разработать критерии эффективности программы развития литературно-творческих способностей подростков, занимающихся в объединении журналистики учреждения дополнительного образования детей.

Характеристика выборки. Участниками исследования стали подростки, посещающие объединение журналистики в МБОУ ДОД «Центр развития творчества детей и юношества» г. Киселёвска Кемеровской области. В исследовании участвовали подростки в возрасте от 13 до 15 лет, 10 мальчиков и 15 девочек, всего 25 человек.

В соответствии с целью исследования нами была разработана специальная программа психолого-педагогических воздействий, которая обеспечила создание и соблюдение психологических условий для развития творческих способностей подростков с учетом специфики объединения журналистики учреждения дополнительного образования детей. Реализация программы «Слово молодых» осуществлялась в

творческом объединении «Журналист» МБОУ ДОД «Центр развития творчества детей и юношества» г. Киселёвска Кемеровской области в период с сентября 2008 года по февраль 2011 года.

Цель программы: создать благоприятные условия для развития творческих способностей подростков, а также их творческой деятельности в объединении журналистики. Основу обучения составляет практическая деятельность учащихся по программе. Каждое занятие включало в себя несколько видов практических заданий:

- задания и упражнения, направленные на создание психологически комфортного климата на занятии (элементы игровых технологий (В.В. Петрусинский) [7];

- задания, содержащие приемы развития творческого воображения [8; 9] и элементы тренинга креативности [10];

- психологические коммуникативные тренинги, позволяющие овладеть приемами эффективной коммуникации (элементы коммуникативных тренингов [11; 12];

- творческие задания и виды деятельности журналистской направленности: создание учебных газет, собственных материалов в изученных жанрах журналистики, написание собственных литературных произведений, подготовка материалов для участия в литературно-творческих и журналистских конкурсах различного уровня и др.

Вследствие недостаточной разработанности оценки успешности программ развития литературно-творческого потенциала подростков является актуальным определение маркеров развития соответствующих способностей этого контингента лиц в динамике в условиях учреждения дополнительного образования детей.

Нами разработаны критерии эффективности программы развития литературно-творческих способностей подростков, позволяющие определить уровень развития литературных способностей подростков и учитывающие специфику деятельности объединения журналистики. Результаты выполнения задания оценивались по трем уровням: 1) оптимальный, 2) хороший, 3) допустимый. Содержание каждого из уровней было разработано нами с учетом специфики творческого объединения журналистики. Данные уровни выполнения задания в общем виде можно представить следующим образом:

- оптимальный уровень: работа характеризуется высоким качеством и наличием творческого подхода к выполнению. Работа образна, оригинальна, художественно оформлена. Выдержаны требования, предъявляемые к выбранному жанру; соблюдена тематическая направленность;

- хороший уровень: работа характеризуется хорошим качеством исполнения; выдержана тематическая направленность; работа акку-

ратна, образна. Незначительные ошибки, касающиеся выполнения требований к выбранному жанру исполнения, не нарушающие стилистического единства;

– допустимый уровень: работа характеризуется низким качеством исполнения, не выдержана тематическая направленность, отсутствует творческий подход к выполнению работы. Работа не соответствует требованиям, предъявляемым к выбранному жанру исполнения.

Подобные задания предлагались учащимся в конце второго и третьего годов обучения в учреждении дополнительного образования детей с целью изучения динамики развития литературно-творческих способностей. Полученные по итогам диагностики результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Сравнительная характеристика результатов
выполнения творческого задания**

Уровень выполнения задания	1 год обучения (вводный срез)		2 год обучения (промежуточный срез)		3 год обучения (итоговый срез)	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Оптимальный	3	12	5	20	9	36
Хороший	13	52	14	56	16	64
Допустимый	9*	36	6**	24	0*/**	0

Примечание: * $p < 0,01$, ** $p < 0,05$

Анализ результатов выполнения творческого задания позволил выявить значимые изменения по допустимому уровню выполнения между первым и третьим годом обучения ($p < 0,01$) и между вторым и третьим годом обучения ($p < 0,05$). Отмечается уменьшение числа испытуемых с допустимым уровнем выполнения задания по сравнению со вторым годом обучения и отсутствие на третьем году обучения испытуемых с данным уровнем выполнения задания. Данные изменения мы можем объяснить именно воздействием программы, учитывающей специфику журналистской деятельности, а также предлагающей подросткам участие в специфических видах деятельности, способствующих развитию литературно-творческих способностей.

В качестве дополнительного объективного критерия эффективности программы по развитию литературно-творческих способностей подростков мы можем привести данные об участии подростков объединения в творческих конкурсах и фестивалях различных уровней (таблица 2).

Таблица 2

Сравнительная характеристика творческих достижений учащихся

Уровень конкурса	Количество наград			Всего
	2008/2009	2009/2010	2010/2011	

	уч. год		уч. год		уч. год			
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Городской	2	50	1	5,88	0	0	3	6,38
Областной	1*	25	5	29,41	7*	26,92	13	27,66
Региональный	0*	0	0*	0	5*	19,23	5	10,64
Всероссийский	1**	25	11**	64,71	10**	38,47	22	46,81
Международный	0*	0	0*	0	4*	15,38	4	8,51
Всего:	4***	100	17***	100	26***	100	47	100

Примечание: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

Анализ творческих достижений подростков по годам обучения позволяет говорить о следующих значимых изменениях. Увеличилось общее количество наград по годам обучения ($p < 0,001$). Отмечено увеличение количества наград в конкурсах областного ($p < 0,05$), регионального ($p < 0,05$), всероссийского ($p < 0,01$) и международного уровней ($p < 0,05$). Изменения мы можем объяснить особенностью реализованной программы, предполагающей вовлечение подростков в конкурсную деятельность, и наличием индивидуального подхода к учащимся, основной целью которого является раскрытие творческого потенциала и снятие психологического напряжения и дискомфорта, препятствующего ощущению уверенности в себе.

Резюмируя полученные результаты, можно говорить о том, что предложенные нами критерии позволяют конкретизировать оценку эффективности программ развития литературно-творческих способностей подростков в условиях учреждения дополнительного образования детей.

Литература

6. Чернова Н.А., Чибизова А.М. Творческая деятельность как средство развития личности учащегося. Кемерово: Сибирский филиал Института общего образования РФ, 1995. 102 с. (Учебное пособие)
7. Колков А.И. Рекомендации по определению и развитию способностей, склонностей и общего творческого потенциала человека. Кемерово: Департамент образования и науки Администрации Кемеровской области, 1995. 68 с. (Методические рекомендации)
8. Пономарев Я.А. К теории психологического механизма творчества // Психология творчества / под ред. Я.А. Пономарева. М.: Наука, 1990. С. 13-23. (Сборник)
9. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. СПб.: Питер, 2011. 448 с. (Учебное пособие)
10. Ермолаева-Томина Л.Б. Исследование факторов, детерминирующих индивидуальные различия в проявлении творческой активности // Психология творчества / под ред. Я.А. Пономарева. М.: Наука, 1990. С. 117-130. (Сборник)
11. Николаева Е.И. Психология детского творчества. СПб.: Питер, 2010. 240 с. (Монография)

12. Петрусинский В.В., Розанова Е.Г. Искусство общения в играх. М.: Владос, 2007. 160 с. (Сборник)
13. Андреев В.И. Диалектика воспитания и самовоспитания творческой личности. Казань: Издательство Казанского госуниверситета, 1988. 238 с. (Монография)
14. Гатанов Ю.Б. Развитие личности, способной к творческой самореализации // Психологическая наука и образование. 1998. №1. С. 5-9. (Статья в журнале)
15. Грецов А.Г. Тренинг креативности для старшеклассников и студентов. СПб.: Питер, 2008. 208 с. (Практическое пособие)
16. Лидерс А.Г. Психологический тренинг с подростками. М.: Академия, 2001. 256 с. (Учебно-методическое пособие)
17. Фопель К. Как научить детей сотрудничать? – М.: Генезис, 2006. – 541 с. (Практическое пособие)

ПОРТФОЛИО КАК СИСТЕМА МОНИТОРИНГА ДУХОВНО-НРАВСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ КАДЕТ

Т. А. Савинова

Томский кадетский корпус

Возрастной период с 13 до 17 лет характеризуется значительными изменениями в 3 областях: физиологической, психологической и социальной. Китайская мудрость говорит о том, что «время перемен» это самое тяжелое время в жизни каждого человека. Для подростков это время самых острых переживаний, время конфликтов и поиска справедливости, время «войны с неправильным миром взрослых». Но наряду с этим у них просыпается интерес к философским вопросам, вечным ценностям. Появляется желание самому формировать свое мировоззрение, свою систему ценностей. Не смотря на то, что влияние взрослых становится ограниченным, они являются главными советниками в вопросах нравственности, духовности, т.к. ровесники имеют небольшой жизненный опыт и могут быть советниками только по сиюминутным, незначительным вопросам.

Понятие «духовность» состоит из двух базовых потребностей человека: потребность в познании и социальная потребность жить и действовать на благо других людей. Чем больше человек задумывается над смыслом жизни, своего места и предназначения в ней, тем больше он получает удовольствия от процесса познания окружающего мира, самого себя и удовлетворения от выполненного долга. Поэтому основной задачей взрослых в этот период времени является создание условия, при которых подросток мог бы духовно развиваться. Одной из форм мониторинга духовно – нравственного развития кадет является использование портфолио [1].

Личное портфолио кадета - это способ фиксирования, накопления и оценки индивидуальных достижений и духовного опыта в определенный период его обучения в виде рабочих таблиц, которые документируют приобретенный опыт и успехи учащегося в различных видах деятельности. Портфолио – это собрание личных достижений ученика, которое формируется лично учеником и реально показывает его уровень подготовленности и активности в различных видах деятельности в школе и за ее пределами. А также показывает динамику развития его как личности, уровень его воспитанности, динамику духовного развития.

Портфолио – это современная форма оценивания результатов в учебной, творческой, социальной, исследовательской и других видов деятельности. Оно помогает организовать контроль над своим временем, правильно реагировать на ошибки и ставить реальные задачи. Портфолио, как форма фиксирования личных планов и достижений в ходе всего образовательного процесса, также служит связующим звеном между школой и профессиональными учебными заведениями, вузами; между образовательной сферой и рынком труда.

Основные цели портфолио:

1. «Показать все, на что ты способен».
2. Отслеживание, учет, оценивание индивидуальных достижений обучающихся.
3. Активация их разноплановой деятельности, повышение образовательной активности школьников.
4. Индивидуализация образования и духовного развития.

Основные задачи портфолио:

1. Формирование умения учиться: ставить цели, планировать и организовывать свою деятельность.
2. Формирование и поддержка учебной мотивации школьников, мотивации личностного развития.
3. Организация воспитательного процесса с учетом личных стремлений и достижений обучающихся.
4. Развитие навыков рефлексивной, оценочной деятельности обучающихся.
5. Расширение возможностей контрольно-оценочных средств образования и личностного роста.

Личное портфолио кадета - это способ фиксирования, накопления и оценки индивидуальных достижений и духовного опыта в определенный период его обучения в виде рабочих таблиц, которые документируют приобретенный опыт и успехи учащегося в различных видах деятельности. Портфолио – это собрание личных достижений ученика, которое формируется лично учеником и реально показывает

его уровень подготовленности и активности в различных видах деятельности в школе и за ее пределами. А также показывает динамику развития его как личности, уровень его воспитанности, динамику духовного развития.

Портфолио – это современная форма оценивания результатов в учебной, творческой, социальной, исследовательской и других видов деятельности. Оно помогает организовать контроль над своим временем, правильно реагировать на ошибки и ставить реальные задачи. Портфолио, как форма фиксирования личных планов и достижений в ходе всего образовательного процесса, также служит связующим звеном между школой и профессиональными учебными заведениями, вузами; между образовательной сферой и рынком труда.

Основные цели портфолио:

1. «Показать все, на что ты способен».
2. Отслеживание, учет, оценивание индивидуальных достижений обучающихся.
3. Активация их разноплановой деятельности, повышение образовательной активности школьников.
4. Индивидуализация образования и духовного развития.

Основные задачи портфолио:

1. Формирование умения учиться: ставить цели, планировать и организовывать свою деятельность.
2. Формирование и поддержка учебной мотивации школьников, мотивации личностного развития.
3. Организация воспитательного процесса с учетом личных стремлений и достижений обучающихся.
4. Развитие навыков рефлексивной, оценочной деятельности обучающихся.
5. Расширение возможностей контрольно-оценочных средств образования и личностного роста.

Личностный рост подростка – явление динамичное. Его можно определить как развитие гуманистических ценностей, отношений человека к миру, другим людям, самому себе. В динамике личностного роста определяется и уровень воспитанности подростка. Он представляет собой комплекс устойчиво сформированных, социально значимых качеств личности, которые определяют его слабые и сильные стороны. Критерии оценки личностного роста (или уровня воспитанности) представляют собой отношение подростка к основным общечеловеческим ценностям: к семье, Отечеству, природе, культуре и т.д. Каждый критерий имеет оценку: высокий уровень, средний уровень, низкий уровень. Высокий уровень представляет собой устойчиво – позитивное отношение к ценностям. Средний уровень имеет два на-

правления – ситуативно-позитивное и ситуативно-негативное отношение подростка к тем же ценностям. Низкий уровень предполагает устойчиво-негативное отношение.

Критерии оценки личностного роста (уровня воспитанности):

1. Отношение подростка к семье: ценность семьи высоко значима, дорожит семейными традициями, семейные праздники проходят с его участием и помощью, в будущем хочет создать счастливую семью.

2. Отношение к Отечеству: развиты глубоко личные чувства гражданской ответственности и патриотизма, Родина – конкретная страна, где он проживает и гордится ею.

3. Отношение к Земле (природе): хорошо развито экологическое сознание, считает уборку мусора в лесу важным и нужным для себя, помогает брошенным животным не из-за похвалы, а из потребности ощущать гармонию мира, в котором он живет.

4. Отношение подростка к миру: отрицательно относится к проявлению грубой силы, считает, что все конфликты можно уладить, не ущемляя права других людей.

5. Отношение подростка к труду: трудолюбив во всем, получает удовольствие от работы, не стесняется помочь родителям по хозяйству, не стыдится подрабатывать.

6. Отношение подростка к культуре: в повседневной жизни демонстрирует культурную форму поведения, не переносит нецензурную лексику, он внимателен и тактичен по отношению к другим, бережно относится к историческому культурному наследию.

7. Отношение подростка к знаниям: по - настоящему любознательный человек, считает, что успешность профессионального роста, карьера напрямую связаны с глубиной знаний и стремится их получить.

8. Отношение подростка к человеку (людям): для подростка очень значима ценность человека, проявляет милосердие, способен к сочувствию, состраданию и прощению, может быть участником реализации такой идеи (даже физически).

9. Отношение подростка к человеку (альтруизм): подросток подлинный альтруист, всегда готов помогать другим не ожидая просьбы, он бескорыстен, и готов рисковать своим благополучием ради благополучия других.

10. Толерантность (интернационализм) по отношению к людям: признает право людей на другую культуру, религию, стремится к пониманию других людей.

11. Отношение подростка к своему телесному Я: ценность здоровья является приоритетным, сознательно культивирует здоровый

образ жизни, может противостоять попыткам вовлечь его в употребление разрушающих здоровье веществ, старается не допустить этого в отношении других.

12. Отношение подростка к своему душевному Я: подросток принимает себя таким, какой он есть, верит в свои силы и возможности, комфортно чувствует себя даже в незнакомой компании, стойко переживает личные неурядицы, не боится показаться смешным.

13. Отношение подростка к своему духовному Я: высокий уровень – подросток считает себя хозяином своей судьбы, ощущение личной свободы очень важно для него, поэтому он может противостоять внешнему давлению, он способен на самостоятельные поступки, способен отвечать за свои поступки, для него очень важно найти смысл жизни, которую он хочет прожить по совести.

Использование данной методики предполагает мониторинг изменений критериев личностного роста в течение всего периода обучения. Исследования проводятся один раз, в конце учебного года для того, чтобы у классных руководителей была возможность оказать необходимую помощь подросткам, провести анализ ситуации в классе, разработать систему воспитательной работы на следующий учебный год. Результаты исследования фиксируются в индивидуальных картах личностного роста, разработанные для подростков разных возрастных категорий. Эти карты входят в состав личного портфолио кадет [2, с.141].

Для того, чтобы успешно действовать в 21 веке, человеку недостаточно владеть предметными знаниями, важно обладать компетенциями, которые позволят освоить и применить любые знания, дадут возможность успешно общаться, управлять собственной деятельностью, работать в команде. Новые стандарты опираются на концепцию духовно-нравственного развития, где обозначены нравственные идеалы и ценности. Ценностное основание стандарта особенно важно в связи с тем, что в России ныне утеряны многие ценности. Кроме того, необходимость перехода на образовательные стандарты второго поколения связана с тем, что инновационный, социально ориентированный тип развития страны, обозначенный в концепции развития России, возможен только за счет накопления нового качества человеческого капитала – духовно-нравственного развития [3].

Литература

1. Духовно-нравственное воспитание современных школьников: [Электронный ресурс] . – Coolreferat.com, свободный.
2. Григорьев Д.В, Степанов П.В. Внеурочная деятельность школьников. М.: Просвещение, 2010. (Методический конструктор)

3. Духовно-нравственное воспитания в системе образования: [Электронный ресурс]. - Ko.podadm.ru, свободный.

ДИАПАЗОН СОЦИАЛЬНОЙ ЭРГИЧНОСТИ КАК ФАКТОР РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МИКРОГРУППОВОЙ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е. Д. Степанова

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: И.В. Рудин, д.мед.н., проф.

Традиционно в психолого-педагогической литературе результативность учебной деятельности определяется такими факторами, как наличие интереса, степень вовлеченности, мотивированности, наличие общих и специальных способностей [1]. Такое представление мы считаем довольно ущербным, так как не учитывается целый ряд микрогрупповых параметров, значительно влияющих на результативность учебной деятельности каждого студента, каждой микрогруппы и учебной группы в целом.

В отечественной психологии взаимодействие человека с социальным миром продуктивно характеризует социальная эргичность, валидно и надежно диагностируемая с помощью опросника В.М. Русалова [2]. Социальная эргичность содержит в себе уровень потребности в социальных контактах, жажду освоения социальных форм деятельности, стремление к лидерству, общительность, вовлеченность в социальную деятельность. Шкала «Социальная эргичность» опросника В.М. Русалова содержит вопросы об уровне потребности в социальных контактах, о стремлении к лидерству. Высокие значения по этой шкале означают высокую потребность в социальном контакте, жажду освоения социальных форм деятельности, стремление к лидерству, общительность, стремление к занятию высокого ранга и освоение мира через коммуникацию. Низкие значения означают незначительную потребность в социальных контактах, уход от социально-активных форм поведения, замкнутость, социальную пассивность. Логично предположить, что степень выраженности социальной эргичности у входящих в микрогруппу студентов является фактором результативности микрогрупповой учебной деятельности.

На первом этапе проведенного нами исследования все учебные диады были поделены на 3 группы в зависимости от величины диапазона социальной эргичности входящих в учебную микрогруппу студентов. В выборку на первом этапе исследования вошли 147 студентов факультета психологии, связей с общественностью и рекламы

Томского государственного педагогического университета, при этом минимальный уровень социальной эргичности составил 21 балл, а максимальный – 48 баллов. В ходе практических занятий по учебным дисциплинам «Экспериментальная психология», «Психодиагностика», «Психология труда» часто моделируется профессиональная психолого-педагогическая деятельность и поэтому студенты работают в учебных диадах (экспериментатор – испытуемый, психолог – клиент). В ходе исследования проходила естественная ротация учебных диад и запланированная исследователем. Каждое заявленное учебной микрогруппой задание как выполненное оперативно оценивалось преподавателем и отмечалось в протоколе исследования, если было выполнено правильно. По окончании практического занятия подсчитывалась результативность учебной деятельности каждой учебной диады в виде количества выполненных в ходе практического занятия заданий. Поскольку на занятиях предусматривалось учебными программами выполнение разного количества заданий (от 3 до 6), то в качестве параметра результативности учебной деятельности был выбран процент выполнения заданий. Каждый студент, вошедший в выборку исследования, выполнял учебные задания минимум в 4 учебных диадах, различающихся по диапазону выраженности социальной эргичности.

Результаты первого этапа исследования выглядели, на первый взгляд, парадоксально: одни и те же студенты работали в разных микрогруппах с разной результативностью, причем партнер с более высокой социальной эргичностью мог как повысить микрогрупповую учебную результативность, так и понизить или оставить без изменения.

Предварительно проведенная диагностика выраженности социальной эргичности у студентов, входящих в выборку исследования, позволила поделить их на 3 группы:

- 1) студенты с низкой социальной эргичностью;
- 2) студенты со средней социальной эргичностью;
- 3) студенты с высокой социальной эргичностью.

Более подробный анализ вариативности результатов микрогрупповой учебной деятельности, вызванной ротацией студентов, выявил интересную закономерность: если студенты мало отличаются друг от друга по степени выраженности социальной эргичности (два студента из одной группы), то результативность их учебной деятельности является невысокой. Они либо не организуют продуктивное учебное взаимодействие и работают параллельно над одними и теми же заданиями, либо тратят время на споры и установление коммуникативных позиций и т.п. Если студенты значительно различаются друг от друга по степени социальной эргичности (низкая и высокая степень выражен-

ности), то быстро определяются с позициями ведущий – ведомый и начинают работать, однако ведомый работает с более низкой учебной производительностью, чем вызывает упреки ведущего, что снижает общую результативность микрогрупповой учебной деятельности. Самая высокая результативность учебной деятельности достигается в учебных диадах, где объединены студенты неполярной социальной эргичностью:

а) студент с низкой социальной эргичностью и студент со средней социальной эргичностью;

б) студент со средней социальной эргичностью и студент с высокой социальной эргичностью.

Проведенное исследование показало значимость диапазона социальной эргичности как фактора результативности микрогрупповой учебной деятельности.

Таблица 1

Социальная эргичность студентов и результативность микрогрупповой учебной деятельности

Социальная эргичность студентов микрогруппы	Средний размах социальной эргичности	Средняя результативность учебной деятельности, %
низкая – низкая	4,7	43,6
низкая – средняя	9,4	70,7
низкая – высокая	16,5	41,9
средняя - средняя	4,0	42,1
средняя - высокая	8,9	81,4
высокая - высокая	3,8	43,2

Таким образом, существует оптимум диапазона социальной эргичности студентов, входящих в учебную диаду. Оптимальным диапазоном социальной эргичности является величина около 9 баллов, так как средний уровень учебной результативности микрогрупп при этом самый высокий (70,7% и 81,4%). Нерезультативными микрогруппами являются следующие диады:

а) студенты с примерно одинаковой социальной эргичностью (низкой, средней или высокой у обоих студентов);

б) студенты с полярной социальной эргичностью (низкая у одного и высокая у другого).

При резком снижении и увеличении диапазона социальной эргичности входящих в микрогруппу студентов результативность учебной деятельности снижается (43,2% и 41,9% выполнения учебных заданий соответственно).

1. Бондаревская Е.В., Кульневич С.В. Педагогика: личность в гуманистических теориях и системах воспитания. Ростов-н/Д: Творческий центр «Учитель», 1999. 560 с.
2. Русалов В.М. Предметный и коммуникативный аспекты темперамента человека // Психол. журн. 1989. Т. 10. № 1. С. 10 - 21.

ПУСКОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ КУРЕНИЯ У СТУДЕНТОВ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

А. В. Тюменцева

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Е. Д. Степанова, старший преподаватель

Проблема курения остро стоит в современном обществе. На первый взгляд, ей уделяют очень много внимания, ее активно обсуждают, ищут пути решения. Но если посмотреть внимательно, то можно заметить, что большое значение придается борьбе с курением, а именно разработке методов, при этом, часто не обращается внимание на причины, по которым тот или иной человек начал курить. Кроме поиска причин, еще реже речь идет о пусковых механизмах, знание которых помогло бы в поиске правильного пути решения данной проблемы.

Так что же такое пусковые механизмы? В психологии данному понятию уделяется меньше внимания. И этот факт придает данной работе большую актуальность. Ответ же на поставленный выше вопрос стоит искать, в первую очередь, в философии, а именно рассмотрев идеи причинности.

Как известно одно явление при определенных условиях видоизменяет или порождает другое явление, то первое выступает как *причина*, второе - как *следствие*. Причина выступает как активное и первичное по отношению к следствию. *Причинность* - это связь, превращающая возможность в действительность, отражающая закономерности развития. Цепь причинно-следственных связей объективно необходима и универсальна. Она не имеет ни начала, ни конца, не прерывается ни в пространстве, ни во времени.[1,с.503]

Для того, чтобы причина вызвала следствие, требуются определенные условия. *Условия* - это явления, необходимые для наступления данного события, но сами по себе его не вызывающие. Хотя сами по себе условия не могут вызвать соответствующего следствия, но без них причина бессильна. Например, известно, что человек, в организм которого попал табачный дым, может остаться заядлым курильщиком,

а может и перестать курить после первой пробы. Изменяя условия, можно изменять и способ действия причины, и характер следствия.

Причину нужно отличать от *повода* - внешнего толчка, способствующего проявлению причины. Повод - понятие, которое ускоряет действие причины, но не порождает ее.

В нашем случае при разборе ситуации курения причины первой пробы разнообразны, следствием в разбираемых случаях является образование зависимости, а поводом как раз служат пусковые механизмы. В данной работе под пусковыми механизмами понимаются все элементы, действующие на человека в период первой пробы курения. Этими элементами являются как социальные и психологические факторы аддикции, так и составляющие окружающей среды. Все они в совокупности составляют картину первого курения. Проанализировав эту картину, и сопоставив полученные результаты со сведениями о том, курит ли данный человек по истечении определенного периода времени регулярно, нерегулярно или не курит вообще, можно сделать выводы о существовании действительно значимых пусковых механизмов курения.

Целью исследования являлось выявление значимых пусковых механизмов курения студентов психолого-педагогических специальностей.

В качестве эмпирической площадки для проведения данного исследования выступил факультет психологии связей с общественностью и рекламы Томского государственного педагогического университета. Тип выборки данного эмпирического исследования – целенаправленная, по усмотрению исследователя. Из генеральной совокупности студентов ФПСОР были выбраны типичные представители постоянно курящих студентов и студентов, курящих нерегулярно. В качестве типичных студентов были выбраны третьекурсники, т.е. студенты хорошо адаптированные к вузовскому обучению. Выборку составили студенты в возрастном диапазоне 20 -22 лет, что соответствует среднему возрасту студентов очной формы обучения, 18 из 20 человек девушки и 2 юношей. Такая гендерная непропорциональность характерна для современных педагогических вузов и данной специальности.

На первом этапе данного исследования проводился опрос селективного характера с целью построения выборочной совокупности. Тридцати предполагаемым участникам исследования были розданы бланки с вопросом закрытого типа: «Пробовали ли вы курить хотя один раз в жизни?

а) да;

б) нет»

По результатам данного письменного опроса были выявлены 20 студентов, ответивших утвердительно, которые и вошли в выборку исследования.

На втором этапе проводился письменный опрос респондентов. Им были розданы бланки для письменного опроса. В бланках содержалось два вопроса открытого типа.

1. Ваш стаж курения?
2. Опишите ситуацию, при которой Вы впервые попробовали курить.

Затем проводился контент-анализ ответов на второй вопрос.

В результате обработки всех ответов были выделены следующие 2 группы категорий контент-анализа, отражающие пусковые механизмы курения – присутствующие в процессе первого курения лица и ситуация при первом курении. Ниже они будут представлены более подробно.

I. Присутствующие в процессе курения

Чаще всего присутствующими оказываются друзья, одноклассники, это очень важно, т.к. влияние сверстников является одним из наиболее важных социальных факторов такой аддикции как курение.

1. Роль по отношению к респонденту. То, кто именно, присутствовал при первичной пробе курения, может сказать о многом. Например, первая проба вместе с сестрой или братом может свидетельствовать о том, что в данной семье есть курящие взрослые и дети перенимают их стиль поведения. Знание родительских норм-образцов и моделей поведения позволяет подростку не искать заново решений в стандартных ситуациях, а вести себя как бы автоматически, в соответствии с принятыми в данной среде и усвоенными личностью шаблонами [2,стр.8]. Другим вариантом может быть то, что курение – акт протеста, против авторитарного стиля родителей. В случае курения вместе с друзьями можно предположить внушаемость, зависимость от мнения сверстников.

- Друзья.
- родственники

2. Роль в первом курении респондента. Данный пусковой механизм может сказать о позиции респондента – является ли данный человек ведомым или ведущим, склонен сам принимать решения или зависит от чужого мнения.

- свидетели – присутствующие, которые явились сторонними наблюдателями процесса курения и не принимали в нем непосредственного участия,

- соучастники - присутствующие, принимавшие участие в процессе курения вместе с респондентом, но не являвшиеся инициаторами этого процесса.
- инициаторы – присутствующие, принимавшие участие в процессе курения и выступившие его инициаторами.

3. Пол присутствующих. С присутствующими, какого пола человек начал курить может сказать о многом. С лицами своего пола мотивом может быть простое любопытство, интерес к процессу курения, но если присутствующий противоположного пола большое влияние может иметь желание показаться взрослее, привлекательнее или произвести впечатление. Так что этот фактор нельзя оставлять без внимания.

- одного пола с респондентом
- противоположного пола респонденту
- присутствующие обоих полов

4. Стаж курения присутствующих. Он перекликается с ролью присутствующих в процессе первого курения. Если присутствующие курили до момента первой пробы испытуемого, они могут выступать как в роли соучастника, если не оказывают прямого давления на респондента, так и в роли инициатора предлагая попробовать. Тогда когда ранее не курящие присутствующие могут выступать во всех трех ролях – инициатор, соучастник, свидетель.

- ранее не курящие
- курящие

5. Количество присутствующих. По количеству присутствующих можно судить об интимности процесса курения. Был ли, сам процесс значим для респондента или, возможно, он был средством вступления в компанию, налаживания отношения.

- один
- два и более

II. Ситуация при первом курении.

В данный блок пусковых механизмов вошли те элементы, которые описывают более подробно саму ситуацию при котором произошло первое курение.

1. Место первого курения.

Имеет значение, так как по месту курения можно судить об обдуманности первичной пробы, так как зачастую в шумных компаниях люди пробуют курить не обдуманно, под влиянием чужого мнения, когда в уединении человек не начнет курить спонтанно, за таким курением кроется абсолютно другая мотивация.

- уединенное место

- шумная компания

2. Мотив. Является психологическим фактором. И сам по себе очень важен для более полного анализа пусковых механизмов.

- интерес
- скука
- стресс

3. Прочее. Под прочим, указаны те элементы, которые не были включены в выделенные категории, но были указаны респондентами в сочинениях.

- алкоголь
- сомнения

Для выявления различий между пусковыми механизмами, перечисленными выше, у постоянно курящих студентов (группа А) и студентов курящих не регулярно или бросивших курить (группа В). Были проведены следующие расчеты:

Расчеты:

$$d(f) = 17 - 1 = 16$$

$$\chi^2 = 125.42$$

в таблице критических значений χ^2

Степень свободы	0,05	0,01
17	27,587	33,409

Таким образом, получены статистически достоверные различия между пусковыми механизмами у респондентов групп А и В при уровне значимости 0,01.

Литература

3. Алексеев П.В., Панин А.В. Философия: Учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2003. - 608 с.
4. Гоголева, А. В. Аддиктивное поведение и его профилактика. — М.: Московский психолого-социальный институт, 2003. - 111с.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ОТКЛОНЕНИЯ КАК ПРИЗНАК СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЗАДАПТАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ

Н. В. Шевелева

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: И.В. Рудин, д.мед.н., проф.

Напряженная социально-экономическая, экологическая и идеологическая обстановка, сложившаяся в настоящее время в нашем обще-

стве, обуславливает рост различных отклонений в личностном развитии и поведении подрастающего поколения. Определенные возрастные особенности детей нередко оказываются причинами их трудно-воспитуемости и дисгармоничного развития. Агрессия проявляется как в реальной жизни, так и во всех возможных сферах жизнедеятельности. Более трети учителей в Великобритании стали жертвами нападений посредством социальных сетей и других интернет-услуг. Около 35 % учителей заявили, что они были подвергнуты онлайн-нападкам — из них порядка 60 % составляют женщины. Из доклада плимутского университета следует, что большую часть таких нападений провели учащиеся (72 %), а также 26% родители. В российских школах учителя реально обеспокоены своим бесправным положением, при котором явной стала угроза жизни и здоровью. Агрессивные нападения на учителей со стороны учащихся зафиксированы почти во всех городах России, в том числе и в Томске (школа № 41 г. Томска).

Каждому педагогу в своей практике почти ежедневно приходится сталкиваться с разными видами отклонений в поведении и нарушении дисциплины в школе и на уроке в частности. Как правило, в школе распространено девиантное поведение, которое не связано с нарушением закона, а включает в себя все нарушения поведения учащихся. Данный вид поведения регулируется санкциями, т.е. реакцией окружающих на те или иные поступки. Санкции бывают позитивными и негативными, формальными и неформальными. Например, к числу формальных позитивных санкций относят объявление благодарности, награждение грамотами и подарками и т.п., формальных негативных - выговоры, штрафы. К неформальным позитивным санкциям относят улыбку, похвалу, одобрение, а к негативным - неодобрение, приглашение родителей в школу и другие.

Так же часто встречается и делинквентное поведение, которое напрямую связано с нарушением законов, принятых в обществе и наказывается согласно соответствующей статье уголовно-процессуального кодекса (постановка на учет в детской комнате милиции, обучение в специализированных школах для правонарушителей, изоляция от общества на определенный срок при достижении совершеннолетия и т.д.). Например, к случаям делинквентного отклонения поведения относят убийство, кражу, нанесение тяжких телесных повреждений и т.д.

Такие отклонения в поведении можно назвать дезадаптацией. Одной из причин усугубления школьной дезадаптации детей является недостаточное знакомство учителей массовых школ и школьных психологов с проблемами патологии детской психики. В педагогических вузах учителям-предметникам не дается даже начальных сведений по

медицине, детской психиатрии и патопсихологии. Иначе, многие проблемы можно было бы решить на начальной стадий отклонений или избежать их вообще.

Все виды поведенческих отклонений делятся на две группы:

1. Патологические формы, вызванные поражением ЦНС, отклонениями в психике и т.д.. В массовой общеобразовательной школе это, обычно, незначительная патология.

2. Непатологические формы отклонений в поведении, возникающие по различным причинам: недостаточное усвоение норм и правил школьного коллектива; реакция самоутверждения и протеста; неправильное педагогическое воздействие на ученика; возрастные трудности; негативное влияние коллектива сверстников и другие.

Правильное определение причины отклонения в поведении помогает учителю выбрать нужные формы и методы педагогического воздействия на ребенка, чтобы при возможности устранить проблему или помочь ребенку преодолеть ее. Ребенок, поступающий в первый класс массовой школы с определенной недостаточностью психического развития, в последующие годы обнаруживает замедление темпа этого развития. От года к году нарастает разрыв в отставании от уровня умственных возможностей его хорошо успевающих сверстников. Между нарастающей слабостью умственных возможностей ребенка и обычной школьной программой возникает определенный дисбаланс: слабые умственные возможности ребенка не способствуют овладению учебным материалом в полном объеме, а в свою очередь общеобразовательная программа не служит такому ребенку базисом для эффективного умственного развития.

Поэтому представляются несбыточными надежды некоторых педагогов и психологов, что такой ребенок "доразовьется" и в будущем сможет догнать сверстников. Для коррекции необходима серьезная содружественная медико- психолого-педагогическая работа.

Многолетнее изучение и патопсихологический анализ разных групп аномальных детей в массовой школе, а также наблюдение за их взаимоотношениями с окружающими позволяют раскрыть причины и строение такого явления, как школьный конфликт. Эта проблема часто возникает у детей с трудностями обучения, но воспринимается окружающими поверхностно: учитель "придирается" к ребенку, или ребенок "просто хулиган". В некоторых классах отношения между учителем и учеником строятся на формальной, но бесконфликтной основе: педагоги игнорируют слабо успевающих учеников, отсадив их на задние парты, добиваются соблюдения тишины ("чтоб не мешали

другим детям учиться") и оставляют их за рамками учебного процесса, выставляя формально положительные оценки. [1]

И, напротив, чем активнее и благожелательнее к ребенку педагог, тем более интенсивно он пытается привлечь неуспевающего ученика к участию в уроке. При этом он сталкивается с патологией психики ребенка, которую не может правильно квалифицировать и воспринимает как злонамеренность, неуважительность и т.п.

Как показывает педагогическая практика, основная часть проблем с поведением учащихся возникает в подростковый период, для которого характерны такие реакции, как реакция самоутверждения; стремление к проявлению индивидуальных качеств, не всегда одобряемых окружающими; эмоциональная нестабильность подростка из-за повышенного гормонального фона и другие. В подростковом возрасте могут возникать многие психические заболевания. Некоторые из них впервые появляются именно в этом возрасте, так как происходит психологическая и гормональная перестройка организма, и многие скрытые заболевания обостряются. Некоторые врожденные заболевания существуют уже с раннего детства, а в подростковом возрасте их проявления становятся более явными.

Подростковому возрасту свойственны специфические особенности реагирования на различные внешние воздействия и нарушения поведения, которые могут быть и проявлением имеющегося психического заболевания, но бывают и у подростков, не страдающих тяжелыми психическими болезнями. Чаще всего такие нарушения свойственны подросткам с акцентуацией характера. Это когда в характере доминируют те или иные черты.

Проблема нарушений поведения в подростковом возрасте стала наиболее актуальной в последние десятилетия и во многом связана с таким феноменом, как акселерация, ускорение физического развития и полового созревания. Хотя большинство современных подростков уже в 13—15 лет по своему внешнему виду и сексуальному развитию соответствуют 18—19-летним юношам и девушкам, в своем поведении и эмоциональных проявлениях многие остаются на уровне своего психического развития. [3]

Характерной реакцией подросткового периода признано проявление агрессивных форм поведения. Под агрессией понимают вредоносное поведение. Агрессия (и агрессоры) чаще всего оцениваются окружающими негативно, однако есть случаи и позитивной оценки, например, так называемая “спортивная злость”, помогающая победить в соревнованиях, редкие случаи агрессии, направленной на реализацию позитивных целей. В подростковом возрасте агрессивные формы поведения чаще всего определяют как “драчливость”, “задиристость”, “ершистость”, “враждебность”, “озлобленность”, “жестокость”. [4]

Существует несколько видов агрессии:

Физическая агрессия (нападение) - использование физической силы против другого лица.

Косвенная агрессия - агрессия, которая окольными путями направлена на другое лицо (сплетни, злобные шутки), а также агрессия, которая ни на кого не направлена (крик, битье кулаками по столу, топание ногами)

Раздражение - готовность к проявлению вспыльчивости, резкости, грубости при малейшем возбуждении.

Негативизм - оппозиционная мера поведения, обычно направлена против начальства; это поведение может нарастать от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся законов и обычаев.

Обида - зависть и ненависть к окружающим, обусловленные чувством горечи, гнева на весь мир за действительные или мнимые страдания.

Подозрительность - недоверие и осторожность по отношению к людям, основанные на убеждении, что окружающие намерены причинить вред.

Вербальная агрессия - выражение негативных чувств как через форму (ссоры, крик, визг), так и через содержание (угрозы, ругань, проклятья).

Угрызания совести, чувство вины - отражает сдерживающее влияние чувства вины на проявление форм поведения, которые не одобряются нормами общества. Данная форма агрессии может перейти в аутоагрессию (агрессию непризнания себя, вплоть до суицидального поведения, т.е. попытки самоубийства).

Существует психолого-педагогическая профилактика отклоняющегося поведения детей и подростков. В неё обязательно должны быть включены следующие направления деятельности:

- 1) формирование позитивной самооценки воспитанника и положительного отношения к другим членам детского коллектива;
- 2) выполнение норм педагогического такта по отношению к учащимся;
- 3) помощь в адаптационном процессе, разъяснение норм и правил школы;
- 4) разумная организация свободного и досугового времени (кружки, секции, привитие позитивных интересов, хобби и увлечений);
- 5) пропаганда здорового образа жизни, меры профилактики и борьбы с вредными и пагубными привычками;

- б) работа по сплочению и самоуправлению детского коллектива (коллективно-творческие дела, совместная деятельность).
[2]

При правильной практической реализации перечисленные направления деятельности может оказать позитивное влияние на поведение учащихся, помогая предотвратить различного рода отклонения в поведении у школьников.

Литература

1. Вайзман Н.П. Реабилитационная педагогика.-М.:Аграф,1996.-
2. Захаров А.И. Как предупредить отклонения в поведении ребенка.-М.,1993
3. Семенюк Л.М. Психологические особенности агрессивного поведения подростков и условия его коррекции.-М.-Воронеж,1996
4. Еникеева Д.Д. Пограничные состояния у детей и подростков: основы психиатрических знаний.-М.,1998.-304с.

ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ И КОГНИТИВНОГО РАЗВИТИЯ УЧАЩИХСЯ

СПОРТИВНЫЕ ТРАДИЦИИ В МОНГОЛИИ

Алтанзая Чинзориг (Монголия)

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В. Ахметова, к.психол.н., доц.

Монголия, как и многие другие страны, переживает в настоящее время изменения в социально-культурных и экономических сферах. Вместе с этим, монгольский народ остается верным своим национальным, исконно коренным традициям, которые, по сути своей, являются хранителями физического и духовного здоровья. Издревле в бескрайних монгольских степях проявились уникальные способности монголов к владению луком и стрелой, управлению конём, в ловкости единоборства. Сегодня эти умения – почтительно сохраняемые спортивные традиции.

Монгольская борьба - популярнейший вид спорта в Монголии. Борются все, от седых стариков до трёхлетних детей: 512 или 1024 борцов встречаются в девяти или десяти раундах на выбывание (*даваа*). Монгольская народная борьба не ограничивает время раундов, и раунд длится до тех пор, пока один из соперников не коснётся рукой земли. За многовековую историю монгольская борьба практически не изменилась. Борцы разделяются на левый и правый фланги, во главе которых стоят наиболее титулованные борцы. Каждый борец имеет своего **засуула** (секундант), которые защищают интересы своего подопечного перед судьями, следят за схватками, подбадривают борца, держат его шапку во время борьбы, а в случае победы поднимают вверх его правую руку (рис.1).



Рисунок 1. Справа секундант /Засуула/

Для участия в борьбе надо иметь специальную форму. Это – трусы (шуудаг); жилетка, которая имеет длинные рукава, закрывает спину, но оставляет открытой грудь(зодог); головной убор со сплошным или поделенным на четыре части околышем из черного бархата и высокой конусообразной макушкой, завершающейся "узлом счастья" (улзий); национальные сапоги (гутал).

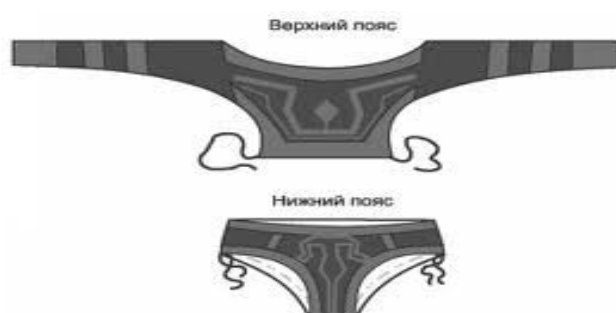


Рисунок 2. трусы /шуудаг/, открытой грудь /зодог/, национальные сапоги /гутал/.

В народе ходит предание, что в стародавние времена жилетка была обычная, то есть как полагается с закрытой грудью. В древние времена собирались со всей степи богатыри померяться силой и умением в борьбе. Слава о победителях разносилась в мгновение ока по всем

стойбищам, о героях-борцах слагались песни, рассказы о их подвигах передавали из поколения в поколение. Однажды появился в степи непобедимый борец. В борьбе ему не было равных. Побеждал он всякого, кто делал ему вызов. Так были повержены все сильнейшие. Как там дело было, уж не помнит никто, но выяснилось, что богатырь этот, вовсе и не богатырь, а женщина! Борьба - это чисто мужское дело. А тут такой позор! Тут умудрённый жизнью старик говорит: "А надо, други, вот что сделать. Бороться теперь будем в трусах, да в жилетке с открытой грудью, чтоб ни одна женщина в мужские дела не совалась". С тех времён уж много воды утекло. Всё изменилось, переменилось. Женщины сейчас не таясь выходят на ковёр, татами и ринг, но вот монгольская борьба так пока и остаётся чисто мужским делом.

В монгольской борьбе используется свыше 400 приемов (рис.3). Существует множество неписаных правил борьбы: разрешаются подножки, но запрещаются подсечки.



Рисунок 3.

В начале борьбы Исполнин/Аварга/

Борьба

Победа - "начин"(сокол),

На поле, где проходит состязание борцов, устанавливаются три шатра, два для борцов, где они отдыхают и один для судей, наблюдающих за ходом состязаний. После первого тура, судьи разбивают победителей на пары и все повторяется. Напряжение зрителей накаляется к 5 туру, когда победителям присуждаются почетные звания. За пять побед в схватках присваивается титул - "начин"(сокол), за семь побед - "заан" (слон), за победу в девяти турах - если ты имел титул "слон" то присваивают звание "арслан" (лев). Победившему в состязании

ниях по борьбе во время Наадам более двух раз присуждается высшее и самое почетное звание "аврага" (исполин).

Как правило, в состязаниях, которые проходят два дня, принимают участие 512 борцов и к девятому туру остается одна пара. Титулованные борцы в Монголии издревле пользуются большим почетом и любовью в народе. Борьба – это настоящий народный вид спорта – каждый второй монгол является поклонником этого вида спорта.

Лук и стрелы – это не только древнее оружие монголов, но и свидетельство ловкости, зоркости, силы монгола. Стрельба из лука – это другой традиционный вид монгольских спортивных игр. Кочевые племена, жившие в Югу от Байкала впервые изобрели лук и стрелы, впоследствии ставшие орудием охоты, потом войн, а **теперь** одним из видов спортивных состязаний. Сегодня стрельба из лука является древнейшим почитаемым видом спорта.

Соревнования проводятся в двух возрастных группах: с 8 до 17 лет – дети, с 18 лет – взрослые. Но бывает, что встречаются так называемые «спортивные вундеркинды» (рис.4).



Рисунок 4. Ему 4 года

Следует заметить, что в Монголии участие маленьких детей в этом виде спорта является укоренившейся традицией. Навыки мастерства лучного вида спорта бережно передаются в Монголии от отца к сыну. Надо сказать, что эта традиция является своеобразным ритуалом мужественности, истинно мужская инициация. К примеру, автор этой статьи *сыном Чинзориг Алтанзаяа* уже с 8 лет вместе со своим

отцом стал успешно участвовать в соревнованиях по лучному виду спорт, а в 13 лет стал победителем Всемонгольских соревнований в Улан-Баторе среди подростков в 2003 году (Рис.5).



Рисунок 5. Отец Мунгун-Аюуш Чинзориг со своим сыном Чинзориг Алтанзая

Правила стрельбы устанавливаются для детей в зависимости от возраста и пола. Например, для девочек 10 лет - расстояние 30 м, для мальчиков - 40 м, с увеличением возраста, расстояние увеличивается на 3-4 метра. Женщины поражают мишени на расстоянии 65 м, а мужчины - 75 м.

Стрелы делают из оленьих рогов, бамбука и особым образом выдержанные местные породы дерева-ивы, березы. Конец стрелы украшен перьями. Тетиву изготавливают из крученого шелка. Наконечник такой стрелы представляет собой тупой набалдашник, полый внутри, заполняемый землей или песком для придания стреле равновесия во время полета. Мишенями служат небольшие кожаные цилиндры, набитые шерстью. Возле мишеней постоянно сидят дежурные, следящие за попаданием в цель.

Стрелок, поразивший наибольшее число мишеней, получают звание "меткий". Всем, кто получил это звание, поют магтаал - восхваление, а президент вручает подарки.

Существует любопытный факт о выдающихся стрелках прошлого. В соревновании (наадаме), проводившемся приблизительно в 1219-1225 гг., стрелок по имени Есухий мэргэн поразил цель на расстоянии в 385 сажень (502.5 метра)! Об этом рекорде свидетельствует каменная стела, найденная в 1918 году

Конные скачки - это ещё один вид традиционного спорта, который пользуются большой популярностью у монголов. Скачки - это традиционный, почитаемый праздник монголов, где испытываются выносливость и ловкость. Так формируется терпеливый, стойкий характер монгола, а конь становится надежным другом степняка.

Скакунов для спортивного праздника готовят заранее, тренируя по правилам, известным кочевникам-скотоводам сотни лет. Их содержат на особых пастбищах со специальным травостоем, регулируют количество выпиваемой ими воды, регулярно тренируют.

Протяженность дистанций зависит от возраста коней. Существуют строгие правила проведения скачек. Устраивают несколько заездов. В первом из них участвуют лошади-двухлетки (даага) - (15км), во втором - трехлетки (шудлэн) - (20км), в третьем - четырехлетки (хязаалан) - (25км), в четвертом - пятилетки (соёолон) - (28км), в пятом - все остальные возрастные категории (их нас), начиная с шестилеток - (30км). В шестом заезде бегут только жеребцы (азарга) - (28км), в седьмом - только иноходцы (жороо). Таким образом, всего семь заездов.



Рисунок 6. Жеребец /Азарга/

Монгольские конные скачки уникальные, практически не имеют аналогов в мире. В монгольских скачках принимают участие не только взрослые, но и дети. Это девочки и мальчики в возрасте от 4 до 12 лет. Считается, что присутствие на финише заездов двухлеток (даага) приносит удачу и благополучие. У детей-наездников особый костюм и экипировка рубашка и штаны яркой расцветки, жилетка, остроконечный колпак, в руке кнут с короткой ременной плетью. Грива коня с помощью особой заколки соединяется в один пучок, то же самое делают и с хвостом лошади.

Перед соревнованиями юные всадники пронзительно поют Гийн-гоо" - гимн своему коню. В нем воспеваются достоинства скакунов,

способных "промчаться ветром, преодолеть все преграды на пути, прийти к финишу первым". Кажется, что кони каждой своей клеткой ощущают заряд доброй энергии, исходящей от их преданных юных друзей, настраиваются к предстоящей скачке. Во время Гийнгоо" происходит тесный контакт между конем и всадником, они сливаются как единый организм (рис.7).



Рисунок 7. Дети" Поют Гийнгоо" – гимн.

Коня-победителя чествуют с высокими почестями. Пять самых быстрых лошадей с каждого заезда получают коллективное звание "пять кумысных". Их проводят по кругу почета, поют восхваления и освещают кумысом. Чествование победителей скачек - ритуал древний, содержательный. Награждаются коневоды (уяач) и всадники первой пятерки скакунов из каждой возрастной группы. Наездники из рук президента получают призы, а лошадям дают громкие звания.

В заключении необходимо подчеркнуть, что монгольские спортивные праздники – это грандиозное зрелище. К ним готовятся все: дети, взрослые, семьи, самони ,аймаки. Для монголов участие в традиционных спортивных праздниках является высокой честью, а победа есть гордость личная, семейная, национальная.

Литература

1. Наадам фестиваль. [Электронный ресурс] Режим доступа http://www.legendtour.ru/rus/mongolia/informations/naadam_festival.shtml
2. Воронова М. Лук и стрелы – древнее оружие монголов, [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.arbalest.ru/index.php?show_aux_page=70
3. Национальный спортивный сайт Битори Молиго бүргэдийн удам [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://garid.hiimori.mn/buh/index/view/id/3433>

4. Бохийн фото зургийн нэгдсэн сайт [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://bukh.mn/index.php?huudas=6&aid=1>

ЖИВОПИСЬ КАК ВИРТУАЛЬНЫЙ ЧУВСТВЕННЫЙ МИР

Сайнхишиг Ариунаа (Монголия)

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В.Ахметова, к.психол.н., доц.

*«Любите живопись, поэты!
Лишь ей, единственной, дано
Души изменчивой приметы
Переносить на полотно».*
(Николай Заболоцкий)

Искусство – это служение и радость. Служение художника, создающего чувственный образ для того, чтобы вовлечь и нас в свой внутренний мир, в ту часть микрокосмоса где он создал для нас новый способ ощущения жизни. Искусство – это творческое отражение действительности, воспроизведение ее в художественных образах, которое воспринимается человеком всеми органами чувств.

Живопись (от рус. живо и писать) – это один из древнейших видов изобразительного искусства, художественные произведения, которые связаны с передачей зрительных образов посредством нанесения красок на какую-либо основу; созданием изображения с помощью цифровых технологий. Живопись отражает и оценивает духовное содержание эпохи, ее социальное развитие, мощно воздействуя на чувства и мысли людей, заставляя их переживать действительность.

Основное выразительное средство живописи – цвет. Своей экспрессией, способностью вызывать различные чувственные ассоциации усиливает эмоциональность изображения, обуславливает широкие изобразительные и декоративные возможности живописи. В произведениях живописи он образует цельную систему (колорит).

Другое выразительное средство живописи – рисунок. Линия вместе с цветом организуют изображение, отграничивают друг от друга объемы, позволяют воспроизводить очертания предметов, выявлять их мельчайшие элементы.

Живопись - это многогранное искусство, видами которого являются: миниатюра, диорама, панорама, иконопись и пр. У каждого вида искусства есть свои определенные стили, которые отличаются своей самобытностью. У разных живописцев разные стили. Стилиевые особенности живописцев проявлены в их художественном творчестве. Многообразие стилиевых особенностей живописцев образовало в настоящее время ряд направлений, среди которых основные:

1. Абстракционизм. Этот стиль немного напоминает фэнтэзи. Разные запутанные фигуры и неизвестные существа показаны на произведениях в этом стиле. Такие авторы как: В.Кандинский, Абель Соммуза Мартинз и Девва Андхира и др. пишут в этом стиле.

2. Импрессионизм. В этом стиле художники в основном изображают цветы, деревья, море и т.д. Это похоже на живой мир, но только на полотне. «Подсолнухи», «Маки», «Омут» - так художники этого стиля называют свои картины.

3. Кубизм. Один из стилей живописи сделан на основе мозаики. Чаще художники называют свои произведения так: «Кубизм без названия», «Кот», «Игрок на скрипке», «Игрок на гитаре».

4. Поп-арт. Художники данного стиля Р. Эриксен, Н. Тюрнер и др. Чаще всего они изображают девушек.

5. Сюрреализм. Переводится как сон и реальность. Сюрреализм укоренился в символизме и вначале формировался под влиянием работ таких художников как Гюстав Моро и Одилон Редон. Обычно в произведениях изображается неведомый мир, в котором есть люди. П. Балод – один из современных авторов такого стиля.

6. Фэнтэзи. Примерами этого стиля являются работы широко известных художников Виктора Васнецова, Ивана Билибина, Михаила Врубеля. Д. Эрл. Браузер – также немало известные современные художники, рисующие в фантастическом стиле.

7. Экспрессионизм. В переводе с латинского *expressio* означает выражение. Экспрессионизм может представляться во многих художественных формах, включая литературу, театр, музыку, живопись и архитектуру. Известные авторы такого стиля – К. Бойорк, Зен, Д. Э. Фугеро.

Рисунок в истории развития человечества – это древнейший универсальный способ чувственного и интеллектуального общения. Воплощенные в рисунках символы, знаки, орнаменты призваны были защищать от нечистой силы, радовать, вдохновлять на победу, пугать врагов, иными словами, формировать жизненный фон человека.

Со временем стали создаваться правдивые, выразительные, динамичные изображения отдельных животных, а затем и охотничьих сцен, которые вызывали у людей поток сильных чувств.

Стремясь к тончайшему воспроизведению красочности мира, многие художники совершенствовали систему живописи. Все это, вызывало тесную и одновременно сильную чувственную обратную связь у людей. Следует подчеркнуть, что чувство, которое у нас возникает при взгляде на картину – это как плод, как дитя, рожденное от слияния двух потоков – мастера и зрителя: всегда что-то новое, неповторимое, возникшее мгновенно. Человек часто не может полностью

осознать своё чувство: столь неожиданно и всецело поглощает оно его, уводит в другой, виртуальный мир событий и отношений.

Удивительное чувство появляется, если всматриваться в картину «Подсолнечник»



Рисунок 1.

Винсент ван Гог. «Подсолнечник»

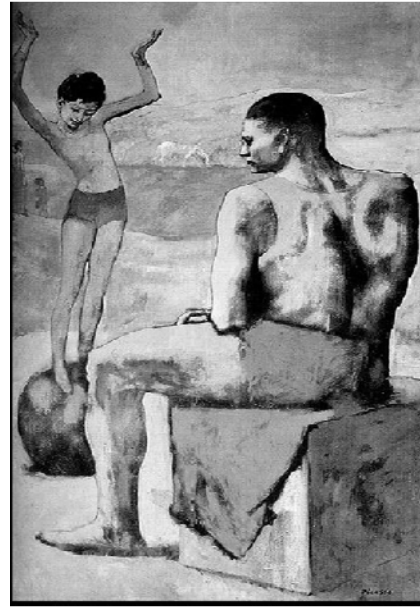


Рисунок 2.

Пабло Пикассо «Девочка на шаре»

Винсент ван Гога (рис.1). Подсолнухи в вазе, нарисованные на холсте, воспринимаются как живые и ваза как настоящая – объемная. Какое чудо!

Действительно, живопись даёт нам реальные чувства. Живопись показывает нам душу художника. С помощью живописи он хочет передать свои чувства и идеи. К примеру, картина Пабло Пикассо «Девочка на шаре» (рис.2). Картина построена на сопоставлении контрастов. Девочка грациозно покачивается, удерживая равновесие, атлет сидит застывший, словно монолит. Он практически слился в одно целое со своим постаментом, олицетворяя неподвижность и постоянство. А она – как гибкая лоза, нежная, изящная, вызывающая восхищение.

Необходимо заметить, что чувство не нуждается в специальном языковом переводе: оно либо есть, либо нет и сам факт его объясняет понимание. Шедевры мастеров разных времен и народов объединяет чувство восхищения, а безразличие – есть приговор бездарности.

Так, с почтением хранятся в Монголии шедевры великого монгольского художника Занбазара. Родился Занбазар в древней знатной семье халхасского Тушет хана Гомбодоржа 25-го числа, девятого ме-

сяца, в году деревянной свиньи (1635 г.), в местности Есон зуйл (в настоящее время Зуйл сомона Убурхангайского аймака) от "совершеннейшей из княгинь" Ханджамц.

В 13-летнем возрасте Занабазар основал монастырь Западные ху-рээ прежний центр Шанх сомона Убурхангайского аймака..



**Рисунок 3. Занабазар
«Всевидающая Белая
Тара».**



**Рисунок 4. Балдуугийн Шарав
«Один день Монголии».**

Занабазару удалось то, что не удавалось многим буддистским художникам. Он смог не просто соблюсти канон, а вдохнуть в свои творения жизнь, преодолеть окаменевшую условность канона и создал монгольскую школу буддийского искусства.

Шедевром его работ являются Белая и Зелёная Тара. Всевидающая Белая Тара (рис.3) – ей всегда 16 лет. Она воплощает мудрость и чувство сострадания. Она дарует долгую жизнь, спасает от круговорота перерождений, избавляет от многих болезней

Другой выдающийся художник – Балдуугийн Шарав (1866-1939), считается основоположником современного монгольского изобразительного искусства. В детстве мальчик служил в буддийском монастыре, где стал учеником иконописца. Там проявились его замечательные способности к живописи. К концу XIX века он основал в монастыре собственную художественную мастерскую.

Основными шедеврами этого художника стали масштабные панно, посвящённые повседневной жизни кочевников, известные под названиями «Один день Монголии» и «Праздник кумыса».

Как рождается живое письмо? По-разному. Некоторые люди представляют как они гуляют на розе, а не которые мечтают, что они находятся на безграничной земле и свободные и т.д. И так многие.

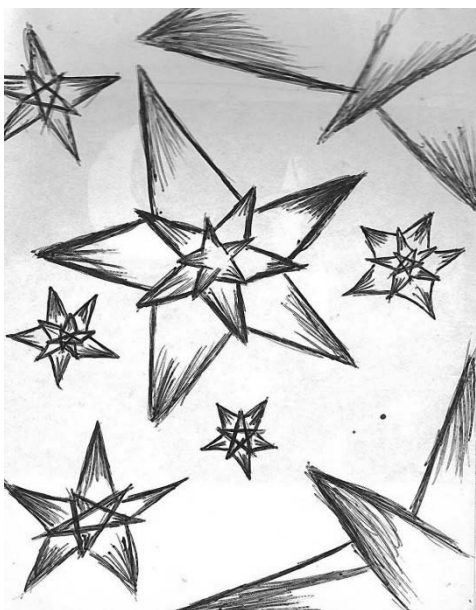


Рисунок 5. Сайнхишиг Ариунаа
«Звезда-кристалл»



Рисунок 6. Сайнхишиг Ариунаа
«Вечность»

А я иногда люблю воображать, что звезда, например, кристалл и я в нем, и кристалл светится золотисто (рис.5).

Или роза (рис 6). Эта роза была на нашем окне. Я заметила как она вянет. Она была печальной и ухудшалась на окне. У меня нет сил ее спасти. Но она всегда живет в моей картине. Среди других обычных роз она была единственной, которая общалась со мной...

Душа хотя как камень, но становится мягкой в любви (рис.7). И тогда...

*Надежду свою ты не теряй,
Птицею в небо красиво ты взлети
Ведь сможешь враз все потерять и не вернуть.
Смело доверься ты своей судьбе.
Шанс есть всегда, исполнится мечте.
Шаг за шагом выстраивай дорогу своих грез
На пути много преград, но не нужно слёз.*



**Рисунок 7. Сайнхишиг Ариунаа
«Любовь»**



**Рисунок 8. Сайнхишиг Ариунаа
«На желание»**

Рисунки рождаются желанием и страстью. Живопись – это жизнь, это виртуальный мир реальных чувств. Живопись – это жизнь в жизни.

Литература

1. Цвет-чувство; форма-чувство. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.genon.ru/GetAnswer.aspx?qid=db89a1d4-7cd3-4e65-b79f-849e3c50b77d>
2. Чувственный мир [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://vaganov-igor.ru/?p=628>

РАЗВИТИЕ ЦЕННОСТНО-ПОТРЕБНОСТНОЙ СФЕРЫ ЛИЧНОСТИ – АСПЕКТ ВОИНСКОГО ВОСПИТАНИЯ

Алтанцэцэг Далхаа, Л.В.Ахметова*

Университета Внутренних Дел Монголии, г.Улан-Батор*
Томский государственный педагогический университет

Важным условием успешности профессиональной подготовки в современной высшей школе является формирование у студентов системы ценностей, способной направить личность на реализацию своих внутренних потенциальных ресурсов. В условиях сложившейся социально-экономической ситуации эта проблема становится

актуальной не только для студентов гражданской, но и военной подготовки.

Концепция гуманизации современного образования как раз и пытается по-новому рассмотреть, прежде всего, цель образования, определяя ее как самоактуализацию и реализацию творческого потенциала каждой личности. Такой подход к обучению ставит своей главной задачей не формирование какого-то абстрактного специалиста с заданным набором профессионально важных качеств, а обеспечение обучающемуся человеку возможностей самостоятельного личностного роста.

Такая тенденция наметилась и в высшей школе – УВД Монголии. Главной целью образования становится не только приобретение профессиональных компетенций, но и познание взаимоотношений личности с окружающей ее средой и, прежде всего, социально-экономических и социально-психологических.

Если в университетах внимание студентов концентрируется преимущественно на познании своей собственной личности, и только потом личности других людей, то в системе воинского воспитания педагогических акценты смещены на формирование заинтересованного отношения к воинской службе, обеспечении его готовности к достойному выполнению военного долга; духовному и физическому развитию, охране здоровья, профессиональной подготовке и переподготовке, объем, виды и уровни которых должны обеспечивать полноценное развитие в условиях воинской деятельности.

Социальные перемены, происходящие в обществе, неизбежно ведут к международной интеграции и, как следствие, утверждению в общественном сознании людей новой системы ценностей.

Однако входящие в жизнь молодые люди, далеко не в полной мере готовы к вхождению в систему новых отношений и ценностей.

В этой ситуации особое значение приобретает проблема формирования и развития системы ценностей, имеющей действительно гуманистическую направленность, которая особенно необходима для успешной реализации молодых людей, включенных в необратимый процесс международной системы образования.

Вместе с этим, необходимо понимать, что существуют национальные различия в структуре ценностно-потребностной сферы личности студентов, которые связаны как с обучающими и воспитательными принципами, используемыми в различных образовательных сферах высшей школы, так и с их ценностными установками. Вместе с этим, существуют различия, обусловленные профессиональными приоритетами.

При таком понимании вопроса мы можем условно разделить ценностные зоны ценностно-потребностной сферы личности на группы: ценности военно-профессиональной направленности и общепрофессиональной направленности; общие человеческие ценности и ценности социально-культурной принадлежности.

К группе ценностей военно-профессиональной направленности относят патриотизм, воинский долг, воинская честь, воинская дисциплина, героизм [1,2]. К другой группе – гражданственность, гуманизм, общественный долг, самоотверженность, трудолюбие, интеллект, свобода совести, забота о воспитании детей, художественно-эстетические ценности и другие [3,4].

Общие человеческие ценности и ценности социально-культурной принадлежности у разных исследователей представлены довольно широким диапазоном, что обусловлено либо концептуальной позицией автора, либо особенностями социально-культурной принадлежности изученного контингента и пр.

Интересные данные о соотношении приоритетов в ценностных ориентациях приводятся в работе Коновальчука В.Е. при исследовании курсантов специальности «Организация МПО войск» [5]. При ответе на вопрос «*Что для Вас значит служба в армии (учеба в ВВВА-ИУ)?*», курсанты первого курса ответили:

Возможность испытать себя	65,7 %
Возможность увидеть мир	49,2 %
Возможность физического самосовершенствования	51,2 %
Специальные льготы и преимущества	68,6 %
Воинская честь и достоинство	26,1 %
Уважение со стороны окружающих	22,2 %
Получение специальности и образования	18,9 %
Причастность к защите Отечества	24,7 %
Войсковое товарищество	26,3 %
Верность воинской присяге	12,0 %
Воинский долг	20,7 %
Патриотизм	27,2 %
Воинская дисциплина	29,2 %
Воинские традиции	30,4 %

Как видим, выбранный профиль обучения и траектория самоактуализации личности детерминированы потребностями отнюдь не воинско-патриотического характера. Хотя, безусловно, результаты этих ответов зависят от формы сформулированных вопросов и лишь частично (косвенно) раскрывают содержание ценностно-потребностной сферы личности.

В связи с этим, основным выводом, который можно сделать на основе анализа литературы по этому вопросу, является положение о том, что самоактуализацию нельзя считать ценностью или потребностью, она пронизывает все уровни потребностной иерархии и присутствует на всех этапах личностного развития [6]. Самоактуализация – это скорее общий принцип и в то же время процесс реализации потенциальных возможностей, заложенных в каждой личности.

Самоактуализируется любая психически здоровая личность, но уровень самоактуализации определяется границей ее актуальных побуждений (потребностей, желаний). Любая сложная ценность является набором простых желаний. Ценности являются своеобразными детерминантами индивидуального и коллективного выбора, определяют перспективу развития личности [6].

При исследовании структуры ценностно-потребностной сферы личности российских и монгольских студентов, и особенностей их самореализации были получены интересные результаты, которые, по сути, согласуются с приведенными данными для курсантов специальности «Организация МПО войск». Для обеих групп приоритетными в структуре ценностно-потребностной сферы личности являются ценности гедонистической и социально-личностной направленности.

Вместе с этим, интерпретация ценностей с точки зрения легкости самореализации у монгольских и российских учащихся существенно различаются. В представлениях российских студентов наиболее доступной является социально-духовная траектория самореализации, в то время как монгольские учащиеся наиболее легкой и доступной траекторией самореализации видят гедонистическую линию.

Вероятно, такая направленность возникла как мировоззрение, отчасти, сформировавшееся под влиянием религиозной идеологии, отстаивающей приоритет потребностей индивида перед социальными установками как условностями, ограничивающими его свободу, подавляющими его самобытность. Однако, это всего лишь одно из предположений, которое требует дальнейшего исследования и научного обоснования.

Подводя итог, необходимо отметить, что содержание и направление в развитии ценностно-потребностной сферы личности – есть результат влияния различных факторов: базовых, глубинных, имеющих архетипическую родовую природу и определяющих устойчивые ценностно-потребностные характеристики, реализуемых личностью в процессе жизнедеятельности; ситуативно-мобильных, формируемых прижизненно под влиянием обстоятельств различной

природы. Во втором случае воспитание приобретает ключевую и решающую роль.

Литература

1. Маркова А.К., Мотивация воинской деятельности: содержание и проблемы. - М.: Воениздат, 1994 - 374 с.
2. Тихомиров О.К. Профессиональное становление личности. - Ярославль, 1989. - С.68-95.
3. Магун В. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами [Электронный ресурс] / В. Магун, М. Руднев. Режим доступа: www.polit.ru
4. Петрий П.В. Духовные ценности. - М.: Военный ун-т, 1998. - 49 с.
5. Коновальчук В.Е. Особенности мотивационной сферы военнослужащих [Электронный ресурс] Режим доступа: Сайт: <http://www.rae.ru/forum2012>
6. Морогин В.Г. Ценностно-потребностная сфера личности Изд-во ТГПУ, 2003. 357 с.

ОСОБЕННОСТИ РИСУНКОВ ЛЕВОРУКИХ И ПРАВОРУКИХ ДЕТЕЙ

Е. А. Аникина, О. А. Белобрыкина

Новосибирский государственный педагогический университет

Проблема диагностических возможностей детского изобразительного творчества в генезисе психологического знания не теряет своей актуальности и дискуссионности. Это обусловлено тем, что рисунок является одним из древнейших способов самовыражения человека, позволяющим получить информацию о его индивидуальных особенностях [1]. В отечественной психологии одна из результативных попыток систематизации взглядов на проблему динамики и содержание детского рисунка была осуществлена Л.С. Выготским (1991). Именно ему принадлежит заслуга признания детской изобразительной деятельности в качестве аналога графической речи, что сделало возможным использование рисунка как информативного средства в проективной диагностике.

С точки зрения Н.Я.Семаго (2003), в качестве наиболее важных показателей психологической оценки рисунка ребенка выступает возрастная соотнесенность изобразительной темы и основных анализируемых показателей, специфичных для каждого возраста. В исследовании онтогенеза детского рисунка было установлено, что процесс развития детского изобразительного творчества проходит ряд периодов, этапов и стадий. Так, *доизобразительный период* (с 1,5 до 3-3,5 лет) включает этап каракулей, в рамках которого сменяют друг друга:

стадия «марания», ритмическая стадия и ассоциативная стадия. *Изобразительный период* (от 3-3,5 до 11-12 лет) включает этапы: а) примитивного рисунка (стадия бесформенных изображений); б) схематического рисунка, охватывающего стадии «головоногов», стереотипного и «рентгеновского» изображения; в) правдоподобных изображений, динамика которых разворачивается от стадии формального реализма (по Л.С.Выготскому, смешанного изображения), затем наступает стадия пластического изображения и, завершается этот этап стадией фризového изображения; г) правильных (реалистических) изображений [2; 3; 4]. Очевидно, что на каждой из стадий будут применимы различные критерии анализа и интерпретационные признаки рисунка.

Так в младшем школьном возрасте у детей преобладают схематические изображения. Причем значительное место в рисунках школьника отводится изображению человека. Ребенок начинает с помощью рисунка передавать движение, эмоции и мимику. Постепенно в рисунке младшего школьника появляется чувство формы и линии. Все чаще у него появляется потребность не только перечислять конкретные признаки описываемого предмета, но и передавать с помощью изображения формальные взаимоотношения частей [2; 3; 5].

Как отмечает Й. Шванцара (1978), в рисунках семилетних детей проявляется способность к уточнению пропорций человека, совершенствуются изображения прически и одежды. На восьмом году можно наблюдать переход от рисунка анфас к частичному или полному профилю, формы закругляются и пропорции объединяются. В девять лет чаще приходится встречаться с попыткой ребенка изобразить в рисунке движение. В этот период ярче проявляются различия между рисунками мальчиков и девочек. Одежда уже характеризуется деталями в виде рукава, выреза, пояса, карманов и т.п. Однако рисунки все еще остаются плоскостными [6].

Следует так же отметить, что в современной детской популяции с каждым годом увеличивается численность детей со спецификой восприятия, обусловленной своеобразием межфункциональных взаимодействий мозговых систем [7; 8]. Эти дети, отмечает Н.Я.Семаго, вследствие особенностей формирования корково-подкорковых и межполушарных взаимодействий имеют достаточно характерные показатели развития двигательной, речевой и гностической сфер. К этим особенностям она относит несформированность всех уровней пространственных представлений с тенденцией к левостороннему игнорированию зрительного поля [3]. Это означает, что при традиционной трактовке рисунка ребенка с подобными проблемами, информатив-

ными окажутся, скорее всего, неспецифичные для левополушарной доминанты показатели.

Анализ работ по исследованию особенностей детских рисунков показал, что, несмотря на пристальное внимание к данной проблематике в системе гуманитарных наук, тем не менее, недостаточно сведений об особенностях рисунков (в том числе и в их динамике), свойственных отдельным категориям детей. Так, в частности, мало изучены особенности рисунков леворуких детей, включая интерпретационную неопределенность параметров соотношения «право-лево» (расположение рисунка в пространстве листа), «положительно-отрицательно» окрашенных эмоций и других показателей, заданных в ряде проективных методик.

Под леворукостью понимается, прежде всего, преимущественное пользование левой рукой при выполнении различных действий. Среди особенностей леворуких детей исследователи отмечают наличие у них трудностей в формообразующих движениях и воспроизведении при срисовывании графических изображений; искажение форм и пропорций фигур, зеркальность письма, низкий уровень зрительной памяти. Леворуким детям сложно концентрировать и переключать внимание. К эмоциональным особенностям леворуких детей относят повышенную чувствительность, ранимость, эстетическую впечатлительность. Эти дети обладают высоким уровнем креативности, у них выражены способности к художественному творчеству. Вместе с тем, им свойственен высокий уровень тревожности, раздражительность [7; 9; 10].

Нами было проведено пилотажное исследование специфики рисунков праворуких и леворуких детей. В исследовании принимали участие 20 детей в возрасте 7-9 лет (10 детей праворуких, 10 – леворуких). Испытуемым предлагалось нарисовать изображение на свободную тему. В качестве изобразительного материала были предложены цветные карандаши, акварель, гуашь.

Анализ рисунков проводился по следующим критериям:

- характер включения в деятельность;
- эмоциональное реагирование на процесс и результат деятельности;
- выбор изобразительного материала;
- способ рисования;
- цветовое предпочтение;
- расположение изображения рисунка на поверхности листа;
- содержательно-смысловое единство и тематическое соответствие элементов целостного изображения (отдельные изображения содержательно объединены, подчинены единому замыслу, подкрепляя смысловую нагрузку темы);

- степень активности вербального сопровождения процесса и результата деятельности;
- тематическое разнообразие.

Анализ эмпирических данных показал, что леворукие дети быстрее включаются в работу. У праворуких (30%) наблюдается явление первичной интеллектуализации, проявляющееся в том, что эти дети, в отличие от леворуких, сначала обдумывают будущее изображение и лишь затем приступают к изображению.

При выборе изобразительного материала леворукие дети в 50 % случаев отдают предпочтение краскам и не прибегают к использованию предварительной контурной прорисовки изображения. Праворукие дети (90 %), напротив, сначала прорисовывают контуры и лишь затем приступают к раскрашиванию изображения.

Анализ рисунков по критерию «расположение изображения рисунка на поверхности листа» показал, что и у леворуких, и у праворуких детей изображение занимает весь лист в 95 % случаев. Однако, целостный характер изображения, когда отдельные элементы, детали рисунка содержательно объединены, подчинены единому замыслу, подкрепляя смысловую нагрузку темы, преобладает у леворуких детей в 60 % случаев.

Оценка специфики цветовых предпочтений свидетельствует, что в рисунках праворуких детей преобладает темная цветовая гамма (черный, коричневый, синий), тогда как в рисунках леворуких – яркие цвета (красный, оттенки оранжевого, голубой).

По характеру вербального сопровождения и эмоционального реагирования на процесс и результат деятельности различий у леворуких и праворуких детей не выявлено. Все испытуемые активно включались в работу, позитивно реагировали на предложенный вид деятельности, делились замыслами и поясняли, что рисуют, с большим интересом и увлечением рассказывали о завершенном изображении.

Анализ рисунков показал наличие тематического разнообразия у леворуких детей: у 30 % испытуемых преобладает изображение домов, у 40% – тема природы и животного мира, у 10 % – сказочная тематика; 10% – предметная тематика, у 10 % – сюжетные изображения. Среди праворуких детей, у 60 % испытуемых преобладает тематика природы и животного мира; у 20 % – синтез сказочно-игровой тематики (герои мультфильмов и электронных игр); у 10 % – тематически не конкретизированные рисунки (изображение несвязанных между собой предметов, ребенок испытывает затруднения в обозначении темы) и 10% – абстрактный рисунок (тематически не обозначен). Тематическая направленность рисунков и праворуких, и леворуких детей обусловлена, на наш взгляд, в большей мере темами,

задаваемыми педагогом на уроках рисования, а так же впечатлениями, полученными детьми при просмотре телепередач, мультфильмов, при использовании компьютерных игр.

В целом первичный анализ результатов пилотажного исследования показал наличие различий по ряду параметров в рисунках леворуких и праворуких детей, что свидетельствует о перспективности исследований в обозначенном направлении.

Литература

1. Проективная психология /Научн. ред. Р.Римская, И.Кириллов. М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. 528 с.
2. Выготский Л.С. Воображение и творчество в детском возрасте. М.: Просвещение. 1991. 93 с.
3. Семаго Н.Я. Детский рисунок: этапы развития и качественная оценка //Школьный психолог. 2003. № 35. С. 9-16.
4. Белобрыкина О.А. Символика в детском рисунке: от индивидуального к культурному. Постановка проблемы //Кирилло-Мефодиевские чтения: Христианские традиции и культура России: Материалы научно-практической конференции. Новосибирск: НГПУ, 2001. С. 185-197.
5. Макарова Е.Г. Преодолеть страх, или Искусствотерапия. М.: Школа – Пресс, 1996. 304 с.
6. Шванцара Й. Развитие детских графических представлений //Диагностика психического развития. Прага: Мед. изд-во АВИЦЕНУМ, 1978. С. 202-218.
7. Безруких М. М. Проблемные дети. М.: Изд-во УРАО, 2000. 312 с.
8. Леутин В. П., Николаева Е. И.. Функциональная асимметрия мозга: мифы и действительность. СПб.: Речь, 2008. 368 с
9. Семенович А.В. Большие хитрости маленьких левшей //Школьный психолог. 2004. № 38. С. 18-25.
10. Жаворонкова Л. Правши и левши // Наука в России. 2007. № 3. С. 31-37.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ МЕЖЭТНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ

Л. В. Ахметова

Томский государственный педагогический университет

Изучение стиля учебной деятельности личности в процессе обучения способствует решению ряда психолого-дидактических проблем, в том числе: возможность непосредственно в педагогической практике, в процессе обучения реализовать индивидуальный подход к обучающимся; во-вторых, выявить психологические основания для дифференцированного обучения, с целью повышения эффективности учебного процесса; в-третьих, существенно сократить адаптационный

период обучения в новой образовательной среде, который является серьёзным барьером в реализации задач межэтнического образования, в частности, при обучении иностранных студентов.

Проблема дифференцированного обучения в условиях межэтнического образования выступает одной из фундаментальных, имеет междисциплинарный характер. В ее решении происходит смена методологических оснований от изучения отдельных познавательных процессов к исследованию интегрированных психологических структур.

Учебный стиль – есть не что иное, как системное образование психики, формирующееся на основе механизмов индивидуально-психологической самоорганизации личности и проявляющееся непосредственно в процессе обучения. Иными словами, индивидуальный стиль учебной деятельности является одной из форм самореализации личности в процессе деятельности, результатом интеграции индивидуальных ресурсов личности в оптимальный для неё способ деятельности. С другой стороны, индивидуальный стиль учебной деятельности является показателем способности психического аппарата личности к самоорганизации с целью эффективного решения поставленных задач.

В этой связи, в условиях межэтнического образования, когнитивно-стилевой подход, позволяет учитывать возможности обучающегося, опираясь на потенциал его индивидуальности, может выступать значимым условием повышения качества учебного процесса.

В условиях возрастающих требований к качеству высшего образования, осуществляемого в информационно насыщенной среде, оказываются значимыми когнитивные характеристики каждого обучающегося. Важную роль среди них играют индивидуальные стили учебной деятельности. Индивидуальные стили учебной деятельности – индивидуально-своеобразные способы переработки информации, обусловленные индивидуальными различиями в восприятии, анализе, переработке учебного содержания.

Как значимый параметр индивидуальности, один из базовых психологических ресурсов, отражающий интеллектуальные возможности личности и регулирующий психоэмоциональные состояния, индивидуальный стиль учебной деятельности, наряду с обучаемостью, влияет на усвоение обучающимися обязательного материала и на успешность обучения в целом.

Специалисты предлагают различные подходы к классификации приемов учебной работы, обосновывают пути и условия их формирования, подчеркивая необходимость дифференциации методического обеспечения (методов, средств, форм организации) учебных занятий.

Вопросы уровневой дифференциации изучались в рамках традиционной модели процесса обучения, нацеливающей на формирование у учащихся знаний по основам изучаемых наук. Его теоретическую основу составили общие закономерности познавательной деятельности, ориентированные на показатели «средних», тогда как учет индивидуальных различий ограничивался внешними проявлениями познавательной активности обучающихся. Однако закономерности индивидуальной деятельности не тождественны закономерностям деятельности вообще. Соответственно, общие подходы, выработанные в методике в плане формирования у обучающихся знаний и умений, не могут быть механически перенесены на понимание способов деятельности конкретную личность, которые необходимо учитывать в современной личностно-ориентированной модели обучения.

Исследование учебно-педагогического процесса в средних общеобразовательных школах и высших учебных заведений показывает, что часть обучающихся, в силу индивидуальных особенностей, затрудняются в освоении базового уровня содержания учебного материала, не выполняют требований Государственного образовательного стандарта и, как следствие, испытывают затруднения в процессе итоговой аттестации.

В связи с этим, знание и учёт индивидуального стиля учебной деятельности позволит педагогам эффективно реализовать в условиях межэтнического образования дифференцированный подход к обучению, существенно сократить адаптационный период обучения в новой образовательной среде, повысить мотивацию учебной деятельности и, как следствие раскрыть индивидуальные ресурсы интеллектуального потенциала личности обучающегося.

Итак, в условиях возрастающих требований к качеству современного образования, осуществляемого в информационно насыщенной среде, для которой значимы когнитивные характеристики всех участников образовательного процесса, существует объективная потребность в дальнейшем развитии научных представлений о сущности индивидуального стиля учебной деятельности, поиске и внедрении новых подходов к его реализации.

На наш взгляд, решению этой проблемы будет способствовать эффективное психодиагностическое исследование индивидуально-психологических когнитивных характеристик личности обучающихся, формирующих стратегию учебной деятельности, среди которых ведущая роль принадлежит индивидуальному стилю учебной деятельности.

ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ

Л. В. Ахметова, И. В. Мельниченко

Томский государственный педагогический университет

Необходимость преподавания психологии в российских школах бурно обсуждалась в XIX – начале XX веков. Необходимо ли изучение психологии как отдельной дисциплины в общеобразовательных школах? На этот вопрос всегда положительно откликались педагоги, философы, просвещенная общественность. Тем не менее, психологию как учебный предмет то включали в учебные планы, то выводили из них, неизбежно отмечая в этом случае неудовлетворительное качество преподавания. Причиной низкого уровня профессиональной подготовки специалистов в области педагогической психологии как правило объяснялось отсутствием специальной подготовки преподавателей и сложностью предлагаемого учащимся материала [1]. Вместе с этим, при более пристальном исследовании истории становления психологического образования в дореволюционной России, вырисовываются благоприятные годы. Так, в 1802 году в развитии психологического образования, происходят существенные количественные и качественные изменения. Количественные изменения выразились в том, что существенно увеличилось число людей, желающих получить психологические знания. Качественные изменения выразились в разработке и реализации схемы многоуровневого психологического образования: обучаясь в гимназии, человек получал первоначальные психологические знания, а затем, поступив в университет, продолжал их углублять и расширять [2].

В первой четверти XIX века (период царствования Александра I) в России было открыто 45 гимназий, в которых преподавалась психология. Психология преподавалась также во всех высших учебных заведениях. Появились дополнительные психологические курсы. С конца 1820-х годов изменилась дисциплинарная принадлежность психологии – она была выведена из области философского знания и включена в состав логики, а затем – педагогики.

Психология в гимназиях появилась как ответ на запрос общества, инициатива шла «снизу» – от педагогов, общественных деятелей, государство лишь официально закрепило эту инициативу в документах.[1]

Целью преподавания психологии, должно быть достижение ясно-го понимания учениками своеобразного характера душевных явлений, их связи с душевной жизнью в целом, а также понимание особенностей в ознакомлении с фактами душевной жизни.

Ближайшей же практической задачей изучения психологии должна быть выработка у учеников навыка вглядываться в душевные явления и давать себе отчет в их составе и влиянии друг на друга, а также выработка привычки к сознательному чтению.

Что касается объема и содержания курса психологии, то здесь преподавателю предоставлялась большая свобода. Программу рекомендовалось рассматривать как примерную. В ней приводился лишь минимум того материала, который при определенном навыке преподавателя психологии мог быть изучен в течение одного года при двух уроках в неделю. Преподавателю предоставлялось право углубляться в описание и анализ отдельных фактов. Преподаватель мог делать больший или меньший акцент на некоторых из них, опуская другие разделы. Порядок изучения раздела также мог изменяться.

В соответствии с пунктом 29 Устава 1804 года преподавательскому составу высших учебных заведений рекомендовалось для лекционных материалов использовать литературу по психологии

В течение 1804–1817 гг. были одобрены для употребления в гимназиях и затем изданы Главным правлением училищ как руководства для изучения внесенных в программу философских наук: «Опыт логики» Эбелинга (1807); «Частное естественное право» Цейлера (1806); «Психология» Эрнести (1811). Для преподавания логики, психологии как частей философии было рекомендовано пособие Баумейстера, которое, между прочим, предназначалось для университетов. Позже, в 1812 г. Министерством был заказан учебник профессору Харьковского университета, коллежскому советнику и кавалеру Людвигу Генриху Якобу. «Курс философских наук, заключающей в себе всеобщую грамматику и логику, психологию и мораль, эстетику и риторик, естественное и народное право, с приобщением политической экономии» сначала был отпечатан на немецком языке, а впоследствии переведен на русский язык.

В связи с этим широкой популярностью пользовались книги: – учебное пособие Х. Баумейстера «Метафизика», «Курс философии» Л.Г. Якоба, «Логические наставления» П. Лодия (в предисловии изложен курс психологии), «Краткое руководство к опытному душесловию» П. Любовского и другие [3].

В этом же 1804 году Уставом учебных заведений от 5 ноября было предусмотрено включение психологии, наряду с другими философскими дисциплинами, в программу средней школы. Изучение психологии носило, в основном, гуманитарный характер. Отсутствие практических, лабораторных работ существенно затрудняло усвоение важных психологических категорий, психических свойств и психических процессов. Плохо понимая содержание материала, учащиеся за-

учивали его по учебникам или записывали под диктовку преподавателя. Плохо обстояло дело и с учащимися: их было мало, и они не были достаточно подготовлены к учебе [1, 4].

Прикладные аспекты психологического знания не рассматривались вовсе. Вместе с этим, недостаточная профессиональная подготовка педагогов и ограниченное количество адаптированных к учебным курсам учебников по психологии снижали эффективность обучения. Хотя, в этом был и своеобразный плюс – резко возросла инициатива к восполнению востребованности в учебно-методическом дефиците – если к началу XIX века имелось только семь учебников, то к концу столетия в России их было уже более сорока.

В 1828 году был принят новый Устав средних учебных заведений, согласно которому психология оставалась только в курсе логики. Установленные для учебных заведений правила преподавания психологии существовали до 1890 года [2].

Однако, надо заметить, что не всё так гладко происходило в XIX веке, с точки зрения внедрения психологического знания в учебно-образовательный процесс. В тридцатые годы XIX века наблюдается спад в развитии университетского психологического образования. Основной причиной стали широкомасштабные государственные реформы осуществляемые новым государственным деятелем – Александром II (1855 - 1881) Несмотря на то, что период правления Александра II характеризуется в целом как «оттепель в общественно-политической жизни», реформы в отношении образования, отрицательно повлияли на развитие системы психологического знания в гимназиях и высших учебных заведениях. Вплоть до 60-х годов XIX века психология стала изучаться с точки зрения религиозного мировоззрения, которое, безусловно, отрицало какие-либо естественнонаучные подходы к предмету изучения. Во многих учебных заведениях предмет психологии был вовсе исключён из учебных программ. И, лишь с 1863 года начался новый подъем, в дальнейшем уже не прерывающийся.

Почему же правительство вынуждено было вернуть психологию в высшие учебные заведения, не изгнало ее окончательно из гимназий? По-видимому, это объясняется двумя основными причинами: во-первых, психологические знания были органично вплетены, благодаря многолетней традиции, в культурную ткань общества, и разрушение этой связи неизбежно привело бы к образованию пустоты, которая могла быть заполнена чем-то иным, нежелательным для общества; во-вторых, сказывалось влияние Европы, где психологическое образование в XIX веке интенсивно развивалось.

Так, во Франции в средних учебных заведениях, согласно идущей из средневековья традиции, в последнем классе изучалась философия, в которую включались специальные разделы по психологии, логике, этике, метафизике, истории. В австрийских гимназиях в седьмом и восьмом классах по два часа в неделю изучались логика и психология. Курс психологии был очень обширен. К учебнику прилагалась хрестоматия, в которой содержались десять избранных отрывков из произведений выдающихся философов. При рассмотрении тех или иных вопросов, проводилось чтение соответствующих фрагментов текстов. Курс общей психологии дополнялся экспериментальной психологией.

В Италии для преподавания философии отводилось 6 часов, начиная с 6-го класса.

В Германии в течение всего XIX столетия шла борьба между противниками и сторонниками введения философии в гимназиях, хотя она не была здесь новым предметом, так как еще в средние века философия лежала в основе всего образования. Это место она занимала и в дальнейшую эпоху. В 1822 году прусское Министерство Народного просвещения сделало запрос Гегелю по вопросу о введении философии в гимназии. Он высказал предложение о целесообразности изучения в гимназии эмпирической психологии, начал логики и основных глав этики. С 1825 года в средних учебных заведениях Германии начинается преподавание философской пропедевтики, в качестве основной цели курса являлось изложение прочно установленных фактов психологии и логики.

Итак, с 1885 года (а это уже годы правления Александра III (1881-1894)) в ряде учебных заведений начинает преподаваться экспериментальная психология, причем обучение, наряду с ознакомлением учащихся с теоретическими знаниями, включало проведение практических занятий и демонстрацию психологических опытов [5].

XIX век стал периодом интенсивного развития психологического образования в нашей стране, которое представлено, как в средних, так и в высших учебных заведениях, и светских, и духовных. Это период глубокой проработки дидактических основ преподавания психологии, подготовки большого числа учебных пособий. Несмотря на идеологическое давление и многочисленные реформирования сферы образования, продолжается поступательное развитие практики преподавания психологии; психология завоевывает статус важнейшей дисциплины, направленной на формирование самосознания личности и ее воспитание.

В России появляются первые оригинальные работы по проблемам детской психологии были написаны врачом-психиатром профессором

И. А. Сикорским, который еще в 1878 г. изучал утомляемость школьников, пользуясь методом диктовок [1].

В конце 1890-х гг. в изучение проблем детской психологии активно включился А.П. Нечаев. Он стал одним из первых отечественных ученых, который не только проводил психолого-педагогические исследования с применением тестов, но и своей многоплановой научной и организаторской деятельностью способствовал внедрению в школьное психологическое образование. Профессор психологии А.П. Нечаев вложил огромные усилия в популяризацию и внедрение психолого-педагогического образования в школы и ВУЗы, был убеждён, что психология является необходимой сферой знания для многостороннего развития человека.

Итак, психология в России к началу XX в., к моменту ее самоопределения как научной дисциплины, набирает высокие темпы, формирует научный потенциал.

Взгляды на понимание роли психологии в учебно-образовательном процессе концентрируются в целом:

- в естественнонаучном направлении, (В.М. Бехтерев, С.С. Корсаков, А.А. Токарский, И.А. Сикорский, П.П. Ковалевский, Э. Крепелин, В.Ф. Чиж, Н.Н. Ланге, К. Твардовский и др.) – это линия развития экспериментальной психологии;
- эмпирическом или интроспективном направлении, развитом в трудах М.И. Владиславлева, М.М. Троицкого, И.Я. Грота, Г.И. Челпанова, А.П. Нечаева и др.;
- гуманитарном (описательном) направлении, объединившем в себе работы в традициях религиозно-психологического учения конца XIX – начала XX в. (Никанор, архиепископ Херсонский, митрополит Антоний (Храповицкий), С.С. Гогоцкий, А.К. Гиляревский, В.С. Серебренников, Н.О. Лосский, В.И. Несмелов, В.А. Снегирев, П.Д. Юркевич, В.В. Розанов, С.Ф. Франк, Л.М. Лопатин, С. и Е. Трубецкие и др.) [6].

Таким образом, психология в России к началу XX в. представляла интенсивно развивающуюся область научного знания. К этому времени завершается оформление её в самостоятельную научную дисциплину, формирование развернутой научной структуры психологического знания, представленной разными направлениями и уровнями его развития, возрастание авторитета психологии в научном сообществе и усиление ее влияния на все аспекты культурной жизни, в том числе и системы образования.

1. Стоюхина Н.Ю . Методика преподавания психологии: история, теория, практика: учебное пособие. Издательство: Флинта; МПСИ, 2009 г. 182 с.
2. Севастьянов О.В. Развитие психологического образования в России в XIX веке [Электронный ресурс] www.psych.ru/en/catalog/
3. Чепанов Г.И. Место психологии в средней школе? – М., 1910
4. Карандашев В.Н. К21 Методика преподавания психологии: Учебное пособие. – СПб., Питер, 2006
5. История отечественной и мировой психологической мысли: Постигая прошлое, понимать настоящее, предвидеть будущее: Материалы международной конференции по истории психологии «IV московские встречи», 26 – 29 июня 2006 г. / Отв. ред. А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова, Ю.Н. Олейник. –М., Издательство «Институт психологии РАН», 2006. – С. 285-293
6. Хроменко О.В. Методика преподавания психологии: Конспект лекций. Ростов н/Д: Феникс, 2004.

ИСТОКИ И ОСОБЕННОСТИ МОНГОЛЬСКОГО БУДДИЗМА

Батсук Батчимэг (Монголия)

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В.Ахметова, к.психол.н., доц.

В течение нескольких столетий буддизм был доминирующей религией в Монголии. К началу XX в. в стране насчитывалось 747 храмов и монастырей, около 100 тысяч монахов. Монастыри и отдельные ламы были крупнейшими собственниками скота, оказывали определяющее воздействие на экономическую и политическую жизнь страны. Можно сказать, что в течение трех веков в Монголии сложилась своя национальная форма буддизма, отличавшаяся от прочих.

Сангху (сангха – буддийская община) возглавлял Джебцундамба-хутухта, во главе монастырей были хутухты и хубилганы (ламы-перерожденцы).

Институт хубилганов (тиб. тулку) – «перерождений» выдающихся деятелей буддизма, святых и различных божеств – был одной из отличительных черт монгольского буддизма на протяжении нескольких сотен лет. Как отмечают исследователи, его появление было вызвано необходимостью найти соответствующую религиозной доктрине буддизма форму светской и духовной власти в условиях безбрачия.

Как правило, в биографии монгольских «перерожденцев» прослеживается определенная схема: рождение в знатной монгольской семье, часто по предсказанию тибетских иерархов, поездка в Тибет для обучения и получения титула, возвращение в Монголию. В основе этого процесса лежали стремление монгольской знати слиться с выс-

шими слоями церковной организации и стремление тибетской церкви поддержать свой авторитет и влияние в Монголии. Институт хубилганов в Монголии существовал, во многом, за счет экономической поддержки со стороны монгольских князей, которые строили для «перерожденцев» монастыри, а позже стали подносить в качестве дара скот и людей.

Дарение хубилганам людей привело к зарождению в Монголии социального института шабинаров – подданных церковных иерархов. Именно шабинары оказывали решающее воздействие на экономику монастыря и обеспечивали место перерожденцев в церковной иерархии. Богатства казны хутухт были очень велики. В появлении хубилганов в Монголии были заинтересованы также и сами ламы, для которых наличие хубилгана в монастыре способствовало повышению его значимости.

В ходе революционных событий 1930-х гг. буддийская сангха в Монголии была фактически уничтожена. Первые позитивные изменения в отношении буддизма в Монголии были сделаны только в конце 1940-х гг. Но о возрождении былой мощи монгольской сангхи говорить в то время не приходилось.

Существенной основой для возрождения буддизма в современной Монголии является стремление монгольских буддистов к восстановлению всех традиционных составляющих дореволюционной буддийской сангхи страны. Это контакты с тибетскими буддистами, визиты тибетских учителей в Монголию. До 2010 года главой буддийской сангхи в Монголии являлся глава (хамбо-лама) монастыря Гандан – это Д. Чойжамц. В 2011-м был официально провозглашен главой монгольской сангхи девятый (перерожденный) Халха Джебцун-дамба. В 2010 году Богдо-гэгээн IX получил монгольское гражданство, а (как его также называли) пользовался большим уважением и любовью не только монгольских, но и российских буддистов. Однажды в своем интервью в 2009 году Богдо-гэгэн рассказал. «Когда я умер в прошлой жизни, остались в живых три человека, которые мне были очень близки и безотлучно находились рядом со мной. Один из них был моим лечащим врачом, двое других – слугами. Когда я вновь переродился и достиг трехлетнего возраста, их специально пригласили из Монголии в Тибет. Они привезли мои личные вещи, которыми я пользовался в прошлой жизни. Мне показывали их вместе с точно исполненными копиями, но я каждый раз выбирал оригинал. Но этого оказалось недостаточно, поэтому члены поисковой группы – ламы, обладающие ясновидением, – решили проверить, есть ли на моем теле особые знаки, подтверждающие, что я действительно являюсь реинкарнацией Богдо-гэгэна VIII. Такие знаки были найдены. Но и это бы-

ло не все. Решили обратиться к двум оракулам Далай-ламы, чтобы каждый из них, войдя в транс, подтвердил или опроверг выводы поисковой группы. После специальной процедуры оракулы дали положительный ответ».

И другое воспоминание. «Это случилось, когда я еще не умел говорить, но уже научился делать первые шаги. Взрослые однажды начали говорить о коммунизме, причем не в негативном, а в позитивном ключе. И в моем сознании всплыл опыт прежней жизни: коммунисты разрушают монастыри, устраивают гонения на монахов, заставляют отказываться от своих убеждений и так далее. Я был свидетелем всего этого в конце своей прошлой жизни. Я заплакал, забился в истерике, потому что никому не мог рассказать о том, что чувствовал».



2 ноября 2011 г. высшие ламы Монголии провозгласили Его Святейшество Богдо-гэгэна IX Джебцундамба-хутухту главой Центра буддистов Монголии – организации при главном монастыре Гандантэгчинлин, возглавившей возрождение буддизма в стране после падения социалистической системы.

К сожалению, 1 марта 2012 года Богдо-гэгэн IX, глава буддийской сангхи Монголии ушел из жизни. Как известно, после смерти восьмого Богдо-гэгэна в 1924 году монгольские коммунисты запретили дальнейший поиск его перерождений. Однако он был найден в Тибете. Его существование официально подтвердил Далай-лама XIV в 1992 году. Его Святейшество Богдо-гэгэн IX Джецун Дампа Халха Ринпоче – перерожденец (хубилган) Богдо-гэгэна VIII Джебцундамба-хутухты, который был также последним великим ханом Монголии. Он – не только духовный лидер монголов, один из высших лам тибетского буддизма, но и коренной наставник многих буддистов в разных странах, в том числе в России. Богдо-гэгэн IX родился в 1932 г. в Тибете, в местности Томсиг близ Лхасы. Когда ему было четыре года, держатель печати Далай-ламы XIII – регент Ретинг Ринпоче Тубтен Джампел Еше и оракул Чойджона Нэчунга выявили, что он является перерождением Богдо-гэгэна VIII. В восемь лет он получил от Ретинга Ринпоче посвящение гецула и духовное имя Джампел Намдрол Чокьи Гьялцен (монг.: Жамбалнамдолчойжижанцан). С семи до 21 года учился в дацане Дрепунг Гоман. Его коренными наставниками были

геше Наванг Чойдан, халхасский геше Дашжамц, бурятский дулбахамбо Тувдэнням. До 29 лет он получал учения Сутры и Тантры. В 1961 г. он бежал из Тибета в Индию, где жил в Дарджилинге, Массури, Мадхья-Прадеше, с 1991 г., по благословению Его Святейшества Далай-ламы XIV, в Дхарамсале. В 1992 г. Далай-лама подтвердил, что он действительно является девятым перерождением халхасского Богдо Джебцундамбы.

Вторым по значимости можно назвать хамбо-ламу монастыря Дашчойлин Ч. Дамбажава, в 2002 г. он был переизбран одним из 15 вице-президентов Всемирного братства буддистов.

Не менее важную роль в восстановлении монгольской сангхи в 1990-е гг. сыграл Кушок Бакула Ринпоче, посол Индии в Монголии (вступил в должность 1 января 1990 г.). Будучи двадцатым перерождением Бакулы Гэгэна и шестнадцатым перерождением Найдан Хубилгана, Бакула Ринпоче является одним из высших лам в современной Монголии. Его можно назвать одной из центральных фигур в процессе возрождения буддизма в стране. В сентябре 1993 г. по инициативе Бакулы Ринпоче в Монголию были привезены мощи Будды. Это было исключительным явлением в религиозной жизни страны, учитывая, что впервые индийское правительство согласилось на временный вывоз буддийских реликвий из страны.

Другой известный лама-перерожденец – Гурдива Ринпоче – во время визита в 1991 г. встретился с президентом П. Очирбатом и предложил свою помощь в восстановлении монастыря Амарбаясгалант. Подобное решение сам лама объяснил следующим образом: «Я хочу, чтобы после смерти мои останки покоились в монгольской земле».

Большую помощь в возрождении буддизма в Монголии оказывает Панчен Отрул Ринпоче. Он участвует не только в распространении буддизма в Монголии, но и осуществляет активную социальную программу: помощь детям и нуждающимся семьям, посещение тюрем, принимает участие в восстановлении разрушенных монастырей и др.

Однако основу буддийского духовенства Монголии составляют рядовые ламы, и будущее буддизма в стране во многом зависит от степени их квалификации и уровня знаний. Вопросы воспитания и обучения лам уделяется особое внимание, а налаживание эффективной системы буддийского образования – является крайне актуальной задачей, стоящей перед монгольской сангхой. Всё дело в том, что в годы социалистического строительства и пропаганды атеизма система религиозного образования в стране была фактически разрушена. В результате сегодня монгольские ламы имеют довольно низкий уровень подготовки. Одной из основных проблем является незнание или дос-

таточно плохое знание тибетского языка, на котором написано подавляющее большинство канонических текстов. Даже среди старых лам многие (по некоторым данным – треть) довольно плохо разбираются в канонах богослужения. В сельской местности лам, знакомых с классическими буддийскими текстами, единицы. По-прежнему актуальна проблема соблюдения монашеской дисциплины. Женатые ламы, живущие вне монастыря, стали для Монголии, скорее, традицией, нежели исключением. Подобное поведение лам дискредитирует буддизм и не способствует популярности среди простых верующих. Гаадан, бывший хамбо-лама монастыря Гандан, охарактеризовал ситуацию следующим образом: «Некоторые становятся монахами потому, что это для них своего рода бизнес. Старые ламы следуют обычаям, но молодые ламы – другие. Они пьют водку и дерутся. Они не знают молитв. Они не способны читать тексты». Поэтому восстановлению чистоты монашеской жизни уделяется пристальное внимание.

С целью возрождения настоящего монашеского образа жизни в 1999 г. в Улан-Баторе был основан монастырь Бэтуб хийд, в котором возрождены и строго соблюдаются традиции, правила, которым должен следовать настоящий буддийский монах.

Помимо монгольских монастырей образовательной деятельностью в стране занимаются зарубежные фонды и организации. Так 1993 г. стартовала программа «Тибетского Фонда» – «Буддизм в Монголии». Цель программы – помощь в возрождении буддизма в Монголии, посредством обучения молодых монахов и монахинь и публикации буддийских текстов на монгольском языке.

Основные центры буддийского образования в Монголии расположены в столице. Прежде всего, это монастыри Гандан и Дашчойлин. Здесь изучают буддийскую философию, тибетскую медицину, астрологию, буддийское искусство и ремесла.

Одной из важных является проблема сочетания религиозного и обычного образования. Монгольские буддисты осознают, что в современных условиях помимо сугубо религиозных знаний необходимы и познания в области новейших информационных технологий и многое другое. Так, по данным на 1998 г., в Монголии насчитывалось более 2000 лам, из них 90% или около 1800 человек хотели получить обычное, светское образование. При этом 50% из этих 2000 лам (или 1000 человек) – дети, не получившие начального образования. Проблема в том, что большинство храмов и монастырей из-за нехватки средств не могут предоставить своим молодым ламам такую возможность. Сочетать религиозное образование с обычным пытаются, главным образом, только при монастырях Гандан и Дашчойлин. Этого явно недостаточно.

Важным направлением образовательной деятельности монгольской сангхи является просветительская работа среди населения. В течение многих лет у буддийского духовенства в Монголии не было особой потребности в миссионерской деятельности: храмы и монастыри обладали, фактически, монополией в духовной и идеологической сферах. Результатом этого стало не только то, что монгольские буддисты утратили необходимые миссионерские навыки, но и то, что в настоящее время подавляющее большинство монголов не имеют представления даже о базовых понятиях буддизма. Поэтому проведение соответствующих образовательных мероприятий среди населения, научное изучение буддизма, перевод и публикация соответствующей литературы являются важным аспектом деятельности монгольских буддистов и могут способствовать распространению буддизма в стране.

Существует ещё одна проблема, препятствующая возрождению монгольского буддизма. Дело в том, что буддизм многими монголами воспринимается как «отсталая» религия, тем более на фоне общего интереса к западной культуре и образу жизни. В связи с этим, крупные монастыри стараются использовать все доступные средства для просвещения населения: радио, телевидение, газеты, журналы, массовые занятия для верующих по субботам и воскресеньям. Помимо теле и радиопрограмм, проводятся встречи лам с верующими, лекции в вузах Улан-Батора. Монгольские буддисты планируют и дальше улучшать качество образовательной работы, расширять круг исследований, активнее подключать к этому ученых, интеллигенцию, журналистов.

Несмотря на то, что в начале двадцатого века был нанесен разрушительный удар по буддийской сангхе, сам буддизм продолжал существовать на бытовом уровне. Именно этим можно объяснить относительно быстрые темпы восстановления буддийской сангхи в Монголии. Доминирующей школой в стране по-прежнему осталась Гелугпа.

На сегодняшний день можно заключить, что буддизм в Монголии больше не занимает доминирующего положения в политической, социально-экономической и культурной сферах. В результате социалистического строительства многие функции, которые исполнял буддизм (например, образовательная, культурная, мировоззренческая), были транслированы на другие институты.

Тем не менее, несмотря на ряд серьезных проблем, процесс возрождения буддийской сангхи в Монголии движется, по нашему мнению, по нарастающей. Это связано и с постепенным улучшением экономической ситуации, вовлечением в процесс большего числа людей и организаций.

Литература

1. Богдо-гэгэн IX – духовный лидер монгольского народа
<http://savetibet.ru/2010/10/19/bogdogegn.html>
2. Богдо-гэгэн IX и религиозная жизнь Монголии
http://savetibet.ru/2010/12/12/bogdo_gegen.html
3. Буддизм в современной Монголии: традиционные и новые элементы.
http://www.legendtour.ru/rus/mongolia/text/buddhism_txt1.shtml
4. Монгуш М. http://savetibet.ru/2009/08/23/bogdo_gegen.html
5. Позднеев А.М. Очерки быта буддийских монастырей и буддийского духовенства в Монголии в связи с отношениями сего последнего к народу. – Элиста, 1993.
6. Сабиров Р.Т. Буддийская сангха в Монголии: конец 1980-х – 2003 гг. // Восток: история, филология, экономика. Вып. 3. М.: Гуманитарий, 2004. С. 127-147.
7. Сохраним Тибет <http://savetibet.ru/2009/11/01/bogogegen.html>

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СЕМАНТИКИ СИМВОЛИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

Б. Тилейхан, Л. В. Ахметова, А. Н. Стась

Томский государственный педагогический университет

*Научные руководители: Л.В.Ахметова, к.психол.н., доц.,
А.Н. Стась, к.т.н., доц.*

Разработанная нами универсальная электронная программа **АЦЭСС-тест 2012** предназначена для психодиагностического исследования семантики символического мышления личности человека, адресована русскоязычным и монголоязычным пользователям, в т.ч. учащимся средних и старших классов, студентам, специалистам психолого-педагогической сферы деятельности.

Цель разработки электронной программы – повысить эффективность психодиагностического исследования на основе учета индивидуально-психологических, этнических особенностей личности; увеличение операциональных возможностей процедуры и результатов исследования.

Цель психологического тестирования заключается в изучении на основе ассоциативного метода семантики символических образов личности, основным содержанием которых является некоторый смысл, выражаемый ею в субъективных архетипических, ценностных и эмоциональных взаимосвязях.

Задачи исследования:

- выявить на основе ассоциативного метода наличие или отсутствие достоверно значимых взаимосвязей между образами символов и словами-стимулами, обозначающими архетипы, номинальные ценности и эмоции;
- изучить семантику символических образов личности, на основе субъективных архетипических, ценностных и эмоциональных репрезентаций.

Технологической основой для разработки электронной программы является *среда программирования Delphi*.

Среда Delphi признана удобным средством программирования в операционной системе Windows. Она обеспечивает визуальное проектирование пользовательского интерфейса, в основе которого лежит развитый объектно-ориентированный язык Object Pascal. Среда программирования Delphi содержит готовые библиотеки визуальных объектов, позволяющие существенно упростить создание пользовательского интерфейса, для программирования которого иными средствами потребовало бы много времени, особенно если программа должна работать под управлением наиболее распространённой операционной системы Windows и иметь графический пользовательский интерфейс. В среде написания программ Delphi простота и удобство сочетаются с гибкостью и уникальностью по своей простоте средствами доступа к базам данных. Среда Delphi по своим возможностям значительно превзошла среду разработки программ Visual, так как лежащий в основе среды Delphi язык программирования Object Pascal оказался весьма надёжным и легким в изучении (особенно в сравнении с языком C++).

Использование библиотеки визуальных элементов и программирование в среде Delphi можно сравнить с крупноблочным строительством, когда вместо кирпичей используются универсальные объекты в виде готовых блоков, позволяющие построить разнообразные по назначению проекты. Универсальность объектов визуальных библиотек позволяет достаточно просто приспособить их для собственных целей.

По отмеченным основаниям, нами и была выбрана среда Delphi, позволяющая легко создавать собственные компоненты и строить из них универсальные профессиональные программы.

На рисунке 1 представлена разработанная нами в среде программирования Delphi блок-схема электронной компьютерной программы АЦЭСС - тест 2012. Программа состоит из следующих основных блоков: ввод данных, блок тестирования, блок обработки и визуализации данных, вывод, блок базы данных. Блоки взаимосвязаны друг с другом, образуют целостную систему, в рамках которой возможен оперативный переход от одного блока к другому. Такая структура позволяет эффективно использовать внутренние ресурсы системы.

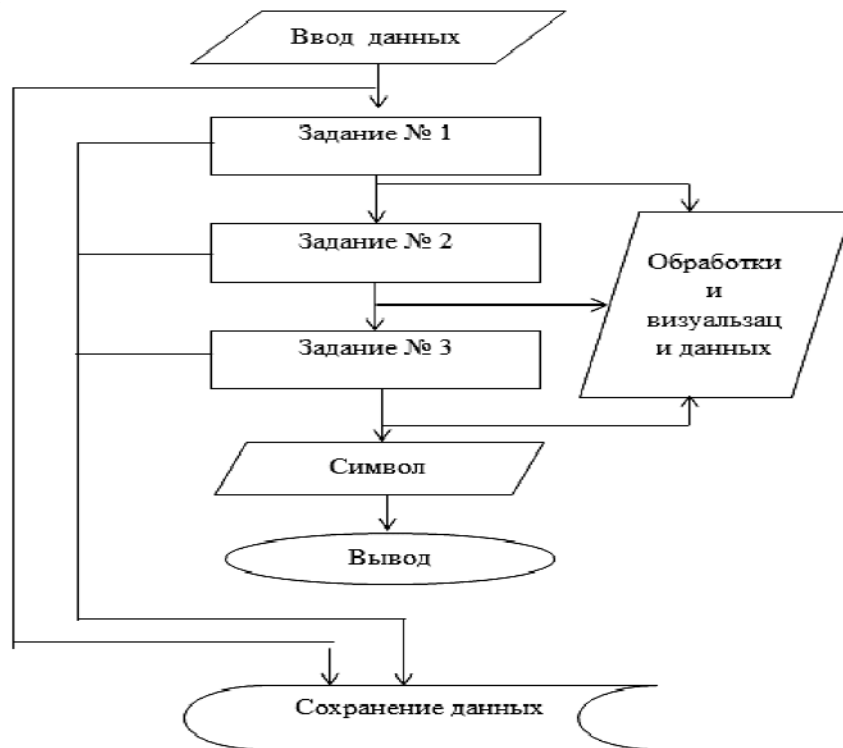


Рисунок – 1 Блок-схема программы АЦЭСС - тест 2012

Процедура работы (тестирования) с электронной программой АЦЭСС - тест 2012 согласуется с логикой её структурной организации, является доступной и удобной для пользователя.

Программа АЦЭСС - тест 2012 имеет оригинальный дизайн, снабжена универсальными настройками, позволяющими пользователю оптимизировать свою работу во время тестирования, т.е. подобрать оптимальный для себя цветовой фон и настроить скорость предъявления стимульного материала (рис.2).



Рисунок –2 Вид программы

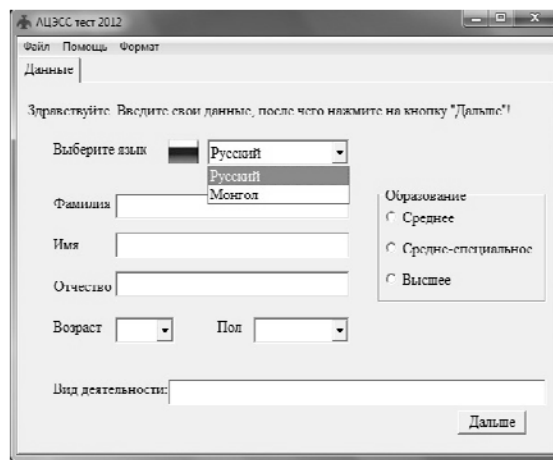


Рисунок – 3 Ввод данных

Ценным достоинством электронной программой АЦЭСС - тест 2012 является языковая настройка, позволяющая проводить психологическое тестирование как русскоязычных, так и монголоязычных пользователей.

В среднем, процедура тестирования занимает 38-42 минуты, включает следующие этапы.

Первый этап – ввод данных испытуемого (рис.3).

Второй этап – исследование ассоциативных связей между символами и ценностями. На этом этапе испытуемому предлагается набор, состоящий из 40 символов и список 15 номинальных ценностей, между которыми испытуемому предлагается установить ассоциации (рис.4) По завершению этого этапа испытуемый может ознакомиться с результатом, визуализированным в виде гистограммы, показывающей соотношение номинальных ценностей и высокочастотных символов, выявленных при обработке данных.

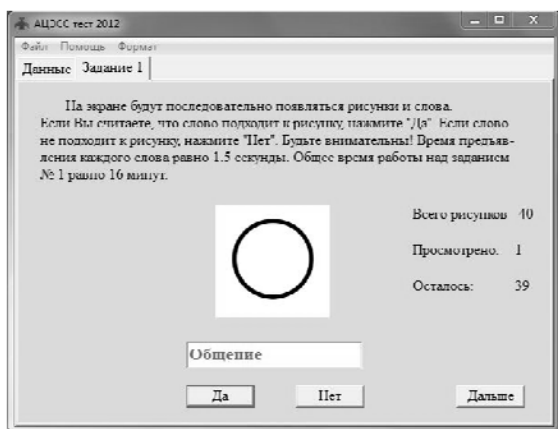


Рисунок – 4 Процедура исследования ассоциаций между образом символа и словами-стимулами

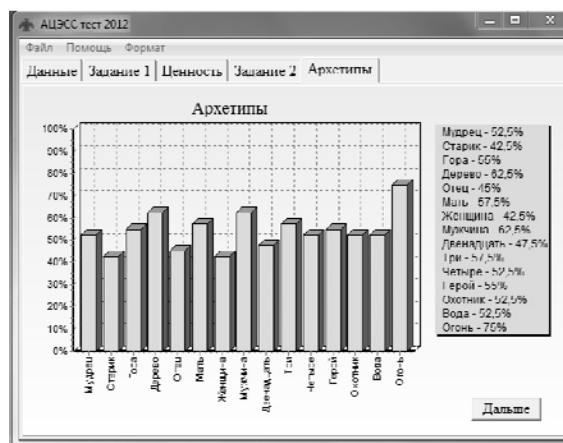


Рисунок – 5 Частота ассоциаций слов-стимулов с предъявляемыми символами

Третий этап – исследование ассоциативных связей между символами и архетипами. На этом этапе испытуемому предлагается уже известный набор состоящий из 40 символов и список, включающий 15 архетипов. Испытуемому предлагается установить ассоциации между символами и архетипами аналогичным первому этапу способом (рис.5).

Четвертый этап – исследование ассоциативных связей между символами и эмоциями. На этом этапе испытуемому вновь предлагаются эти же 40 символов и список, состоящий из 6 эмоций. Процедура исследования на четвертом этапе аналогична предыдущим двум – установление ассоциативных отношений между символами и эмоциями

испытуемого. Результаты исследования этого этапа также выводятся на экран монитора.

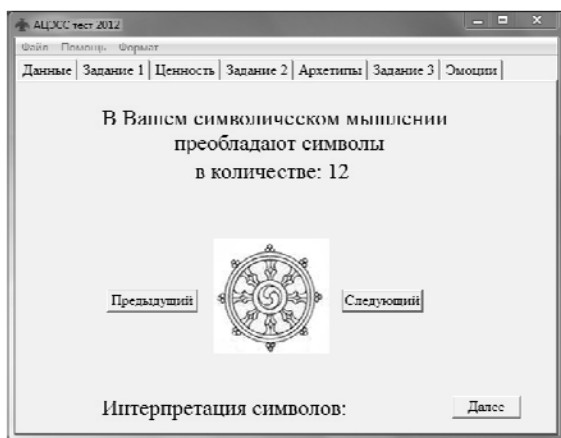


Рисунок – 6 Панель демонстрирующая количество высокочастотных символов

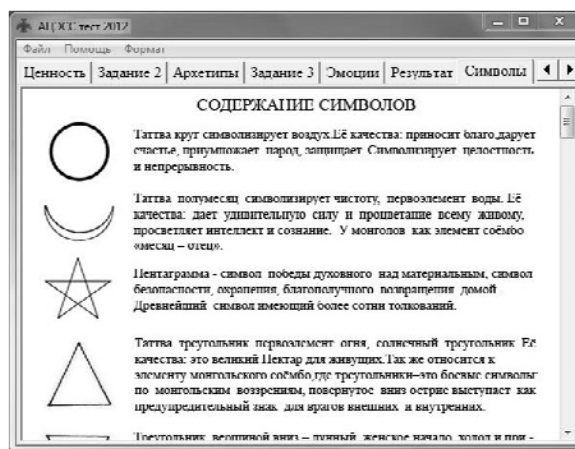


Рисунок – 7 Панель описания символов

Пятый этап. По окончании исследования испытуемый получает итоговый результат тестирования, с последующей интерпретацией содержания символов (рис. 6,7) и дополнительными пояснениями специалиста. Испытуемый на основании результатов тестирования получает информацию о преобладающих в его символическом мышлении символах, и об их ценностно-архетипическом содержании.

Шестой этап. Завершающим этапом работы с электронной программой АЦЭСС-тест 2012 является внесение индивидуальных результатов исследования в базу данных (формат Excel). Здесь же возможны первичные математические расчеты.

В настоящее время электронная программа проходит апробацию в рамках курсовых психодиагностических исследований.

Литература

1. Архангельский А.Я. Программирование в Delphi 7. – М., 2004.
2. Delphi 7. Учебный курс./Под ред. С.И.Бобровского. – СПб.: Питер, 2003.
3. Программирование на Delphi [Электронный ресурс] <http://delphi.od.ua/article/view/Algorithms.html>
4. Купер Дж. Энциклопедия символов. – М., 1995. – 401 с.

ПРОФИЛАКТИКА ПСИХОСОМАТИЧЕСКИХ НАРУШЕНИЙ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ГЕНЕЗА В ДОШКОЛЬНОМ ВОЗРАСТЕ: ПРЕВЕНТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

*О. А. Белобрыкина**, *Г. А. Горшечникова***, *М. Г. Чухрова****

*Новосибирский государственный педагогический университет,

**ООО Авторская одежда «Хэлен Ма-Ва», Новосибирск,

***Новосибирский государственный педагогический университет

Проблема здоровья подрастающего поколения приобретает особую значимость в ситуации глобально-кризисных изменений, происходящих в общественном развитии. Такими тотальными – экологическими, демографическими, экономическими, социальными и пр. – преобразованиями отличается современная российская действительность, что закономерно актуализирует задачу сохранения и реабилитации здоровья детского населения. Статус приоритетности эта задача приобретает и в связи с тем, что специалисты в области детской медицины отмечают наблюдаемую в последние десятилетия динамику устойчивых негативных тенденций в состоянии здоровья детей. Фиксируемые отклонения становятся с каждым годом более распространенными и более выраженными, причем значительную долю в их общем количестве составляют психосоматические нарушения эмоционального генеза [1; 2].

Психосоматические нарушения, имеющие в основе эмоциональные (аффективные) расстройства, в значительной степени влияют на формирование личности, рост и развитие детей, т.к. эмоции представляют собой первичную форму психического отражения (Платонов К.К., 1982), и чем младше ребенок, тем в большей степени это отражение реализуется сомато-вегетативно-инстинктивным уровнем психического реагирования (Ковалев В.В., 1985). Следует отметить, что по данным клинических, социологических, психологических исследований, прецедентов психотерапевтической практики (Семаго Н.Я., Семаго М.М., 2000; Антропов Ю.Ф. Шевченко Ю.С., 2002; Регуш Л.А., 2006; Башкирева Т.В., 2007; Войцеховская Ж.И., 2008; и др.), с каждым годом возрастает численность детей, состояние здоровья которых можно охарактеризовать как пограничное относительно нормы. Зачастую эти состояния носят скрытый (латентный) характер, а специфика их распознавания затруднена для категориального аппарата нозологической парадигмы, что не дает оснований для назначения лечебных процедур, и, соответственно такие дети остаются «вне поля зрения и позитивного вмешательства психологии, педагогики и медицины» [10, с. 91].

Специалисты единодушны во мнении, что субъективное состояние ребенка имеет непосредственную связь с окружающей его обста-

новкой [9; 11; 12; 13]. Эксперты Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) констатируют, что нарушения психосоматического здоровья чаще отмечаются у детей, живущих в ситуации дисгармоничных отношений со взрослыми. Наиболее распространенный класс нарушений здоровья в детском возрасте составляют психогении – мягкие, обратимые расстройства психической деятельности [2; 6; 11; 14]. В этиологии психогений, полагают В.И.Слободчиков и А.В.Шувалов (2001), в качестве наиболее существенного рассматривается фактор искаженных отношений с другими людьми, включая как кратковременное, но интенсивное, непосредственное травмирующее воздействие, так и продолжительное во времени латентное болезнетворное влияние или недостаточность полноценного общения. Данный класс психогений интерпретируется как патологическая форма психического развития ребенка, генерируемая в системе реальных связей и отношений, в первую очередь, со значимыми взрослыми – родителями. Последствия психогений для здоровья человека могут быть внешне неочевидны и отсрочены во времени. С клинической точки зрения, иницируемые дисфункцией детско-родительских отношений, переживания ребенка представляют собой состояния предболезни: то, что еще не стало психическим заболеванием, но уже перестало быть психологическим здоровьем [8; 11; 14]. В исследованиях детского возраста (Запорожец А.В., 2008; Винникотт Д.В., 2004; Изотова Е.И., Никифорова Е.В., 2004; Белобрыкина О.А., 2005; Регуш Л.А., 2006; и др.) накоплены многочисленные данные о том, что полученный в детстве опыт отражается на общем эмоциональном развитии ребенка. Кроме того, негативный опыт обуславливает возникновение трудностей в вербализации собственных переживаний, обедняет словарь, относящийся к аффективной жизни, провоцирует возникновение аффектогенных соматических расстройств [2; 6; 9; 10].

Наиболее чувствительным к эмоциональному компоненту межличностного взаимодействия оказывается дошкольный возраст. В этот период, как утверждают В.В.Зеньковский (1996), М.И.Лисина (1997), В.В.Абраменкова (1999), М.В.Осорина (2008) и ряд других авторов, актуализируются потребности во взаимопонимании и сопереживании, детерминирующие возникновение и развитие новых форм и уровней общения со взрослыми и сверстниками. На протяжении дошкольного детства происходит ряд закономерных изменений в эмоциональной сфере, обусловленных ее усложнением и обогащением, в частности, расширяется диапазон распознаваемых эмоций, возникают новые эмоции и чувства – социальные, познавательные, эстетические и пр. [12; 17].

Исследования А.В.Запорожца (2008), Е.Е.Кравцовой (1996) свидетельствуют, что центральной функцией дошкольного возраста являются именно эмоции, а магистральная линия развития связана с развитием произвольности в эмоциональной сфере. Специфическими средствами эмоционального развития дошкольника выступают игра (имитационная, образная, сюжетно-ролевая, режиссерская и т.п.), продуктивные виды детской деятельности (аппликация, рисование, конструирование), общение со взрослыми и сверстниками [12; 15; 19; 23].

Д.Б.Эльконин (1995), Е.Е.Кравцова (1996), Л.С.Выготский (2003) называют игру школой эмоций и социальных отношений. Психическим базисом игры В.В.Зеньковский (1995) признает эмоциональную сферу. Причем неизменным атрибутом детской игры и одной из констант существования детства в его знаково-символической форме, является игрушка [13; 26; 27]. Именно игра и игрушка представляют собой информативно нагруженные индикаторы эмоционального состояния ребенка. Однако, как свидетельствуют эмпирические исследования (Абраменкова В.В., 1999; Лидин К.Л., 2006; Белобрыкина О.А., 2008), не все игрушки и игровые материалы позволяют структурировать тип и степень детской экспрессии, нормализовать эмоциональную сферу ребенка, амплифицировать коммуникативный потенциал.

Заметим, что в общей линии эмоционального развития дошкольника особое место занимает формирование половой и телесной идентичности как залог соматического благополучия ребенка. Половая идентичность – это динамичная структура, интегрирующая отдельные стороны личности, связанные с осознанием и переживанием ребенком себя как представителя определенного пола в единое целое без потери их своеобразия [23; 30]. К трем годам ребенок начинает понимать, кто он – девочка или мальчик. По мнению В.Е.Кагана (1988), Н.Л.Белопольской (2002) и других авторов, устойчивыми признаками половой идентификации в детском возрасте могут выступать: а) предпочтение игрушек и игровых ролей, соответствующих половой принадлежности ребенка; б) стремление одеваться и вести себя по типу половой принадлежности; в) осознание того, что мальчики становятся мужчинами, а девочки – женщинами и, что принадлежность к полу сохраняется, независимо от возникающих ситуаций или личных желаний ребенка. Половая идентичность основывается на соматических признаках (образ тела), на поведенческих и характерологических свойствах, оцениваемых по степени их соответствия или несоответствия нормативному стереотипу поведения мужчин и женщин. Считает-

ся, что в норме к 5 годам у ребенка должен сформироваться позитивный образ собственного тела [21; 23; 32].

Однако, вместе с позитивными аспектами личностного развития, именно в дошкольном возрасте чаще всего фиксируются и первичные манифестационные формы дизонтогенеза, обусловленные разной степенью выраженности эмоциональной депривации в микросоциальном окружении ребенка (Семаго Н.Я., Семаго М.М., 2000; Слободчиков В.И., Шувалов А.В., 2001; Регуш, Л.А., 2006; Войцеховская Ж.И., 2008), и имеющие, в том числе, соматические проявления, такие как гипердинамический синдром, моносимптоматические двигательные соматовегетативные синдромы (системные неврозы, по В.Н.Мясищеву), астматическая компонента, логоневрозы, тики, патологические привычные действия (сосание пальца, яктация, мастурбация, онихофагия, трихотилломания) и т.п. (Ковалев В.В., 1985; Антропов Ю.Ф. Шевченко Ю.С., 2002; Исаев Д.Н., 2005; Александровский Ю.А., 2006).

В связи с этим очевидна чрезвычайная роль превентивных мер, направленных на профилактику возникновения у детей психосоматических заболеваний, обусловленных спецификой эмоционального компонента в системе отношений «ребенок – взрослый». Выбор психопрофилактических средств и достижение их эффективности предполагает системную основу, в которую должны быть включены:

1) учет факторов формирования психосоматического здоровья личности в раннем онтогенезе;

2) учет закономерностей онтогенетического развития ребенка в дошкольный период детства (чувствительность и восприимчивость, эмоциональная лабильность, познавательная активность, ситуативно-личностный уровень общения со взрослыми, творческая основа деятельности и т.п.);

3) учет значимых для дошкольника социально-психологических условий и факторов психического развития (игра и игрушка, продуктивно-творческие виды деятельности, эмоционально позитивный компонент межличностного взаимодействия со взрослыми и сверстниками, эффект новизны и пр.);

4) понимание возрастных факторов риска психического развития.

На наш взгляд значительным превентивным ресурсом обладает одежда, которую вполне правомерно рассматривать и как инновационное психолого-педагогическое и медико-социальное средство профилактики психосоматических нарушений у детей. Это обосновано рядом обстоятельств. Во-первых, одежда с древнейших времен удовлетворяет не только утилитарно-практические нужды, выступая одним из средств, без которых невозможна повседневность челове-

ской жизнедеятельности, но и оказывает особое социально-психологическое, аффективно-регуляторное, коммуникативно-информационное, семантико-семиотическое и т.п. воздействие на личность, на жизненную эффективность человека. Во-вторых, влияние одежды на человека многофункционально: она – есть одновременно и отражение личности, и способ формирования стиля ее поведения. В-третьих, одежда несет особую информационную нагрузку в общении, свидетельствуя о характере, темпераменте, состоянии, настроении и отношениях ее владельца; о национальной, статусной, социально-групповой, профессиональной и т.п. принадлежности человека; об особенностях его культурной, нравственной, эстетической направленности и т.п.

Полифункциональное значение одежды определяет ее роль и потенциал в сохранении и укреплении психофизического здоровья человека, и особенно начиная с детского возраста, когда в систему детерминант здоровья ребенка, кроме эндогенных факторов, включается комплекс экзогенных параметров – средовая (социальная) обусловленность, культура, система воспитания, общение, психологический климат семьи и т.д. Именно дети, зачастую, оказываются самыми незащищенными от негативного влияния социально-психологических факторов на их здоровье и, в первую очередь, на эмоциональное состояние.

Немаловажное значение в определении превентивного потенциала одежды имеет и факт того, что ее многообразные аспекты являются предметом изучения в разных направлениях науки, техники и производства. Так, например, в разных областях психологии исследуется влияние одежды на личность, на ее самооценку, потребности, установки, социальные стереотипы, возрастные и половые особенности, субъективное отношение к одежде [33].

Спектр изучения одежды в медицинских целях не столь обширен и часто носит междисциплинарный характер. В частности, в психотерапевтической области медицины исследуются возможности применения иллюзий зрительного восприятия в одежде для коррекции определенных особенностей фигуры человека. На стыке психологии, медицины и психофизиологии изучаются эмоциональные переживания человека, вызванные одеждой, хотя эмоции являются малоизученными компонентами психологической комфортности, хотя и субъективно весьма значимыми. Однако моделирование и конструирование одежды с учетом данных психофизиологических исследований в нашей стране практически не ведется. Вместе с тем, в последние годы актуализировался интерес к терапевтическим возможностям одежды (Соловьева И., 2010), попытка исследования кото-

рых осуществляется на стыке психотерапии (артерапия, имидж-терапия) и психологии личности.

Одно из направлений психологии здоровья так же сфокусировано на исследовании позитивного (благоприятного)/негативного влияния моды на здоровье, самочувствие взрослых и детей. Полученные результаты свидетельствуют, что «погоня» за модой в подростковом возрасте и юности, использование одежды как манифестационных средств самовыражения, приводит к возникновению хронических заболеваний, проявляющихся в последующих возрастах. Выявлено так же, что изменяя свой внешний вид при помощи одежды, человек способствует перемене рабочего ритма своего организма, что приводит ко многим проблемам со здоровьем [35].

На стыке медицины и педагогики одежда изучается в контексте ее соответствия гигиеническим и экологическим требованиям. В центре внимания оказываются такие параметры одежды для детей и взрослых как гигиеничность, безопасность, удобство, целесообразность, практичность, качество. В педагогике смысловой аспект одежды, наряду с гигиеническим и экологическим, центрируется на ее эстетическом и воспитательном компонентах. Важными показателями в этом направлении выступают: бережное отношение ребенка к вещам и соблюдение им правил личной гигиены; содержание одежды в чистоте; воспитание таких качеств личности как аккуратность, трудолюбие, ответственность и пр.; формирование у детей чувства прекрасного и т.п.

На стыке педагогики и технологии производства детской одежды в последние годы исследуется развивающая функция детской одежды. Понятие «развивающая одежда» впервые было упомянуто компанией «ЭттиДетти», замысел которой состоял в том, что расположенные на изделиях яркие аппликации оказывают развивающее воздействие на детей. Авторы проекта отмечают, что ими «впервые в истории моды была создана развивающая одежда – каждую модель коллекции украшают принты, аппликации и вышивки в виде героев, явлений, схем, знаков, букв и даже целых текстов, призванных открывать новое и развивать» [36]. Однако, как свидетельствует знакомство с моделями, предлагаемыми компанией «ЭттиДетти», развивающая функция сводится по преимуществу к эстетическому компоненту предлагаемой ими детской одежды, а аппликативные формы носят статичный характер.

Однако, как свидетельствует анализ научных источников, в современной медицине, психологии и педагогике практически не ведется исследований в области изучения одежды как превентивного средства, в том числе в целях профилактики психосоматических

расстройств в детском возрасте. Все это определяет актуальность создания особых моделей детской одежды, позволяющих использовать их для достижения психопрофилактического эффекта. Идея создания такой одежды реализуется ООО Авторская одежда «Хэлен Ма-Ва». В основу разработки моделей детской одежды положены следующие принципы:

1. Здоровьесберегающего соответствия.
2. Возрастной целесообразности.
3. Полифункциональности.
4. Развивающего начала.
5. Игровой состоятельности.
6. Творческой ориентации.
7. Коммуникативной обеспеченности.
8. Репрезентативной функциональности (тактильно-кинестетическая, визуальная, дигитальная).
9. Междисциплинарного подхода.

Специфика детской одежды, изготавливаемой ООО Авторская одежда «Хэлен Ма-Ва», состоит в оснащении моделей сменными элементами и мобильными

апликациями, размещаемыми в специальном углублении (патент Российской Федерации № 110522 «Устройство для размещения декоративных украшений на элементах текстиля»).

Элементы-фигурки и аппликации обладают рядом отличительных характеристик. Они: а) вариативны по исполнению; б) несут определенную информацию об актуальном эмоциональном состоянии (обозначают базовые эмоции: радость, грусть, удивление и пр.) ребенка; в) символизируют позитивное эмоциональное отношение (любви, семейной принадлежности) в образной форме (солнышко, сердечко, зайчишка и пр.); г) обладают динамичностью, благодаря которой ребенок может действовать с ними по собственному замыслу (например, снимать, перемещать, видоизменять, обмениваться с другими и т.п.) [37]. В целом, используемые в детской одежде специальные элементы и устройства, позволяют:





1) реализовать эмоционально положительное взаимодействие взрослого (родителя, педагога) с ребенком;

2) ребенку оповестить окружающих о своем эмоциональном состоянии;

3) при необходимости осуществить элементарную самокоррекцию своего эмоционального состояния;

4) достичь эмоционально позитивного самочувствия ребенка за счет конгруэнтности коммуникативного взаимодействия со взрослым (родителем, педагогом);

лем, педагогом);

5) активизировать развитие у ребенка моторных навыков и пространственного мышления;

6) обогатить словарный запас (пассивный и активный) ребенка словами и понятиями эмоционально-коммуникативного содержания.

7) повысить компетентность межличностного взаимодействия в диадах «взрослый – ребенок», «ребенок – ребенок».

Созданные опытные образцы получили одобрение со стороны специалистов дошкольных образовательных учреждений, родителей, широкой общественности и экспертных групп ряда конкурсов инновационных проектов (Технопарк Новосибирского Академгородка «ФАКЕЛ – 2011»; Межрегиональный конкурс «Мега-Сибирь – мегамир инноваций» НСО), что свидетельствует о необходимости продолжения работы в данном направлении.

Литература

1. Баранов А.А., Щеплягина Л.А., Ильин А.Г., Кучма В.Р. Состояние здоровья детей как фактор национальной безопасности // Российский педиатрический журнал. 2005. № 2. С. 4-8.
2. Исаев Д.Н. Эмоциональный стресс. Психосоматические и соматопсихические расстройства у детей. СПб.: Речь, 2005. 400 с.
3. Платонов К.К., Система психологии и теория отражения М.: Наука, 1982. 309 с.
4. Ковалев В.В. Семиотика и диагностика психических заболеваний у детей и подростков. М.: Медицина, 1985. 288с.
5. Семаго Н.Я., Семаго М.М. Проблемные дети: основы диагностической и коррекционной работы психолога. М.: АРКТИ, 2000. 208 с.
6. Антропов Ю.Ф. Шевченко Ю.С. Лечение детей с психосоматическими расстройствами. СПб.: Речь, 2002. 560 с.
7. Регуш Л.А. Проблемы психического развития и их предупреждение (от рождения до пожилого возраста). СПб.: Речь, 2006. 320 с.
8. Башкирева Т.В. Общие критерии психического, психологического, социального здоровья // Мир психологии. 2007. № 2. С. 140-151.

9. Войцеховская Ж.И. Роль социальных и семейных факторов в формировании здоровья потомства //Электронный научный журнал «Социальные аспекты здоровья населения». 2008 (8). № 4. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://vestnik.mednet.ru>
10. Слободчиков В.И., Шувалов А.В. Антропологический подход к решению проблемы психологического здоровья детей //Вопросы психологии. 2001, № 4. С. 91-105.
11. Захаров А.И. Происхождение детских неврозов и психотерапия. М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. 448 с.
12. Изотова Е.И., Никифорова Е.В. Эмоциональная сфера ребенка: Теория и практика. М.: Академия, 2004. 288 с.
13. Винникотт Д.В. Семья и развитие личности: Мать и дитя. Екатеринбург: «ЛИТУР», 2004. 400 с.
14. Александровский Ю.А. Пограничная психиатрия. М.: РЛС, 2006. 1280 с.
15. Запорожец, А.В. Избранные психологические труды. М.: Директ-Медиа, 2008. 1287 с.
16. Изард К.Э. Психология эмоций. СПб.: Питер, 2002. 464 с.
17. Белобрыкина, О.А. Специфика распознавания эмоций детьми старшего дошкольного возраста в зависимости от отношения матери к ребенку //Наука и образование: Материалы IX Всероссийской конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. В 6 т. Т.5. Ч.1: Психология и педагогика. Томск: ИНЛ ТГПУ, 2005. С. 59-71.
18. Зеньковский В.В. Психология детства. М.: Академия, 1996. 345 с.
19. Лисина М.И. Общение, личность и психика ребенка. М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: Изд-во НПО МОДЭК, 1997. 384 с.
20. Абраменкова В.В. Сорадование и сострадание в детской картине мира. М.: ЭКО, 1999. 224 с.
21. Осорина М.В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых. СПб.: Питер, 2008. 304 с.
22. Кравцова Е.Е. Психологические новообразования дошкольного возраста //Вопросы психологии. 1996. № 6. С.64-76.
23. Мухина В.С. Возрастная психология: Детство, отрочество, юность. М.: «Академия», 2000. 624 с.
24. Эльконин, Д.Б. Психическое развитие в детских возрастах. М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: Изд-во НПО МОДЭК, 1995. 416 с.
25. Выготский Л.С. Психология развития человека. М.: Смысл, ЭКСМО, 2003. 1136 с.
26. Аркин Е.А. Из истории игрушки //Дошкольное воспитание. 1995, № 3. С. 8-15.
27. Абраменкова В.В. Игры и игрушки наших детей: забава или пагуба?: современный ребенок в «игровой цивилизации». М.: Даниловский благовестник, 1999. 144 с.
28. Лидин К.Л. К вопросу о психологической экспертизе игрушек (на примере куклы Барби) //Развитие человека в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практической конференции /Под науч. ред. О.А.Белобрыкиной, О.А.Шамшиковой. Новосибирск: Изд. НГПУ, 2006. С. 129-140.
29. Белобрыкина О.А. Игрушка как условие нормализации психологического здоровья ребенка //Психологическое здоровье как условие самореализации личности /Под ред. М.И.Кошеновой, В.М.Физикова. Омск: ОмГПУ, 2008 С.125-138.

30. Кон И.С. Психология половых различий //Вопросы психологии. 1981. № 2. С. 47-57.
31. Каган В.Е., Исаев Д.Н. Половое воспитание детей. М.: Медицина. 1988. 1000 с.
32. Белопольская Н.Л. Половозрастная идентификация. Методика исследования детского самосознания: Руководство. М.: Когито-Центр, 2002. 24 с.
33. Психология одежды [Электронный ресурс] //Режим доступа //http://www.plechnoe.ru/psihology.php
34. Соловьева И. Тело глазами души //Наша психология. – 2010. – 11 (45) [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.psyh.ru
35. Ярмама [Электронный ресурс] Режим доступа: http:// www.yarmama.com
36. Развивающая одежда от компании «ЭттиДетти» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.etti-detti.ru
37. ООО Авторская одежда «Хэлен Ма-Ва» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://vkontakte.ru/helenmava; http://vk.com/helenmava.

Н. Я. ГРОТ: К ИСТОКАМ СУЩНОСТИ ЭМОЦИЙ

О. А. Байгужинова

Новосибирский государственный педагогический университет

Научный руководитель: О.А.Белобрыкина, к.психол.н., доц.

Начиная со второй половины XIX века в отечественной психологии создаются первые представления о природе эмоций. В 1880 году, после защиты своей магистерской диссертации «Психология чувствований в её истории и главных основах», Н.Я.Грот публикует книгу «О психологии чувствований», в которой он представляет свою концепцию психологии чувствований. Причём, к основному названию книги учёным даётся весьма содержательный подзаголовок – «Основы анализа и синтеза чувствований для будущей психологии», отражающий не только смысловой контекст работы, но и выступающий в качестве ориентира в выборе направления психологического исследования [1]. Вне всякого сомнения, эта работа по праву может считаться фундаментальной для развития современных концепций, посвящённых проблеме эмоций.

Грот Николай Яковлевич (30 апреля 1852 – 4 июня 1899) – русский философ-идеалист и психолог. С 1886 года был профессором Московского университета, председателем основанного М.М. Троицким в 1885 году Московского психологического общества, с 1889 года – первым редактором журнала «Вопросы философии и психологии».

В работе «О психологии чувствований» в качестве основной единицы анализа душевной жизни Н.Я.Грот рассматривал категорию «психический оборот». Структура «психического оборота», по мнению автора, состоит из четырёх основных компонентов: ощущения,

чувствования, умственной переработки и волевого решения, переходящего в действие. Чувствования, полагал учёный, представляют собой результат субъективной оценки ощущений. Основой для образования различных чувствований он считает «отношение работы какой-нибудь ткани организма к её энергии» [2, с. 73]. В норме, полагает ученый, динамика развития чувствований разворачивается следующим образом: чувствование начинается с отрицательного страдания (потребность, лишение), затем переходит в положительное удовольствие (наслаждение, работа), впоследствии происходит переход в положительное страдание (усталость, истощение), и наконец, в отрицательное удовольствие (отдых, восстановление). Явления удовольствия и страдания могут быть определены как явления сознания, которые вытекают из субъективной оценки гармонии или дисгармонии каких-либо отношений. Ощущения служат показателями того, что происходит в органах человека под влиянием разнообразных действий внешней среды [1].

В концепции Н.Я. Грота была заложена значимая для отечественной психологии традиция, направленная на исследование проблемы переживания и его роли в процессе социального становления и развития личности. Позднее пристальное внимание к проблеме эмоций в отечественной школе психологии было обращено А.Н.Леонтьевым (1971), Б.И.Додоновым (1978), Ф.Е.Василюком (1984), С.Л.Рубинштейном (2003) и др. Так, Б.И.Додонов в работе «Эмоция как ценность», рассматривая направленность в качестве ведущего компонента в структуре личности, указывал, что она имеет две стороны: морально-мировоззренческую и эмоциональную. Морально-мировоззренческое содержание направленности личности исследуется в качестве коллективистского и индивидуалистического типов направленности, а эмоциональная характеристика направленности анализируется как связанная с ориентацией личности на определённое качество отношений – переживаний [4]. Проблема переживания, в частности, нашла отражение в работе Ф.Е.Василюка «Психология переживания» (1984). Автор вводит понятие «переживание», содержание которого рассматривается им как внутренняя деятельность личности по принятию фактов и событий жизни, по установлению смыслового соответствия между сознанием и бытием, а также обретению внутренней, смысловой разрешённости действия. Переживание – это особая деятельность, которая позволяет соотнести систему отношений «субъект – окружающий мир». Ф.Е.Василюк полагает, что процесс переживания и его характеристики зависят как от внешнего мира (восприятия его субъектом), так и от внутреннего мира самого субъекта, и на этой основе он разрабатывает типологию жизненных

миров человека. Первый тип исследователь характеризует как «внутренне простой и внешне лёгкий». Внутренний мир человека рассматривается им как простой в случае, когда у субъекта в каждый момент времени существует только одна актуализированная потребность. Внешний мир рассматривается как лёгкий в ситуации, когда удовлетворение потребности происходит сразу при её возникновении. Такому типу соответствует установка на «здесь и теперь» удовлетворение потребности. Целью и высшей ценностью такого типа жизни является удовольствие.

Второй тип может быть охарактеризован как «внешне трудный и внутренне простой жизненный мир». В ситуации «трудного мира» субъекту приходится признать, что удовлетворение потребности возможно «там» и «потом», однако по внутреннему строению этот жизненный мир по-прежнему остаётся простым. Соответствующий этому случаю тип переживания называется реалистическим, основанным на механизме терпения. Основной вопрос, стоящий перед субъектом в этом случае «Как достичь?».

Третий тип – «внутренне сложный и внешне лёгкий жизненный мир». «Лёгкий внешний мир» позволяет личности мгновенно осуществлять деятельность по достижению мотива. «Сложность внутреннего мира» заключается в «сопряжённости» отдельных его единиц (жизненных отношений) во внутреннем пространстве и времени. Здесь, полагает автор, в определённом порядке взаимодействуют многие жизненные отношения («то и это»). В отличие от предыдущего типа, субъект уже способен удерживать во внимании несколько целей, отношений, задач. Внутренней необходимостью для субъекта является достижение внутренней согласованности, сопряжённости единиц внутреннего мира в пространстве и времени. Главная проблема и направленность «внутренне сложной жизни» состоит для субъекта в том, чтобы избавиться от мучительной необходимости постоянных выборов и выработать психологический «орган» овладения сложностью, который обладал бы мерой измерения значимости мотивов и способностью скреплять жизненные отношения в целостность индивидуальной жизни. Это есть не что иное, как ценностное сознание. По мере развития ценностного сознания ценности могут преобразовываться в смыслообразующие мотивы. Ценностное переживание, свойственное данному типу жизненного мира, представляет собой внутреннюю работу личности по становлению мотивационно-ценностной системы, её иерархизации, перестройке. В процессе такой внутренней работы в сознании человека происходит осмысление собственной системы ценностей, отделение главного от малозначимого.

Четвёртый тип Ф.Е.Василюк обозначает как «внутренне сложный и внешне трудный» жизненный мир. Здесь деятельность субъекта осложнена и внутренними колебаниями, и внешними трудностями, которые могут тормозить реализацию выбранного действия. Внутренней необходимостью для человека в данном случае является реализация своего жизненного замысла, того, что им ощущается как дело жизни. Одна из основных функций воли состоит в том, чтобы не дать борьбе мотивов остановить или отклонить активность субъекта. Характерный для данной ситуации вид переживания называется творческим, которое позволяет субъекту восстановить утраченную возможность жить и действовать, это – работа по самосозиданию, самостроительству личности.

В качестве базовых единиц анализа жизнедеятельности Ф.Е.Василюк выделяет ряд показателей, представляющих собой основные «внутренние необходимости»: 1) «здесь-и-теперь» удовлетворение; 2) реализация мотива (удовлетворение потребности); 3) упорядочение внутреннего мира; 4) самоактуализация. Необходимость в переживании, полагает автор, возникает у субъекта: (а) в особых – критических – жизненных ситуациях, при невозможности жить как раньше, реализовывать внутренние потребности своей жизни; (б) как некая восстановительная работа, поиска источников смысла дальнейшей жизни [5].

Отражение отдельных положений концепции эмоций Н.Я. Грота мы находим и в теории А.Н.Леонтьева (1971), который утверждает, что в общем виде функция эмоций может быть охарактеризована как соответствие «плюс – минус» санкционирования осуществлённой, осуществляющейся или предстоящей деятельности. То есть ключевыми показателями здесь выступают знаки «плюс» и «минус», которые, по сути, соответствуют заданным в концепции Н.Я.Грота понятиям «гармония» – «дисгармония», «положительное – отрицательное удовольствие» и «положительное – отрицательное страдание». Эмоции, полагает А.Н.Леонтьев, регулируют деятельность в соответствии с предвосхищаемыми результатами.

В рамках деятельностного подхода эмоции не подчиняют себе деятельность, а являются её результатом и «механизмом» её движения. Собственно эмоции, как пишет А.Н.Леонтьев, «представляют собой более длительные состояния, иногда лишь слабо проявляющиеся во внешнем поведении. Они имеют отчётливо выраженный ситуационный характер, то есть выражают оценочное личностное отношение к складывающимся или возможным ситуациям, к своей деятельности и своим проявлениям в них. Собственно эмоции носят отчётливо выраженный идеаторный характер, благодаря которому личность стано-

вится способной к антиципации (предвосхищению) ситуаций и событий, которые реально ещё не наступили, и возникают в связи с представлениями о пережитых или воображаемых ситуациях [3].

С точки зрения А.Н.Леонтьева, эмоциональные процессы дифференцируются по их продолжительности во времени. Так, самыми кратковременными являются аффекты, а самыми продолжительными – чувства. В отличие от теории Н.Я. Грота, который рассматривал «психический оборот» как совокупность сменяющих друг друга «оборотов» (ощущения, чувствования, умственная переработка и волевое решение, переходящее в действие), А.Н. Леонтьев к эмоциональным процессам относит аффекты, собственно эмоции и чувства. Вместе с тем, несмотря на некоторые различия, общность взглядов Н.Я.Грота и А.Н.Леонтьева состоит в рассмотрении таких различительных признаков чувств как их надситуативность, предметность и иерархизированность.

По мысли Н.Я. Грота, исходным моментом, определяющим природу эмоций, выступает установление связи, с одной стороны, между ходом событий, совершающихся в соответствии или вразрез с потребностями индивида, направленными на удовлетворение этих потребностей, а, с другой стороны, с течением внутренних органических процессов, которые захватывают основные витальные функции, от которых зависит жизнь организма в целом. Эмоциональные процессы, отмечает исследователь, принимают самое непосредственное участие в приобретении индивидуального опыта. В этом случае эмоции вызываются ситуациями и сигналами, которые предшествовали прямым, вызывающим эмоции воздействиям, что позволяет субъекту заблаговременно к ним подготовиться. Уровень энергетической активации организма, необходимый для осуществляемых эмоциональных функций, обеспечивается вегетативной нервной системой в её взаимодействии со структурами головного мозга, составляющими центральный нервный субстрат эмоций [1]. Позиция автора о физиологической основе эмоций прослеживается во взглядах А.Н. Леонтьева (1971), С.Л.Рубинштейна (2003). Так, А.Н. Леонтьев отмечает, что в процессе осуществления эмоций происходят изменения в деятельности различных органов. Они относятся к процессам внутренней регуляции поведения. Являясь субъективной формой выражения потребностей, эмоции предшествуют деятельности по их удовлетворению, побуждая и направляя её [3].

Переживание, с точки зрения С.Л.Рубинштейна, является душевным и духовным событием в жизни человека, укорененным в его индивидуальной истории. Он утверждал, что человек переживает только то, что с ним происходит и им совершается. Переживание отношения

человека к окружающему составляет сферу чувств и эмоций. Чувство С.Л. Рубинштейн определяет как отношение человека к миру, к тому, что он испытывает и делает в форме непосредственного переживания [6]. Следуя логике учёного, эмоции необходимо рассматривать как выражение определённого состояния субъекта и его отношение к объекту. Отличительной характеристикой эмоций учёный полагает их полярность, выраженную через положительный или отрицательный знак. По сути, полярность, выраженная в знаковом эквиваленте – есть то общее, что задаёт преемственность взглядов Н.Я.Грота, С.Л.Рубинштейна, А.Н.Леонтьева, Ф.Е.Васильюка на природу и сущность эмоций.

С.Л. Рубинштейн выделяет три уровня эмоционально-чувственной сферы:

1. Уровень органической эмоционально-аффективной чувствительности. Сюда относятся элементарные физические чувствования – удовольствия, неудовольствия, связанные по преимуществу с органическими потребностями.

2. Предметные чувства, соответствующие предметному восприятию и предметному действию. Здесь более высокий уровень осознания чувств, а также осознанное переживание отношения человека к миру. Возможна классификация этих чувств: интеллектуальные, эстетические, моральные.

3. Обобщённые чувства: чувство юмора, иронии, чувство возвышенного, трагического, выражающие общие более или менее устойчивые мировоззренческие установки личности [7].

Анализ позиций С.Л. Рубинштейна свидетельствует, что он, вслед за Н.Я.Гротом признаёт предметный характер чувств. Прослеживается и содержательная идентичность рассматриваемых С.Л. Рубинштейном уровней эмоциональной сферы и обозначенных Н.Я.Гротом ступеней развития чувствований. Так, первая ступень, по Н.Я.Гроту рассматривается как сочетание первоначальных чувствований с ощущениями чувствования, которые обнаруживают сознание их объективных причин и источников, и в связи с этим те же чувствования ассоциируются и интегрируются друг с другом в первичные чувства и волнения. Вторая ступень представляет собой соединение первичных чувств и волнений с ощущениями и идеями, и их последующее преобразование в чувства и волнения, которые обладают сознанием своих объектов, и в связи с этим они же ассоциируются и интегрируются друг с другом в чувства и волнения вторичного образования. Третья ступень заключается в соединении вторичных чувств и волнений с идеями, их преобразование в сложные чувства – идеи, и последующей аккумуляции, интеграции их друг с другом в чувства и волнения ещё

более сложного состава [1; 2]. Содержательное усложнение чувствований можно проследить по одной непрерывной линии как в концепции Н.Я. Грота, так и в концепции С.Л. Рубинштейна, в которых такие два рода сочетаний как чувствования между собой и чувствования (или чувства и волнения) с ощущениями (или идеями) тесно переплетены друг с другом.

Как отмечает А.Михалёва (2000), именно анализ чувства в связи с другими областями сознания привёл Н.Я. Грота к идее, что чувство и мысль – это две равноправные области душевной жизни человека – сферы объективного и субъективного восприятия. Анализируя душевные состояния личности, Н.Я. Грот обратил внимание, что они являются своеобразным барометром индивидуальной и социальной ее жизни. К числу таких душевных состояний он относил пессимистическое и оптимистическое настроение человека. По мысли исследователя, пессимизм и оптимизм характеризуются преобладанием неприятных или приятных чувств и соответствующим им строем мышления. Поэтому они не только выражают степень соответствия внешних и внутренних отношений (отношений между состоянием среды и потребностями личности), но и показывают, прогрессирует в конкретную эпоху человеческое общество или регрессирует. Учёный полагал, что пессимистическое и оптимистическое настроения способны только ослабить энергию деятельности личности. Пессимисты достигают этого результата, рисуя безнадежно мрачную картину своего будущего, а оптимисты ослабляют энергию деятельности личности своей самоуверенностью и надеждой на внешние силы [1].

Подводя краткий итог, отметим, что Николаю Яковлевичу принадлежит заслуга создания теории эмоционально-нравственного развития человека, и именно его работы стали отправной точкой в развитии ряда научных школ в российской психологии [8; 9]. Особенность подхода ученого состоит в том, что в основу личности была положена её эмоциональная детерминанта. Концепция «психического оборота» Н.Я.Грота стала базой для создания общей теории деятельностного подхода и научным фундаментом для ряда современных направлений в изучении сущности эмоций.

Литература

1. Грот Н.Я. Психология чувствований в ее истории и главных основах. СПб, 1879-1880 [Электронный ресурс] Режим доступа: http://kolesnikovx.narod.ru/psychology/grot_nikolai_yakovlevich/
2. Психология эмоций. Тексты / под ред. В.К.Вилюнаса, Ю.Б.Гиппенрейтер. М.: Изд-во МГУ, 1984. 288с.
3. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. М.: Высшая школа, 1971. 430с.

4. Додонов Б.И. Эмоция как ценность. М.: Политиздат, 1978. 272 с.
5. Василюк Ф.Е. Психология переживания. Анализ преодоления критических ситуаций. М.: Изд-во МГУ, 1984. 200с.
6. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. Человек и мир. СПб.: Питер, 2003. 512 с.
7. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: «Питер», 2000. 712 с.
8. Михалёва А. Николай Яковлевич Грот о личности // Развитие личности. 2000, № 2. С.71-85.
9. Клименченко С.Н. Эволюция и развитие философских взглядов Н.Я.Грота // Вестник МГТУ. 2006. № 4. С. 556-561.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ РУССКОГО ЧЕЛОВЕКА

А. О. Брагина

Новосибирский государственный педагогический университет

Научный руководитель: д.м.н. профессор М. Г. Чухрова

Первая попытка осмыслить национальный характер русских людей не умозрительно, но опираясь на конкретные сведения о нем, принадлежат философу Н.И. Надеждину. Работая в русском географическом обществе, в 1847 г., он предложил программу широкомасштабного описания силами самих русских людей «наблюденных и замеченных» особенностей народа всюду, «где только чувствуется Русь». При этом имелось в виду «разбор и оценка удельного достоинства ума и народной нравственности, как оно проявляется в составляющих народ личностях» [1]. Программа была разослана по различным губерниям, и добровольные собиратели сведений из числа учителей, чиновников, направляли в Общество сотни рукописей, где описывались умственные и нравственные особенности жителей великой империи. В числе материалов были характеристики языка, быта, особенностей материальной культуры, в которых фиксировались сведения о психическом складе и менталитете русского человека, его «идолах и идеалах». Спустя полвека, 14 мая 1895 г. И.А.Сикорский в своей речи, произнесенной в торжественном заседании Славянского благотворительного общества, раскрывает черты народного характера, духовные качества, достоинства и недостатки психологии славян, акцентируя внимание на том, что славяне вообще и русские, в частности, отличаются склонностью к внутреннему анализу, в особенности к анализу нравственному, проявляют великую силу в деле нравственного самосохранения. Особо отмечены автором религиозная и расовая терпимость славян. Развитое, человеческое чувство славян делает их беспристрастными и дает им возможность установить правильные отношения к чужим национальностям. Это чувство выражалось с неза-

памятных времен выдающейся и общепризнанной славянской добродетелью – гостеприимством, а впоследствии оно стало выражаться уважением ко всему иностранному, отсутствием духа партикуляризма и усвоением лучших сторон чужой культуры. Оно же, наконец, служит основанием веротерпимости и примирительного отношения к инородческим элементам, с которыми славяне соприкасаются и живут [2].

Самыми типическими чертами русского характера И.А.Сикорский называл скорбь, терпение и величие духа среди несчастий. «Славянская скорбь имеет свойства охранительного чувства, и в этом кроется ее высокое психологическое значение для нравственного здоровья; она оберегает душевный строй и обеспечивает незыблемость нравственного равновесия» [2].

Нами проведено исследование русского национального характера среди студентов новосибирских ВУЗов, всего 100 испытуемых 19-22 лет, методом интервьюирования и путем анкетирования с помощью собственного опросника, содержащего вопросы, раскрывающие характер человека, его привычки, его ценностные ориентации, его отношение к православной религии, отношение к «инородцам», к другим конфессиям, к власти и государству, к Родине, к наследию предков.

Сравнивая исторические описания характера русского племени и других племен славянской расы (Надеждин Н.И., Сикорский И.А.), мы обнаружили те же основные черты, которые отмечались много веков назад: то же славянское миролюбие и гостеприимство, ту же любовь к труду, те же семейные добродетели, тот же идеализм, патриотизм, ту же славянскую рознь и ту же нерешительность характера, которые отличали большую часть славян в течение тысяч лет их исторической жизни. Механизм формирования религиозной идентичности тесно связан с конструированием социальных общностей, самосознания и самооценки, с социально-психологическими характеристиками личности. Потребность в высшей силе и поддержке испытывают более 50% опрошенных молодых людей. Это указывает на неуверенность в завтрашнем дне, на сниженную ответственность.

В 1948 г. великий русский мыслитель И.А. Ильин в своем знаменитом эссе «О русской идее» утверждает, что «главное в жизни есть любовь, и именно любовью строится совместная жизнь на земле, ибо из любви рождается вера и вся культура духа ... Любовь есть основная духовно-творческая сила русской души. Без любви русский человек есть неудавшееся существо. Цивилизующие суррогаты любви (долг, дисциплина, формальная лояльность, гипноз внешней законопослушности) – сами по себе ему мало свойственны. Без любви – он или ле-

ниво прозябает, или склоняется ко вседозволенности. Ни во что не веруя, русский человек становится пустым существом, без идеала и без цели» [3]. Эти мысли очень актуальны сегодня, когда наблюдается повсеместное падение духовно-нравственных идеалов среди молодежи, подмена их прагматизмом, потребительством, иждивенчеством. Необходимо оздоровление самого духа нации, которая, по словам Н.М.Карамзина, смелостью и мужеством снискала господство над шестую частью мира и достойна великого будущего [4]. Тонкое чувство славянской природы, дающее возможность проникать глубоко и видеть вещи в их настоящем свете, делает славянина равно свободным как от сентиментальности, так и от пессимизма, поддерживает в его душе непоколебимую веру в лучшее будущее [3].

Так же, невозможно представить состоявшегося человека без памяти о прожитых годах, поскольку память – это инструмент, посредством чего человек может ориентироваться в существующей действительности только благодаря опыту, накопленному в течение прожитых лет, и также опыту, который человек воспринимает от своих предков: родителей, дедов, прадедов. Человек без знания исторических фактов, зачастую лишается возможности чувствовать себя единой общностью, народом, который живет в унисон с людьми из одного народа. Эта общая память поднимала народ на защиту своих земель от иноземных захватчиков, консолидировала людей в единый организм для защиты общих интересов. Большинство опрошенных считают главной ценностью в жизни семью, детей и родственников, что так же характеризует национальные привычки русского народа.

Однако обнаружили тревожные тенденции, а именно: чувство неполноценности, неуверенности, преклонение перед «западом», искаженное понимание русской истории, слепое следование навязанным СМИ «цивилизованным» стереотипам, которые противоречат культуре русского народа: обособленность, индивидуализм, соперничество, стремление к наживе. При этом отсутствовало чувство гордости за свою принадлежность к русской нации.

Проведенное исследование показывает, что современному русскому человеку необходима потерянная в силу исторических, политических и иных обстоятельств национальная гордость, он должен покончить с навязанным ему чувством неполноценности. Тысячелетней героической историей русский народ доказал свое величие. «Будущее покажет мерку для оценки того, что даст человечеству этот удивительный славянский гений с его пылкой верой, с его глубоким чутьем, с его особенными воззрениями на жизнь и смерть, с его потребностью мученичества, с его жадой идеалов», полагал Эрнест Ренан, французский историк и философ [5]. Эта тонкая глубокомыслен-

ленная характеристика обозначает существенные черты психологии славян и вводит нас в мир новых и старых фактов из жизни великой расы, к которой все мы имеем честь и счастье принадлежать.

Литература

1. Надеждин Н.И. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.perunica.ru/etnos/1919-nadezhdin-ni-ob-yetnograficheskom>
2. Сикорский И.А. Черты из психологии славян [Электронный ресурс] Режим доступа: http://old-ru.ru/articles/art_50.htm
3. Ильин И.А. О русской идее. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://old-ru.ru/articles/art_9.htm
4. Карамзин Н.М. Записка о древней и новой России в ее политическом и гражданском отношениях [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ru.wikisource.org/w/index.php?title>
5. Ренан Э. Что такое нация? Доклад, прочитанный в Сорбонне 11-го марта 1882 г. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.hrono.ru/statii/2006/renan_naci.php

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ БЕЛОРУССКОЙ, РОССИЙСКОЙ И УКРАИНСКОЙ МОЛОДЕЖИ

О. П. Булойчик, Е. М. Семёнова

Филиал Российского государственного социального университета
в г. Минске

Изучение проблем субъективного благополучия определяется важностью научной информации для разработки государственной политики, направленной на поддержку инициативы и творчества молодежи, укрепление психологического здоровья и улучшение адаптационного потенциала. Переживание субъективного благополучия является одним из индикаторов, позволяющих делать вывод о характере отношений между людьми, а также о социально-психологической дистанции между ними.

Понятие «субъективное благополучие», широко используемое в зарубежной психологической литературе, появилось в отечественной психологии недавно. В нашей стране проблема субъективного благополучия практически не изучена, хотя имеет глубокие исторические корни (Августин Аврелий, Л.Н.Толстой) Оценка человеком своей жизни, его эмоциональное отношение к ней являлись темой многих философских, социологических и психологических исследований. Определение субъективного благополучия, содержащиеся в работах различных авторов (Р.Шамионов, М.Аргайл, И.Джидарьян, Г.Пучкова и др.) можно сгруппировать в три категории:

- *нормативное благополучие*, которое определяется по внешним критериям, таким как добродетельная «правильная» жизнь;
- *удовлетворенность жизнью*, которая связывается со стандартами человека в отношении того, что является хорошей жизнью;
- *превосходство положительных эмоций над отрицательными эмоциями*.

Понятие субъективного благополучия неоднозначно, но можно выделить его универсальные признаки: 1) субъективность, которая означает, что субъективное благополучие существует внутри индивидуального опыта; 2) позитивность измерения. Субъективное благополучие – это не просто отсутствие негативных факторов, но и наличие определенных позитивных показателей жизни.

Как показано в работах Л.В.Куликова - субъективное благополучие понимается как «обобщенное и относительно устойчивое переживание, имеющее особую значимость для личности. Именно оно в большей степени определяет характеристики доминирующего психического состояния: благоприятного состояния – способствующего согласованному протеканию психических процессов, успешному поведению, поддерживающему психическое и физическое здоровье, или, напротив, неблагоприятного» [1].

Феномен субъективного благополучия, прежде всего, отражает отношение личности к своей возможности удовлетворения потребностей и ее способность приспосабливаться к внешним изменениям, событиям жизни и самому себе. Д.А.Леонтьев считает, что «главное не то, на каком уровне человек проводит большую часть своего времени, а то, на каком уровне он принимает решения в ключевые моменты своей жизни» [2].

Обращение к психологической традиции и анализу различных подходов к пониманию изучаемого явления позволяет предложить следующее его определение: *субъективное благополучие – понятие, выражающее собственное отношение человека к своей личности, жизни и процессам, имеющим важное для нее значение с точки зрения усвоенных нормативных представлений о «благополучной» внешней и внутренней среде, и характеризующееся переживанием удовлетворенности* [3].

В эмпирическом исследовании, направленном на выявление субъективного благополучия, приняли участие 126 белорусов, 105 украинцев и 125 россиян - студентов высших учебных заведений городов Минска, Киева и Москвы. Для изучения субъективного благополучия использовался опросник «Шкала субъективного благополучия» М.В.Соколовой.

По результатам проведенного сравнительного анализа данных, полученных на трех выборках, было установлено, что молодые люди Беларуси, Украины и России значимо отличаются между собой лишь по некоторым шкалам – это напряженность и чувствительность ($p=0,036$), проявления психоэмоциональной симптоматики ($p=0,000$), значимость социального окружения ($p=0,05$). Российской молодежи в большей степени, чем украинской и белорусской свойственны субъективные переживания тяжести выполняемой работы; их тяготит необходимость взаимодействовать с другими; у них больше выражена потребность в уединении. Причем значимых различий по степени выраженности напряженности и чувствительности в группах юношей и девушек в различных странах не обнаружено.

Сделанный анализ по степени выраженности психоэмоциональной симптоматики в различных группах испытуемых показал, что признаки, сопровождающие основную психоэмоциональную симптоматику, среди которых нарушения сна, субъективно переживаемое чувство беспредметного беспокойства, чрезмерная острота реакций на незначительные препятствия и неудачи, нарастающее переживание усиления рассеянности, так же в большей степени выражено у россиян. При этом, у российских девушек в значительно большей степени, чем российских юношей ($p=0,02$). По степени проявления психоэмоциональной симптоматики значимо различаются между собой и украинские юноши и девушки ($p=0,01$). У украинских девушек выраженность психоэмоциональной симптоматики выше, чем у юношей. Не обнаружено значимых различий по данной переменной лишь в среде белорусской молодежи (юношей и девушек).

Возможно, это связано со спецификой выборки. Российская молодежь в нашей выборке – это жители г.Москвы, на которых влияет ее особый уклад, отличающийся от провинциальных городов: ритм, темп, большие нагрузки, постоянные хронические стрессы, утомление, чрезмерный шум, жизнь среди огромного количества людей, и много другое, что напрямую отражается на напряженности и чувствительности, и психоэмоциональной симптоматике российской молодежи. Не случайно российскую молодежь большого города тяготит необходимость взаимодействовать с другими и у них больше выражена потребность в уединении. Далее, исследование показало, что белорусская молодежь переживает трудности совместного решения проблем, сложности отношений с семьей и друзьями более глубоко, чем российская и украинская. При этом, по степени проявления данных переживаний относительно социального окружения белорусские юноши и девушки не различаются между собой, так же, как и украинские и

российские. Общий уровень субъективного благополучия значительно различается лишь в украинской выборке ($p=0,03$).

Таким образом, российской молодежи в большей степени, чем украинской и белорусской свойственны субъективные переживания тяжести выполняемой работы; их тяготит необходимость взаимодействовать с другими; у них больше выражена потребность в уединении и психоэмоциональная симптоматика. Вместе с тем, белорусская молодежь переживает трудности совместного решения проблем, переживание «одиночества вдвоем», сложности отношений с семьей и друзьями более глубоко, чем российская и украинская.

Литература

1. Куликов, Л.В. Психогигиена личности. Вопросы психологической устойчивости и психопрофилактики: учеб. пособие / Л.В.Куликов. - СПб.: Питер, 2004. - 464 с.
2. Леонтьев, Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности: учебное пособие для высших учебных заведений по направлению и специальностям психологии / Д. А. Леонтьев. - М : Смысл, 2007. - 510 с.
3. Шамионов, Р.М. О некоторых преобразованиях структуры субъективного благополучия личности в разных условиях профессиональной социализации/ Р.М.Шамионов // Вопросы психологии. - 2009. - №1 - с.237-249.

ЧЕЛОВЕК – ВЕНЕЦ ПРИРОДЫ?

Ганцогт Ганцэцэг (Монголия)

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В.Ахметова, к.психол.н., доц.

По различным основаниям большинство людей считает, что человек, представитель рода *Homo Sapiens*, на эволюционной траектории развития живых организмов занимает самую высокую ступень. Эта позиция по отношению к миру формируется с малых лет, развивается в школах и ВУЗах, подкрепляется различной деятельностью человека. Безусловно, никто и не сомневается в возможностях человека, которые отличают его от других и проявляются в плане интеллектуальных, творческих и поведенческих способностей. И, тем не менее, имея множество эволюционных достоинств, живет ли человек в гармонии с природой? А вот на этот вопрос нет однозначного ответа.

В своих размышлениях и поисках ответа о степени совершенства человека мы решили рассмотреть один очень важный аспект психической организации, детерминированной качествами самой Природы и предназначенной для взаимодействия с ней. Речь пойдет о сенсорной

(чувственной) организации психики – ощущениях, объединяющих в своей основе человека и живых существ.

Основываясь на таком подходе, мы можем предположить, что обладателями «венца природы» могут быть представители живых существ с высокоразвитыми сенсорными способностями (ощущениями). Иными словами, на основе сравнительного анализа сенсорной организации человека и живых существ мы поставили цель изучить различия в уровнях её развития.

Из огромного аналитического материала, мы остановимся лишь на некоторых, наиболее распространенных примерах животного мира, характеризующих уровень их сенсорного развития.

Зрение. Ссылаясь на Гейгера, канадский психолог Р.М.Бекк отмечал, что не более пятнадцати-двадцати тысяч лет тому назад человек осознавал только один цвет - первичный цвет (не дифференцированный на цветовые эталоны). В качестве доказательства, Р.М.Бекк опирался на следующие научные факты. Солнечные лучи отличаются друг от друга длиной амплитуды производящих их волн, причем, длина и амплитуда волн уменьшается в спектре от красного к фиолетовому. Но энергия световой волны, то есть сила ее как возбудителя зрения, прямо пропорциональна квадрату ее амплитуды. Согласно этому закону, энергия (зрительная возбудительная сила) красных лучей в несколько тысяч раз сильнее энергии фиолетовых. Человек, изначально совершенно невосприимчивый к цветам, стал постепенно различать их. Первым из воспринятых человеческим глазом цветов неизбежно должен был оказаться красный, затем идет в порядке постепенности желтый, зеленый и так далее.

Кошки умеют различать цвета, но по сравнению с человеком восприятие цвета у них слабее – менее контрастное и яркое. У кошек (как и большинства других млекопитающих), есть два типа колбочек – чувствительных к более длинноволновому и коротковолновому свету. «Длинноволновые» колбочки кошки содержат вещество опсин, имеющий максимум поглощения в области 553 нм. У кошек способность к фокусировке зрения на предметах в 2–3 раза меньше, чем у человека. Острота зрения, в 6 раз раз ниже, чем у человека.

Собаки видят мир в сине-фиолетовых и жёлто-зелёных оттенках. Острота зрения собак примерно в 3.7 раза хуже, чем у человека. У собак угол обзора на 60-70 градусов больше, чем у человека и составляет в среднем 240-250 градусов. Собаки различают 70-80 изображений в секунду, в то время как человек отдельно видит всего 24 изображения.

У лошади с поднятой головой угол обзора приближается к 350 - 360 градусам. Острота зрения лошади почти такая же, как у человека.

Лошади обладают развитой способностью видеть в темноте и оценивать на глаз расстояние между предметами. В цветовосприятии лошадей доминируют жёлто-голубые тона. В отношении красного цвета существует различная информация, вплоть до противоположной. Одни считают, что красный цвет лошади не видят, другие – видят, с трудом различают зелёный.

Многие птицы видят значительно лучше человека. Цветовое пространство большинства дневных птиц – трёх, четырёх и даже пятимерно. Например, обыкновенный голубь обладает, пятимерным цветным зрением, воспринимая, таким образом, неизмеримо более сложную гамму цветов, чем человек. Многие птицы способны видеть в ближнем ультрафиолете. Острота зрения, в среднем, у дневных хищных птиц превосходит человеческую. Днём гриф различает мелких грызунов с расстояния до пяти километров. А чувствительность сов ночью в 100 раз больше, чем у человека.

Глаз насекомого также более тонко различает цвета окружающей среды, чем глаз человека. У различных видов бабочек цвет глаз варьирует от белого и жёлтого до оранжевого, красного и даже тёмно-коричневого. Различать цвета они начинают метров с трёх-четырёх. Красный цвет бабочки за небольшим исключением, не видят, но улавливают ультрафиолетовую, не видимую человеком часть спектра. Картина мира для насекомых видится более яркой и разноцветной, чем для человека. Бабочки способны различать отдельно очень быстро сменяющиеся изображения (до 300 "кадров" в секунду).

Некоторые змеи, например, питоны и удавы, способны "видеть" в инфракрасном диапазоне. Такой "свет" соответствует области, в которой "светятся" теплокровные животные.

Но самым развитым цветовым зрением обладает креветка-богомол. У этого ракообразного имеется не менее чем восемь типов цветовых рецепторов, плюс два их типа для восприятия поляризации света. Глаза у креветки устроены очень сложно, состоят из трех частей. В отличие от человека, каждый глаз по отдельности обладает тринокулярным зрением (в противоположность массово распространённому на Земле зрению бинокулярному) и способен, благодаря этому, очень точно оценивать расстояния.

И, наконец, человек. Считается, что в раннем детстве он способен видеть ультрафиолет с длиной волны свыше примерно 0.3 мкм, но с возрастом эта способность быстро теряется за счёт пожелтения хрусталика глаза. Человек способен видеть поляризацию света; некоторые северные народы даже пользуются этим для навигации. Но это требует значительных навыков, достигаемых лишь тренировкой. У некоторых людей, присутствует четвёртый тип колбочек и, таким об-

разом, зачатки тетрахроматического зрения. Четвёртый рецептор имеет максимум в жёлто-оранжевой области.

Слух. Человек слышит в диапазоне от 20 до 20 тысяч герц. А многие животные слышат далеко за его пределами.

Кошки слышат приблизительно в диапазоне между 45 Гц и 64 000 (100 000) Гц. Кошки способны слышать ультразвук в диапазоне 65-70 кГц – в три раза лучше, чем человек, чем пользуются во время охоты на грызунов. У собак слух хуже, чем у кошек, но в два раза лучше, чем у человека – граница верхнего диапазона достигает 40 тысяч герц. А инфразвуковой диапазон для кошек и, собак, в отличие от человека, практически не доступен. Собаки прекрасно различают на слух музыкальные звуки.

Слон может с легкостью уловить «басы» частотой всего один герц, и не просто услышать столь низкий звук, но еще и вполне нормально на него среагировать, в отличие от человека, на нервную систему которого инфразвуковые колебания могут подействовать крайне отрицательно. Слух лошадей намного совершеннее, чем у людей. Лошади слышат высокочастотные звуки, могут дифференцировать удары метронома, например, отличают 116 колебаний в минуту от 120.

Совершенно уникальный слух у птиц. Голубь улавливает звук частотой в 0,1 герц.

Большинство насекомых живут в глубочайшей тишине и безмолвии. Исключение составляют сверчки, пчелы, саранча, цикады, которые сами способны издавать звуки, и большинство ночных бабочек. Кузнечик великолепно слышит все доносящиеся до него звуки, причем в два с половиной раза лучше, чем человек. Восприятие звука муравьев лежит высоко за пределами «человеческих» частот – в ультразвуковом диапазоне. А бабочки слышат очень низкие звуки.

Рыбы превосходно слышат с помощью ушей, расположенных внутри головы, рядом с мозгом.

Киты обладают идеальным слухом. Американские ученые, создав компьютерную модель восприятия звуков китообразными, пришли к выводу, что в действительности звуковые волны достигают внутреннего уха морских гигантов через горло, а затем через особый канал звук достигает внутреннего уха.

Осязание. Функцию осязания у кошек выполняют усы и особые тактильные (осязательные) волоски, расположенные на хвосте, на внутренней и тыльной стороне конечностей, на подушечках лап, между пальцев, на кончиках ушей и в ушах.

Собаки способны почувствовать прикосновение к шерсти. При понижении температуры воздуха шерсть собаки становится более

пышной. Именно поэтому северные собаки способны, не испытывая дискомфорта, спать прямо в снегу.

Очень хорошо развито осязание у лошади. Чувствительность кожи лошади настолько велика, что она без труда почувствует комара, севшего на неё. Высоким уровнем тактильности обладают у лошади также губы и подошвы копыт.

Обоняние. У кошек сильно развито обоняние. Они имеют большое количество сенсорных клеток обонятельного эпителия носовой полости. У кошек поверхность обонятельного эпителия составляет 5,8 см², что в два раза больше, чем у человека и в 1,7 раз в среднем, меньше, чем у собаки.

Сильно развито обоняние и у лошадей, по запаху эти животные могут отличить свою сбрую или седло, жеребёнок по запаху находит мать и наоборот. На расстоянии 1,2 – 1,5 м лошади различают съедобные и несъедобные травы и т.д.

Восприятие вкуса. Кошки, собаки хорошо ориентируются во вкусах, различают кислое, горькое и солёное. Разборчивость эта обусловлена, прежде всего, хорошим нюхом и развитыми вкусовыми рецепторами на языке. Некоторые исследователи утверждают, что кошки различают сладкое.

Итак, завершая свой краткий сравнительный обзор по состоянию уровня развития сенсорных способностей живых организмов, мы приходим к заключению, что в физическом мире, иными словами, собственно, в мире Природы, современный человек далеко не венец её.

Именно животные воплощают совершенство взаимосвязей физического мира. И именно человек, всякий раз, нарушает естественный мир отношений, видимо, по причине недостаточно развитой способности ощущения Природы.

ВОЗРАСТНЫЕ ДЕСКРИПТОРЫ ФАНАТИЗМА В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

О. А. Белобрыкина, Е. А. Григорьева

Новосибирский государственный педагогический университет

В современной действительности все чаще стали отмечаться явления подросткового фанатизма. Причем апогеем фанатского движения подростков, точнее одной из его гипертрофированных форм, можно считать и волну детских суицидов, прокатившуюся в начале 2012 года по всей России [1]. Все это закономерно повлияло на фокусировку внимания к явлению фанатизма со стороны общественности, представителей гуманитарных областей науки и практики, в том числе и для

поиска ответов на вопросы о сущности, содержании и психологических механизмах возникновения фанатического поведения.

Слово «фанатик» как лексическая единица вошло в словарный состав русского языка в XVIII в., будучи заимствованным из западноевропейских языков, первоисточником которого являлось латинское *fanari* (безумствовать). Обращаясь к этимологии слова «фанатизм», мы обнаруживаем свидетельство исходно культового характера понятия: существительное «фанатизм» происходит от латинского корня «*fanum*», что означает «храм, жертвенник, священное место»; первоначально, означало состояние религиозного экстаза, который в то время был привилегией священников и глубоко верующих людей [2; 3; 4].

Со временем культовый характер понятия «фанатизм» был утрачен, и термин приобрел значение социального явления. В настоящее время можно с достаточной долей условности дифференцировать несколько разновидностей фанатизма: религиозный, политический, правовой, расовый (этнический), фанатизм в искусстве, в науке, в спорте, фанатизм здоровья, массовой культуры и т.п. [4; 5; 6].

С точки зрения Ж.Дидье (2000), фанатизм как социально-психологическое явление, представляет собой страстную привязанность к какому-либо мнению, вызванную различием уровней жизни субъекта или народа. Этот универсальный человеческий феномен обратно пропорционален компетентности, знаниям и культуре отдельной личности или народа в целом. В интерпретации И.С.Кона, фанатизм (лат. *fanaticus* – исступленный) трактуется как понятие, употребляемое для оценки характера убеждений и поведения людей, в которых проявляется некритическая приверженность исповедуемой идее и предубежденное, исключаящее разумный подход, отношение ко всем иным учениям [8].

Очевидно, что сегодня феномен фанатизма можно рассматривать как междисциплинарную категорию. Однако, несмотря на многовековую историю своего существования, проблема фанатизма до настоящего времени оказывалась вне интересов академической психологии. Лишь в последние десятилетия наметился интерес к этому феномену на стыке психологии личности, социальной, возрастной и клинической психологии.

Г.В.Залевский анализирует фанатизм во всем его многообразии (бытовой, политический, этнический и пр.) как одну из крайних форм деформации (деструкции) ценностной системы, наблюдаемых в современной социокультурной действительности. Фанатизм, по его мнению, «связан со всеми сторонами человеческой природы, здоровы-

ми и аномальными, сознательными и бессознательными, рациональными и иррациональными» [5, с. 66-67].

Фанатическое поведение, отмечают И.С.Кон (1981), Ц.П.Короленко и Т.А.Донских (1990), А.В.Семенов (2003), обусловлено яростной приверженностью к какой-либо идее, учению, верованию, сопровождаемой нетерпимостью к иным взглядам и точкам зрения. Фанат, полагают А.Г.Асмолов (2001), Г.В.Залевский (2007), Ц.П.Короленко (1990), неспособен к диалогическому взаимодействию, он «не терпит других точек зрения, он сужен на одной лишь идее, которая к тому же глубоко не анализируется, а принимается на веру. Фанатическое поведение игнорирует многообразие реального мира, исключаются всякие нюансы, компромиссы, человеческие чувства, если речь идет о каком-то отступлении от исповедуемой формулы» [9, с. 180]. В реальной жизни фанатик, находясь в состоянии постоянного напряжения и страха, чувствует себя окруженным врагами и опасностями, исходящими от них. Причем образ врага может приобретать различные формы и иметь разное конкретное содержание, например, религиозное, политическое, национальное, профессиональное и т.п. О полярности, раздвоенности внутреннего мира фанатика писал еще Н.Бердяев (1997), отмечая, что «фанатизм всегда делит мир... на два враждебных лагеря. Это есть военное деление. Фанатизм не допускает сосуществования разных идей и мирозозерцаний. Существует только враг... Это страшное упрощение облегчает борьбу».

Исследователи молодежных субкультур, во всем многообразии существующих в современной России, отмечают, что возникновение «фанатского движения» зачастую связано со зрелищными видами человеческой деятельности (спорт, эстрада и пр.), которые оказывают наибольшее влияние на эмоции, вызывая у человека состояние эйфории и актуализируя, тем самым, фанатические чувства [10; 12; 13]. Можно предположить, что фанатизм представляет особое эмоциональное состояние человека, механизм возникновения которого реализуется по упрощенной схеме: объект – восприятие – реакция на внешний раздражитель – усугубление реакции – предельная фиксация. Возникает «круговая», повторяющаяся реакция (типичная (Люблинская А.А., 1971; Стерн Д.Н., 2001 и др.) для младенца), когда мозг уже не может переключиться на что-то другое, и каждый раз возвращается к вызванному ощущению (Гусев А.Н., 2007). В психологическом контексте психика фанатов имеет доминантный характер (Ухтомский А.А., 2002), подавляющий все остальные психологические особенности человека: и чувство меры, и инстинкт самосохранения. Фанатик, по определению, неспособен критически мыслить и рассуждать об объекте увлеченности, априори не готов низвергать интер-

нализированные догмы декларируемых «истин». Менталитет фаната, по мысли Н.Бердяева, носит сектантский характер, для которого специфично некритическое обожание идолов и кумиров [11].

Психологический смысл и причина возникновения фанатизма заключается в неудовлетворенности человека окружающим миром и желанием «прогнать» его под себя. В случае, когда это не удается, фанат стремится найти утешение неудовлетворенных амбиций в группе единомышленников. «Отсутствие удовлетворения реальной жизнью облегчает погружение в фантазии агрессивного характера с нигилистическим отношением к реальности» [9, с. 187]. Для фанатика характерны «агрессивность, абсолютная нетерпимость ко всем, придерживающимся других взглядов, подозрительность, отсутствие чувства юмора, постоянное эмоциональное напряжение, бескомпромиссность, непоколебимость убеждений с игнорированием множества противоречий, презрительное отношение к конкретным живым людям с одновременно провозглашаемой «любовью к человечеству», чувство ненависти к людям как представителям «враждебной» группы, отсутствие гуманизма. Ненависть вообще является, очевидно, одной из главных эмоциональных свойств фанатиков. Фанатик всегда должен кого-то или что-то ненавидеть, всегда находить внешнюю проекцию для этого чувства. В таких проекциях, возможно, отражаются психологическая самозащита, поиск оправдания, алиби» [9, с. 187-188]. Одна из характерных особенностей фанатического поведения заключается и в том, что «оно строится на духовной пустоте, игнорировании человеческой личности, ее интересов, запросов, игнорировании культуры в целом» [9, с. 181]. Почвой для развития фанатизма может выступать и «конформизм с его имитацией реальной жизни, тупым подчинением всему тому, что исходит «сверху», от людей, занимающих высокие положения. Личная ответственность при этом заменяется застывшим «чувством долга» [9, с. 184].

Фанатическое поведение, отмечают И.С.Кон (1981), Ц.П.Короленко и Т.А.Донских (1990), Э.Фромм (1994), Л.Е.Балашов (2001), А.Г. Асмолов (2001), обладает деструктивными свойствами, оказывающими разрушительное воздействие не только на личность фаната, но и на общество в целом, приводя к непрогнозируемым и нередко социально опасным действиям. «Лица с фанатическим поведением стремятся расширить, максимально распространить чувство ненависти, заразить им возможно большее количество людей» [9, с. 187]. Об этом достаточно красноречиво свидетельствует приобретающее катастрофические размеры распространение фан-групп самоубийц, инициаторы которых культивируют в социальных сетях эффективные способы ухода из жизни [1]. Причем наиболее эмоционально

вовлеченными в этот вид фанатского движения оказываются подростки, и не только в силу особых социальных обстоятельств, но и в связи со спецификой возрастного развития личности в подростковом возрасте.

В психологии подростковый возраст рассматривается как один из самых острых, критических этапов в жизни человека, характеризующийся резким падением работоспособности, успеваемости, острой дисгармонией и пр. Подростничество имеет множество специфичных только для данного периода противоречий и конфликтов. С одной стороны, интеллектуальная развитость подростков, которую они демонстрируют в школьных предметах, побуждает взрослых к обсуждению с ними достаточно серьезных проблем. Тогда как, с другой, при обсуждении проблем, особенно касающихся ответственного отношения к своим обязанностям, этики поведения, обнаруживается удивительная инфантильность подростка, которая и мешает быстрому изменению отношений между ним и взрослым. В случае, когда обнаруживается промедление со стороны взрослых в изменении отношения к подростку в адекватном направлении, почти всегда вызывает сопротивление со стороны ребенка, выражающееся в разных видах протеста, неподчинения, непослушания, которые в крайне выраженной форме проявляются в неповиновении, негативизме. По мысли Л.С.Выготского 60 % подростков обладают потенциальным негативизмом [19]. К числу нормативных реакций пубертата в психологии относят: *пассивный негативизм* (формальное исполнение требований и поручений); *компенсацию* (подросток избирает тот вид деятельности, в котором наиболее успешен); *гиперкомпенсацию* (избирает тот вид деятельности, в котором наиболее слаб); *эмансипацию* (стремление освободиться от внешнего диктата); *оппозицию* (протест, как склонность делать «на зло»); *группоцентризм* (объединение в разноколичественные группы: просоциальные – соответствующие общепринятым нормам; асоциальные – субкультуры демонстративного типа; антисоциальные – агрессивно настроенные против общества); *имитацию* (подражание кому-либо); *хобби* (интерес к чему либо, включая коллекционирование: марки, деньги, секции, студии, тусовки, дискотеки) [20; 21; 22]. Причем своеобразной предпосылкой формирования фанатизма как особого типа социального поведения и специфической подростковой субкультуры, в большей мере выступают такие реакции, как оппозиция, группоцентризм и имитация.

В качестве наиболее информативных показателей риска возникновения фанатического поведения в подростничестве выступают, на наш взгляд, и такие возрастные дескрипторы, как: особая эмоциональная

впечатлительность, аффективная неустойчивость и неуверенность в себе. Душевный мир подростка А.С.Арсеньев характеризует как «крайне противоречивый и запутанный, в определенной степени хаотичный» [23; с. 491]. У подростка громадный дефицит положительной самооценки – она неустойчива, напоминает невротическую. Неустойчивый характер самооценки подростка обусловлен наличием двух взаимоисключающих потребностей, когда одновременно актуальными для него выступают потребность быть и таким, как все (социальное развитие), и потребность быть не таким, как все (индивидуальное развитие). Базовая потребность подростка – понимание, и именно его он ищет в социуме и ожидает от взрослых, но зачастую не находит и не получает. Поэтому у многих подростков гиперболизировано субъективное переживание одиночества. С одной стороны – оно закономерно, но, с другой – не всеми подростками адекватно переживается. И, поскольку, психика подростка устроена так, что он не может длительно находиться в изоляции, так как чувство одиночества разрушительно для него, он неизбежно стремится обрести референтную группу.

Взрослые, полагает О.А.Белобрыкина (2006), фиксируются только на социальном аспекте, но не столько в его развивающем ключе, сколько в «дисциплинирующем», привлекая все многообразие ограничений и запретов, механизмов и средств тотальной социализации подростка, добиваясь, тем самым, в большей мере, обратного эффекта – не послушания, а актуализации неадекватного поведения. Поэтому подросток просто вынужден, избавляясь от социального прессинга, искать иные формы, средства и содержание личного социального становления, каковыми и оказываются подростковые «контркультуры» с характерной для них протестной формой самовыражения. Ведь группа сверстников – это микросоциальное возрастное объединение, которое может носить и социально приемлемые, и асоциальные формы (во всем их многообразии).

Максимализм подростка не принимает компромисса, свойственного миру взрослых, что, по мнению А.С.Арсеньева (2001), и приводит к возникновению протестных форм подростковой «контркультуры». Специфичность подростничества в том и состоит, что в этом возрасте активно формируется «Мы-концепция», значимая для социального развития личности. Однако ее становление в этот период может принимать очень жесткий характер: «Мы – это свои, кто защищает. Они – это чужие, кто угрожает». В «Мы-концепции» присутствует явление консонанса – эффект эмоционального заражения в группе. Размытое и слабое «Я» подростка нуждается в сильном «Мы», где инакомыслие исключено во всех проявлениях. Такая специфическая форма «Мы-

концепции» по содержанию идентична фанатическому поведению, которое *«всегда предполагает деление мира на два лагеря – своих и чужих»* [9, с. 180-181]. Фанату исходно «чужды идейные дискуссии. Всех тех, кто не поддерживает его взгляды, фанатик рассматривает как врагов. Инакомыслие для фанатика – самое тяжелое преступление» [9, с. 180].

Парадоксальность психики подростка проявляется в единстве функционирования таких противоположных тенденций, как конформизм – нонконформизм. С одной стороны, в референтной группе подросток использует различные формы конформного поведения (подчинение лидеру, принятие правил и ценностей группы и пр.), тогда как, с другой, по отношению к близким людям, к отдельным представителям социальных институтов (семья, школа), он демонстрирует активную нонконформистскую позицию (протест против требований, отвержение ценностей и пр.). Свойственная подростку амбивалентность закономерно требует экстатического выхода сопровождаемого «катарсическим «растворением», «слиянием», в определенной степени самоотождествлением» с кем или чем либо [23, с. 535)]. Однако, искаженные общественные приоритеты трансформируют систему ценностей и идеалов подростков, негативно сказываясь на их личностном развитии в целом. При отсутствии личности, значимой для адекватной идентификации подростка, у него может произойти «подмена» ценностей и авторитетов. Фанатизм, в данном случае, представляет собой специфическую форму диффузной идентичности (по Э.Эриксону) подростка.

В целом даже беглый анализ возрастных дескрипторов подросткового возраста, особенно в кризисной фазе развития, свидетельствует о их содержательной близости показателям и характеристикам фанатизма, что закономерно актуализирует необходимость превентивных мер по предупреждению возникновения фанатичного поведения в подростковом возрасте.

Литература

1. Дуэль А. В России снова эпидемия подростковых самоубийств? //Комсомольская правда. 14.02.2012. С.11.
2. Краткий словарь иностранных слов /Сост. С.М.Локшина. М.: Русский язык, 1984. 352 с.
3. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. В 2-х т. Т.2. М.: Русский язык, 1994. 560 с.
4. Семенов А.В. Этимологический словарь русского языка. М.: Русский язык от А до Я. М.: Изд-во «Юнвес». 2003. 704 с.

5. Залевский Г.В. Фанатизм как проблема духовного здоровья личности и общества. Сообщение 1. Психоисторическая характеристика //Сибирский психологический журнал. 2007. № 26. С. 66-69.
6. Балашов Л.Е. Практическая философия или софология. М.: Дашков и К, 2007. 574 с.
7. Дидье Ж. Философский словарь /пер. с франц. – М. Междунар. Отношения, 2000. 544 с.
8. Словарь по этике /Под редакцией И.Кона, М.: Политиздат, 1981. 430 с.
9. Короленко Ц.П., Донских Т.А. Семь путей к катастрофе. Новосибирск: Наука, 1990. 224 с.
10. Асмолов А.Г. Психология обыкновенного фанатизма (О «фабрике фанатиков: психологические инструменты овладения сознанием подростков) // Век толерантности. Научно-публицистический вестник. М.: МГУ, 2001. № 1. С.1-5.
11. Бердяев. Н.А. О фанатизме, ортодоксии и истине // Человек. 1997. № 9 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vehi.net/berdyayev>
12. Левикова С.И. Молодёжная субкультура. М.:ФАИР-ПРЕСС, 2004. 608 с.
13. Жиляев А.А. Неформальные молодежные объединения как детерминирующий фактор девиантного поведения учащейся молодежи //Инновации в образовании. 2007. № 3. С. 87-96.
14. Люблинская А.А. Детская психология. М.: Просвещение, 1971. 415 с.
15. Стерн Д.Н. Дневник младенца: Что видит, чувствует и переживает ваш малыш. М.: Генезис, 2001. 192 с.
16. Гусев А.Н. К психофизике сенсорных задач: о возможностях системно-деятельностного подхода //Психофизика сегодня: материалы конференции (9-10 ноября 2006 г.) /Под ред. В.Н. Носуленко, И.Г.Скотниковой М.: ИП РАН, 2007.С.17-25.
17. Ухтомский А.А. Доминанта. СПб.: Питер, 2002. 448с.
18. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М.: Республика, 1994. 447 с.
19. Выготский Л.С. Психология. М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. 1008 с.
20. Прихожан А.М., Толстых Н.Н. Подросток в учебнике и в жизни. М.Знание, 1990. 80 с.
21. Самосознание проблемных подростков /под редакцией Белопольской Н.Л., Ивановой С.Р., Свистуновой Е.В., Шафировой Е.М. М.: Изд-во «Институт психологии РАН». 2007. 332 с.
22. Мухина В.С. Возрастная психология. Феноменология развития: М.: Издательский центр «Академия», 2007. 640 с.
23. Арсеньев А.С. Философские основания понимания личности. М.: Академия, 2001. 592 с.
24. Белобрыкина О.А. Диагностика развития самосознания в детском возрасте. СПб.: Речь, 2006. 320 с.
25. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис М.: Флинта: МПСН: Прогресс, 2006. 352 с.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТКЛОНЯЮЩЕЕСЯ ПОВЕДЕНИЕ: МНЕНИЕ ПОДРОСТКОВ

А. В. Дрёмова

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л. В. Ахметова к.пс.н., доцент

В настоящее время тема отклоняющегося поведения достаточно хорошо изучена и по сей день считается актуальной. Изучением данного явления идет сразу несколькими разными науками: социологией, медициной, психологией, криминологией. Понятийный аппарат в различных науках схож, но каждая выделяет свое «ядро» проблем отклоняющегося поведения.

Так, например, специалисты социальных наук считают, что отклоняющееся поведение – это социальное явление, которое представляет реальную угрозу физическому и социальному выживанию человека. В педагогике – отклонение от принятых в данной социальной среде, ближайшем окружении, коллективе социально-нравственных норм и культурных ценностей, нарушение процесса усвоения и воспроизводства норм и ценностей, а также саморазвитие и самореализация в том обществе, к которому человек принадлежит. В рамках медицинского подхода специалисты считают, что отклоняющееся поведение – отклонение от принятых в данном обществе норм межличностного взаимодействия: действий, поступков, высказываний, совершаемых как в рамках психического здоровья, так и в разных формах нервно-психической патологии, особенно пограничного уровня. С точки зрения психологии отклоняющееся поведение – это отклонение от социально-психологических и нравственных норм, представленное либо как ошибочный антиобщественный образец решения конфликта, проявляющийся в нарушении общественно принятых норм, либо в ущербе, нанесенном общественному благополучию, окружающим и себе. В криминологии, выделяют два уровня отклоняющегося поведения: докриминогенный (мелкие проступки, нарушение норм морали, правил поведения в общественных местах, уклонение от общественно-полезной деятельности, употребление алкогольных, наркотических, токсических средств, разрушающих психику, и другие формы поведения, не представляющие опасности) и криминогенный (действия и поступки, выражающиеся в преступных уголовно-наказуемых деяниях).

Ученые предлагают достаточно полные и емкие теории и определения отклоняющегося поведения. Вот только некоторые из них. Биологическая теория: Ч. Ломброзо был убежден, что вследствие генетических особенностей врожденные преступники не могут обуздать

свои инстинкты [1]. Исправить этих людей практически невозможно. Общество может защититься от них, лишь только заперев их под замок. Уолтер Гоув разработал теорию половых и возрастных факторов. По наблюдению Гоува, фактически большинство нарушений, включающих серьезный риск или требующих физических сил, совершается молодыми людьми. Число таких преступлений резко снижается после 30 лет. Важное место в объяснении причин девиантного поведения занимает теория аномии (разрегулированности). Эмиль Дюркгейм использовал такой подход в своем классическом исследовании сущности, причин самоубийств [2]. Он считал главной причиной самоубийств явление, названное им аномией. Э. Дюркгейм подчеркивал, что социальные правила играют основную роль в регулировании жизни людей. Нормы управляют их поведением, люди знают, что можно ожидать от других и чего ждут от них.

Многие, исследуя данную проблему, предложили нам свои виды, классификации, факторы развития, условия формирования, формы коррекции данного поведения. Так, например, "ядром" девиантного поведения в классификации Ф. Патаки являются: преступность, алкоголизм, наркомания, самоубийство и преддевиантный синдром - комплекс определенных симптомов, приводящих человека к стойким формам девиантного поведения. А именно: аффективный тип поведения, семейные конфликты, агрессивный тип поведения, ранние анти-социальные формы поведения, отрицательное отношение к учебе, низкий уровень интеллекта [3]. Другая классификация В. В. Ковалева построена на трех разных основаниях: 1) социально-психологическая: антидисциплинарное поведение; асоциальное; противоправное; ауто-агрессивное. 2) клинико-психопатологическая: патологические; непатологические девиации. 3) личностно-динамическая: "реакции"; "развития"; "состояния". Выделяется несколько форм девиантного поведения: гемблинг (игровая зависимость), Пищевая девиация (анорексия, булимия), сексуальные девиации (педофилия, зоофилия, некрофилия), алкогольная зависимость, наркомания, трудовоголизм, клептомания, суицидальное поведение [3].

Исследователи данного поведения сходятся в мысли о том, что к девиантному возрасту, в котором чаще всего начинает проявляться это поведение, относят подростковый, или юношеский возраст. Из многих форм мы, без каких либо сложностей можем выделить те или иные факторы, влияющие на формирование отклоняющегося поведения (среда, в которой воспитывается ребенок – семья, школа; окружающие его люди - друзья, кумиры), генетическая предрасположенность, личностные качества и т.д. Но мало кто задумывался о том, как к этому относятся сами подростки? Какие факторы, по их мнению,

вливают на формирование отклоняющегося поведения у их сверстников. Такой взгляд на проблему кажется достаточно интересным и оригинальным.

Что бы узнать это проведем пробное исследование. Итак, целью данного исследования будет: узнать мнение подростков о том, что является фактором влияния на отклоняющегося поведения; проанализировать и сопоставить полученные данные с уже существующими; определить перспективы дальнейшего более масштабного исследования данной проблемы. Методы исследования: эссе на тему «Что формирует отклоняющееся поведение?»; опросник для выявления уровня тревожности у подростков О. Кондаша; беседа с классным руководителем и детьми.

В ходе исследования были получены следующие данные.

1. Общие данные: всего в исследовании участвовало 16 человек от 15 до 17 лет. Полная семья у 11, неполная у 5. Все 16 детей проживают в обеспеченных семьях, несмотря на то, что 5 семей не полных, 2 статуса – домохозяйка и у двух детей есть временно неработающий родитель. Выявлено 6 семей с единственным ребенком, 8 семей с 2-мя детьми и 2 из многодетных семей. 13 детей помимо школы посещают дополнительные секции, 3 – ни чем не занимаются.
2. Уровень тревожности: школьная – повышена у 4, высокая у 1; самооценочная – повышена у 2; межличностная – повышена у 3, высокая у 1; общая – повышена у 2; все показатели в норме у 5 человек.
3. Анализ творческих работ учащихся обнаружил следующее:
 - дети с повышенным уровнем школьной тревожности и некоторые дети из неполных и полных семей с 1-2 детьми склонны считать, что на поведение людей влияют опыт, знания извне и моральные ценности. Вот что пишет старшеклассники: «Дети постоянно сидят за компьютером и телевизором – нужно оградить детей от этого, вся информация идет из-за границы и нарушает психику людей и детей в том числе», другой ребенок «люди стали злые», далее приводит пример о том, как в маршрутке толпа заставила инвалида уступить место бабушке;
 - дети с повышенным уровнем самооценочности считают, что поведение зависит от самого человека. «Поведение не зависит от времени, а зависит от самого человека» или «человек сам выбирает для себя поведение, нормальное то, которое он делает сам, не нормальное то, которое он повторяет за другими»;

- дети с повышенным и высоким уровнем межличностной тревожности и некоторые дети из полных семей с 1-2 детьми считают, важным фактором отклоняющегося поведения является то, что человек хочет выделиться, ему важно быть «лучше» остальных, «человек хочет быть в комфорте, а не трястись в маршрутке на ногах» и иметь власть над другими. «Отдаляясь от своей природы человек, начинает диктовать свои правила, хочет поиметь больше, вводит свои законы, но не все повинуются им и начинается борьба». Многие упоминают, что «курение, алкоголь, нецензурная брань, наркотики, и другие психотропные вещества разрушают, а не формируют человека».
- дети с повышенным уровнем общей тревожности и имеющие какие-либо внешкольные интересы выделяют следующие факторы влияния на отклоняющееся поведение людей: желание выделиться, желание быть властным, влияние на человека средств массовой информации, распространение курения, алкоголизма, наркомании и других вредных веществ среди разных слоев населения, плохое воспитание. «Плохая компания может повлиять только при плохом воспитании. Современные технологии, плохое воспитание во многом способствуют формированию отклоняющегося поведения»;
- дети с нормальным уровнем тревожности, дети из полных, многодетных семей и некоторые дети, не имеющие внешкольных интересов, выделяют следующие факторы влияния на отклоняющееся поведение: привлечение внимания, потеря ценностей, желание быть свободным. «С развитием науки и техники уже с самого детства изменяется поведение людей. Доступность всей информации: ТВ, Интернет. Мнение людей часто меняется под действием получаемой информации, которая управляет массами людей. Ведется подмена реальных ценностей «фальшивыми» или «Новые технологии», социальные сети. Человек уже не знает чему подражать, т.е. они не видят образец. Человек плохо понимает, каким должно быть его поведение, «утрачены его принципы» «мораль уходит на второй план».

Вывод. Дети рассуждают о факторах, влияющих на отклоняющееся поведение с точки зрения важности того или иного фактора для самого себя. Дети, с повышенным уровнем школьной тревожности, учитывая актуальность для них самой школы, как общественного института, рассматривают факторы с точки зрения нравственности и пригодности их в жизни. Стоит отметить что школа, в которой осуще-

ствлялось исследование, носит статус средней художественно-эстетической школы. Дети с повышенным уровнем самооценочной тревожности рассматривают факторы, влияющие на отклоняющееся поведение с точки зрения самой личности, собственных личностных качеств. Дети с повышенным и высоким уровнем межличностной тревожности рассматривают факторы, влияющие на отклоняющееся поведение с точки зрения реализации человека в обществе. Дети с повышенным уровнем общей тревожности обозначили наиболее общие факторы, влияющие на отклоняющееся поведение. И дети с нормальным уровнем тревожности выделили очень важный и конкретный момент, что из-за переизбытка информации потерялись ценности, а, следовательно, и примеры для подражания. Эта мысль открывает перспективу дальнейшего исследования проблемы отклоняющегося поведения с точки зрения связи факторов влияющих на отклоняющееся поведение с нравственным устоем в современном мире.

На данном этапе пилотажного исследования можно сделать следующее заключение: если следить и дозировать получаемую нашими детьми информацию, прививать им важные для развития нормального общества ценности, самим соблюдать все нормы и правила, принятые в обществе, то факторов влияющих на отклонения в поведении станет намного меньше.

Литература

1. Ч. Ломброзо Преступный человек. Изд-во: Эксмо, –2005. – 880 с
2. Дюркгейм Э. Самоубийство: Социологический этюд/Пер, с фр. с сокр.; Под ред. В. А. Базарова.-М.: Мысль, 1994.- 399, [1] с.
3. Психология личности. Тексты / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, А.А. Пузыряя. М., 1982. - 288 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗА И ВЫПУСКНИКОВ ШКОЛЫ

Э. В. Жданова

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В. Ахметова, к.псих.н., доц.

Актуальность. Ценностные ориентации – отражение в сознании человека ценностей, признаваемых им в качестве стратегических жизненных целей и общих мировоззренческих ориентиров. Ценностные ориентации рассматриваются как критерии, которые используются людьми для выбора и обоснования своих действий, а также для оценки других людей, себя и событий. Система ценностных ориентаций не

является чем-то абсолютно упорядоченным и неподвижным, она противоречива и динамична, отражает как главные, существенные, стержневые изменения взаимозависимости личности с миром, так и смену текущих, мимолетных, в известной мере случайных жизненных ситуаций. Именно от ценностных ориентаций зависит успешность в межличностных отношениях, наличие или отсутствия внутреннего конфликта, успешность в учебной деятельности.

Самосознание личности во многом определяется структурой ценностных ориентаций, что в дальнейшем влияет на становление системы отношений к себе, окружающим. В свою очередь, ценностные ориентации представляют собой сложное отражение объективных потребностей и интересов как общества, социальных групп, так и личности отдельного человека, являющегося частью социума, который способствует формированию у него соответствующих ценностных ориентиров, определяя нравственное сознание и поведение человека. Сложная цепь взаимосвязей между макросредой, микросредой и личностью является механизмом социального развития человека в современном ему мире. Процесс формирования ценностных ориентаций — многоплановый, он обусловлен многими факторами и в немалой степени взаимосвязан с явлением стратификации общества.

Система ценностных ориентаций формируется во многом под влиянием ценностей ближайшего социального окружения: семьи, референтных групп. Среди факторов, влияющих на формирование идеалов и ценностных ориентаций учащихся, особое место принадлежит учебному коллективу. В процессе повседневного общения школьников, студентов осуществляется взаимный обмен идеями, представлениями, интересами и т.д., что в целом влияет на формирование личности, ее ценностных ориентаций. Содержание ценностных ориентаций личности также обусловлено характером общественных отношений, развивающихся по объективным законам и детерминирующих субъективные отношения конкретных личностей, проявляясь в их действиях, переживаниях, стремлениях.

Таким образом, ценностные ориентации представляют собой особые психологические образования, составляющие собой иерархическую систему и существующие в структуре личности только в качестве ее элементов, чувствительных к различным изменениям окружающей среды. Систему ценностных ориентаций личности, можно рассматривать также как подсистему более широкой системы, описываемой как «жизненный мир человека», «образ мира» и т.п., имеющую, в свою очередь, сложный и многоуровневый характер

Ценностные ориентации, являясь, таким образом, механизмом личностного роста и саморазвития, сами носят развивающийся характер и представляют собой динамическую систему.

Целью нашей работы явилось сравнительное исследование структуры ценностно-потребностной сферы личности выпускников ВУЗа и выпускников школы.

Описание исследования.

Для проведения исследования мы использовали авторскую методику В.Г. Морогина «Ценностно-потребностная сфера личности и внутриличностный конфликт» ЦПСЛ и ВК.

В исследовании принимали участие студенты выпускного курса, обучающиеся в педагогическом университете 19 человек (группа 1) и ученики выпускного класса школы в количестве 20 человек (группа 2). На каждого учащегося было составлено два бланка. Первый бланк включал жизненно важные ценности, второй – легко достижимые ценности.

Таблица 1

Перечень ценностей, используемых в исследовании ценностно-потребностной сферы личности

Наименование ценностей			
1	общение	9	здоровье
2	уверенность	10	красота
3	безопасность	11	свобода
4	вера	12	успех
5	карьера	13	любовь
6	творчество	14	власть
7	богатство	15	честь
8	справедливость		

Результаты исследования.

Полученная совокупность данных была дифференцирована на 3 группы (по Колмогорову-Смирнову) : группа с высокими значениями показателей, группа с низкими показателями значений, группа, имеющая средние значения показателей ценностей. На рисунке 1 представлена гистограмма значений показателей ценностей в % для групп с высоким уровнем.



Рисунок 1.

Примечание. Группа 1-выпускники ВУЗа; Группа 2- выпускники школы

В ходе анализа полученных данных было установлено, что для учащихся ВУЗа жизненно важными являются здоровье, красота, справедливость. А учащиеся школы, в отличие от учащихся ВУЗа, считают жизненно важными такие ценности, как: честь, любовь, карьера.

Таблица 2

**Приоритеты в жизненно важных ценностях
монгольских и российских учащихся**

Жизненно важные ценности			
	Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень
Группа 1	Здоровье, красота, справедливость	Свобода, успех, любовь	Общение, уверенность, вера
Группа 2	Честь, любовь, карьера	Здоровье, свобода, успех	Вера, уверенность, власть

При исследовании данных по параметру легко достижимые ценности были получены значения средних для уровней «высокий», «средний», «низкий».

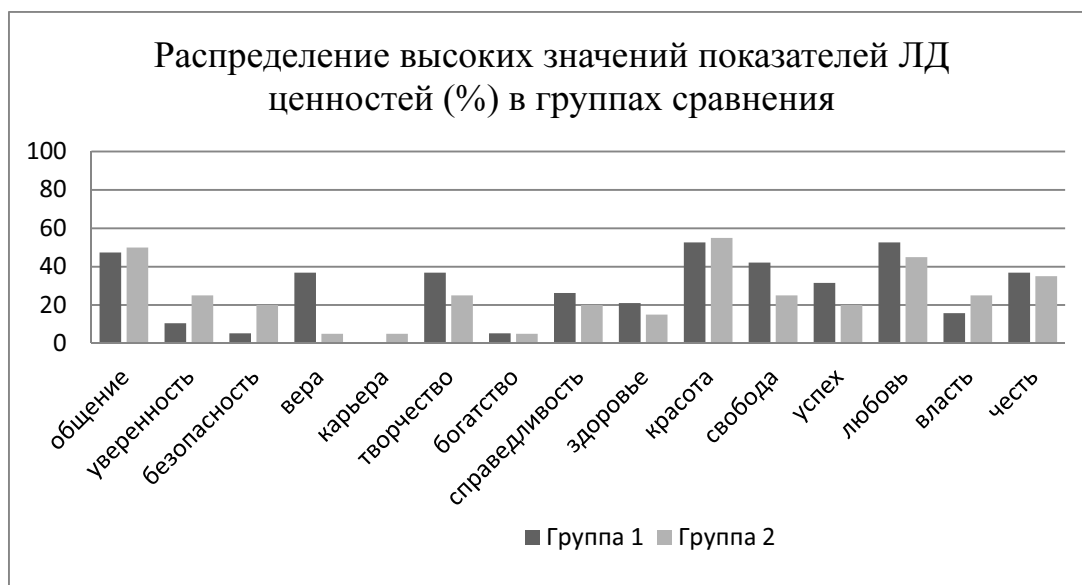


Рисунок 2.

Примечание. Группа 1-выпускники ВУЗа; Группа 2- выпускники школы

Участники исследования из университета считают, что наиболее легко достижимыми ценностями для них являются: вера, творчество, свобода. В то же время показатели по параметрам красота, общение, уверенность значительно преобладают в группе школьников.

Таблица 3

Легко достижимые ценности в представлениях монгольских и российских учащихся

Легко достижимые ценности			
	Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень
Группа 1	Вера, любовь, творчество, свобода	Общение, красота, честь	Карьера, богатство, безопасность
Группа 2	Красота, общение, уверенность,	Честь, любовь	Вера, карьера, богатство

Уровень самореализации	Механизм	Ценности
1 Гедонистический	Инстинкт	Безопасность, богатство, здоровье
2 Эгоистический	Стереотип	Карьера, успех, власть
3 Социальный	Идентификация	Общение, справедливость, любовь
4 Личностный	Интериоризация	Уверенность, свобода, честь
5 Духовный	Интернализация	Вера, творчество, красота

Гедонистический	Эгоистический	Социальный	Личностный	Духовный
-----------------	---------------	------------	------------	----------

Структура ценностно-потребностной сферы личности

Группа выпускников ВУЗа		Группа выпускников школы	
Жизненно важные	Легко достижимые	Жизненно важные	Легко достижимые
Гедонистический Социальный, Духовный	Духовный Социальный, Личностный	Эгоистический, Социальный, Личностный	Духовный Социальный, Личностный

Анализ составляющих ценностно-потребностной сферы личности двух групп учащихся ВУЗа и учащихся школы позволяет заключить, что:

- в группе студентов доминирует гедонистический, социальный и духовный профили в структуре ценностно-потребностной сферы личности. Вместе с тем для студентов легко достижимыми в структуре ЦПСЛ являются так же ценности личностной и социально-духовной направленности;
- в группе школьников по профилю жизненной важности выделены три уровня эгоистический, социальный и личностный, а легко достижимыми, как и у студентов ВУЗа являются ценности личностной и социально-духовной направленности;

Литература

1. Ананьев Б. Г. Психологическая структура человека как субъекта. В кн.: Человек и общество. Л., 1967, Вып.2, с.235-249.
2. Морогин В.Г. Ценностно-потребностная сфера личности. -Томск: Издательство ТГПУ, 2003. 357 с.

**ОСОБЕННОСТИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ
ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ ЭКОНОМИКИ (НИУ ВШЭ)**

Э. В. Жданова

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В. Ахметова, к. психол. н., доц.

Современные условия общественного развития задают новые ориентиры в образовании. Интеграция России в международное сообщество требует привести систему высшего образования в соответствие с мировыми стандартами. Национальный исследовательский универси-

тет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) соответствует требованиям времени.

12 августа 2008 года «Высшая школа экономики» перешла в ведение Правительства РФ. А в 2009 году ВУЗ получил статус национального исследовательского университета. Это один из самых инновационных и быстро развивающихся ВУЗов России. Главная цель, которую ставит перед собой Высшая школы экономики – подготовка интеллектуальных и кадровых ресурсов для науки, образования, гражданского общества, бизнеса и государства. Основные принципы Высшей школы экономики: опора на требования мировой экономической и социальной науки; преемственность преподавательского состава, междисциплинарное взаимодействие; непосредственная связь преподавания с практикой и результатами теоретических и прикладных научных исследований, с практикой государственных реформ; реализация просветительской миссии в образовательном сообществе России.

Выпускники НИУ ВШЭ наряду с российским дипломом имеют возможность получить дипломы лучших европейских университетов. В рамках международной деятельности ВУЗ имеет более 130 международных партнеров, включая зарубежные университеты, международные институты, исследовательские объединения, международные бизнес-организации. В результате этого, студенты учатся и проходят практику за рубежом. Иностранные языки как рабочий инструмент преподаются в большом объеме на всех факультетах, а на некоторых факультетах преподавание ведется на английском языке. Университет имеет современное техническое оснащение высокого уровня. Студентам и преподавателям из любой точки НИУ ВШЭ и извне обеспечен доступ к глобальным информационным ресурсам, ко всем мировым базам данных и полнотекстовым версиям журналов начиная с конца XIX века.

В НИУ ВШЭ студенты вовлечены в различные сферы деятельности, более половины (65 %) студентов старших курсов получают опыт работы по специальности. Создана сеть факультетских и межфакультетских базовых кафедр, к преподаванию привлекаются высококвалифицированные специалисты-практики из органов государственного управления и коммерческих и некоммерческих организаций в сферах науки и бизнеса. Через стажировки и практики студенты участвуют в деятельности органов государственной власти и в работе корпоративных организаций.

Индикатором качества подготовки в НИУ ВШЭ служит трудоустройство выпускников. По данным исследования карьерного роста выпускников, проведенного через полгода после окончания университе-

та, 80 % выпускников работают по специальности, а 20 % продолжают обучение в магистратуре или в аспирантуре. Согласно независимым рейтингам, ВШЭ занимает первое место в России по уровню заработной платы выпускников.

Свобода мнений и их высказывание во время учебного процесса в НИУ ВШЭ не зависят от политических взглядов преподавателей и студентов. Все имеют право делать любые выводы, отстаивать любые взгляды в зависимости от научной дисциплины, если их аргументы основаны на современном теоретическом анализе факторов и исходят из взаимного уважения противоположных мнений.

Высшая школа экономики первой в России, с 1993 года, перешла на обучение по «болонской системе»: 4 года бакалавриата и 2 года магистратуры. Учебный год в бакалавриате разбит не на два семестра, а на четыре модуля (до 2010-2011 учебного года - на пять модулей), что позволяет сохранять высокие требования к студентам на всем протяжении обучения. Учебные программы, как правило, предусматривают от 2 до 4 промежуточных испытаний, за которые начисляются баллы. Такая система стимулирует студентов напряженно работать в течение всего семестра. Вместо традиционных экзаменационных оценок применяется накопительная (кумулятивная) система оценки качества знаний с учетом посещаемости занятий, работы на семинарах, выполнения контрольных и домашних заданий, подготовки письменных работ, периодического тестирования, причем зачет или экзамен образуют лишь часть этой оценки. В отличие от традиционной системы устных экзаменов в НИУ ВШЭ отдан приоритет письменным работам. Более эффективную дифференциацию качества знаний обеспечивает 10-балльная система оценок, пришедшая на смену привычной 5-балльной. Большая часть промежуточных и итоговых испытаний проводится исключительно в письменной форме, что снижает риски субъективизма.

Составляются публичные рейтинги студентов – как текущие, так и накопленные за весь период обучения. На основании текущих рейтингов начисляются скидки до 70 % от стоимости оплаты для студентов, обучающихся на договорной основе, а также начисляется стипендия студентам, обучающимся на бюджетной основе. Итоговые рейтинги являются основанием для отбора на учебные программы следующего уровня и ориентиром для потенциальных работодателей.

Студенты за активную и успешную учебную деятельность получают академические, социальные и именные стипендии, в том числе Стипендия "Альфа-шанс". Ежегодно, начиная с 2008 года, ОАО "Альфа-Банк" предоставляет 20 студентам ВШЭ именную стипендию в размере 10 000 рублей ежемесячно сроком на два учебных года.

Претендентами на именную стипендию "Альфа-Шанс" могут быть студенты из различных регионов Российской Федерации (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), являющиеся победителями или призерами заключительного этапа Всероссийских олимпиад школьников и победителями (Диплом 1 степени) межрегиональной многопрофильной олимпиады школьников ВШЭ. Стипендия "Оксфорд-Россия". Предоставляется студентам 3 и 4 курса бакалавриата и 1 курса магистратуры ВШЭ для поощрения высокой успеваемости на протяжении всего времени обучения в университете. Стипендия выплачивается на протяжении 3 лет учебы, в течении 10 месяцев в каждом учебном году (кроме летних каникул).

Студенты помимо учебной деятельности, состоят в научных сообществах, таких как: Научное студенческое общество, Научный клуб "Право и информационное общество", Бизнес в стиле РУ, Занятие. В клубах: Кейс-клуб, Клуб "Дебаты", Культурологический клуб "Креативный класс" и.т.д.

В процессе обучения широко используются электронные библиотечные ресурсы: Высшая школа экономики подписана на 39 электронных библиотечных баз, открывающих полнотекстовый доступ к 53 тысячам научных журналов.

НИУ ВШЭ выполняет просветительскую миссию и для иногородних студентов, которая заключается в подготовке и проведении Зимних и Летних школ по определенным направлениям. В ходе этого привлекается большое число желающих попасть на программу и поступить в дальнейшем в университет. Предоставляются все условия для обучения и мотивации учеников, студентов.

Подводя итоги, можно сказать, что Высшую школу экономики по праву можно назвать одним из лучших университетов России, имеющего статус Национального исследовательского университета. Более того, мы высоко ценим партнёрские отношения, сложившиеся между международной научно-учебной лабораторией социально-культурных исследований НИУ ВШЭ (зав.лаб. Н.М.Лебедева) и международной студенческой научно-образовательной лабораторией когнитивно-адаптивных технологий психологии образования (МСНОЛ КАИПО ТГПУ)

Примечание научного руководителя.

Статья «Особенности учебной деятельности студентов Высшей школы экономики (НИУ ВШЭ)» написана автором на основе собственных впечатлений, полученных в процессе обучения в студенческой Зимней Школе НИУ ВШЭ по направлению «Психология», проходившей в первой декаде февраля 2012 года в г. Москве. В список участников обучения Э.В.Жданова была включена на основании кон-

курсного отбора студентов ВУЗов России по критериям учебной и научно-исследовательской деятельности.

За период обучения Жданова Элеонора прослушала лекции известных специалистов отечественной и зарубежной психологии, в том числе, цикл лекций психологии способностей академика РАО, доктора психологических наук, профессора В.Д.Шадрикова. Серию лекций по актуальным психологическим проблемам и новым подходам к их изучению прочитали преподаватели, известные своими научными трудами не только в Высшей Школе Экономики, но и далеко за её пределами: Е.Б. Старовойтенко, д.психол.н., проф. «Персонология и экзистенциальная психотерапия»; Ю.А.Тюменева к. психол. н., старший научный сотрудник Центра мониторинга качества образования ИРО «Измерения в психологии и образовании»; А.В.Россохин д.психол.н., профессор, заведующий кафедрой психоанализа и

бизнес-консультирования «Психоанализ и психологическое бизнес-консультирование», «Исследование, консультирование и психотерапия личности»; А.Б.Орлов д. психол. н., профессор кафедры психологии личности «Психология в бизнесе»; В.А.Штроо к.психол.н., профессор кафедры организационной психологии «Прикладная социальная психология»; В.А.Петровский д. психол. н., профессор, член-корреспондент РАО «Персонология и экзистенциальная психология. Естественно, что только при прочтении тематического лекционного списка, можно заключить, на сколько был велик и содержателен объём научного материала, предоставленный студентам – участникам Зимней Школы.

Кроме теоретических занятий, студентам была предложена и практическая форма обучения – тренинги, в которых студентка Томского государственного педагогического университета также приняла активное участие.

По словам Элеоноры, её студенческие каникулы, посвящённые занятиям в студенческой Зимней Школе НИУ ВШЭ по направлению «Психология» превзошли все ожидания – усилили мотивацию учебной и научно-исследовательской деятельности, обогатили знания специализированным информационным материалом, расширили кругозор и инициировали творческие идеи в сфере психологического образования.



**Рисунок 1. Тренинг межкультурного взаимодействия
Зимней Школе НИУ ВШЭ по направлению «Психология».**

Ведущие: Лебедева Надежда Михайловна (в центре) д.психол.н., профессор факультета психологии, руководитель Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований Экспертного института, член Международной ассоциации кросс-культурной психологии; Татарко Александр Николаевич (первый слева) кандидат психологических наук, доцент; вторая справа – Э.В.Жданова, студентка 4 к. 885 гр. ТГПУ, активная участница в научно-образовательной деятельности лаборатории МСНОЛ КАТПО.



Рисунок 2. Сертификат, выданный Э.И.Ждановой за активное участие в студенческой Зимней Школе НИУ ВШЭ по направлению «Психология»

РАЗВИТИЕ РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

А. М. Заиц, Л. В. Ахметова

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В. Ахметова, к.психол.н., доцент.

В конце XX – начале XXI века проблема раннего обучения иностранным языкам становится чрезвычайно актуальной. Изменение экономических, политических, социальных условий жизни человечества, в частности модернизация экономики, международное сотрудничество и политический диалог побуждают родителей и педагогов к поиску новых возможностей для изучения иностранного языка с ранних лет. Изучение языков – процесс долговременный, требующий больших временных и личностных затрат. Многие педагоги и психологи подчеркивают необходимость лингвистического развития как важного рычага интеллектуального совершенствования ребенка.

О необходимости изучения дополнительного языка говорится в Законе Российской Федерации «Об образовании» на первое место выносятся «формирование личности с мировым уровнем культуры и знаний, а также интеграция личности в национальную и мировую культуру». Родители имеют право выбрать для своего ребенка ту программу дополнительного образования, которая, по их мнению, заложит основы для будущего развития тех или иных способностей ребенка, в том числе и языковых. Дошкольный возраст – это период активного усвоения ребенком разговорного языка, становления и развития всех сторон речи – фонетической, лексической, грамматической.

В дошкольном возрасте расширяется круг общения детей. Становясь более самостоятельными, дети выходят за рамки узкосемейных связей и начинают общаться с более широким кругом людей, особенно со сверстниками. Расширение круга общения требует от ребенка полноценного овладения средствами общения, основным из которых является речь. Высокие требования к развитию речи предъявляет и усложняющаяся деятельность ребенка. Фундаментальные исследования Л.С.Выготского, С.Л.Рубинштейна, А.Н.Леонтьева, А.Р.Лурия, П.Я.Гальперина, Д.Б.Эльконина, Ж.Пиаже, А.Валлона и др. позволили определить принципиальные положения, лежащие в основе связи мышления и речи, и наиболее значимые вопросы этой проблемы. К таким вопросам следует отнести: когнитивные предпосылки развития речи и языка; закономерности и направления развития речи и мышления в онтогенезе; отношение мысли к слову в процессе порождения

речевого высказывания; роль обучения в психическом развитии ребенка.

Развитие речемыслительной деятельности детей является одной из важнейших направлений в психологии развития, специальной психологии. Активизация коммуникативно-речевой сферы ребенка создает необходимые условия для его полноценной жизнедеятельности, развития его способностей, успешного овладения рядом бытовых, учебных, игровых умений и навыков.

Многими исследователями рассматривалась проблема обучения иностранному языку в дошкольном учреждении. Основной акцент делался на необходимости максимального использования сензитивного периода возрастного развития, как наиболее продуктивного. Проблема обучения иностранным языкам с этой точки зрения нашла свое отражение в ряде научных трудов отечественных и зарубежных исследователей и методистов, таких как В.Н. Мещерякова, Н.В. Семенова, И.Н. Павленко, И.Л. Шолпо, З.Я. Футерман, Л.П. Гусева, Н.А. Горловой, М.А. Хасанова и другие.

Проблема раннего изучения языка рассматривается нами несколько с иной точки зрения и посвящается психологическому исследованию предполагаемой взаимосвязи мыслительной деятельности с речевой при изучении старшими дошкольниками немецкого языка. Таким образом, цель исследования – изучить влияние дополнительного (немецкого) языка на формирование речемыслительной деятельности у детей старшего дошкольного возраста. Объект исследования – процесс развития речемыслительной деятельности у старших дошкольников. Предмет исследования – содержание речемыслительной деятельности старших дошкольников, изучающих иностранный язык.

Исследование речемыслительной деятельности детей старшего дошкольного возраста, изучающих дополнительно немецкий язык, проходило в г. Томске на базе учреждения МБОУ прогимназии «Кристина». В исследовании принимали участие две подготовительные группы. Группа «Солнышко» в составе 24 человек, не изучающих дополнительный иностранный язык и группа «Пчелки» в составе 23 человек, изучающих дополнительный немецкий язык с раннего возраста. Возраст детей, принявших участие в исследовании от 5,7 лет до 6,8 лет. В соответствии с возрастными характеристиками группы были дополнительно разделены на подгруппы: дети от 5,7 лет до 5,12 лет и дети от 6,1 до 6,8 лет. Общая выборка составила 47 человек.

На первом этапе исследования осуществлялся анализ научной, методической литературы, выработывалась гипотеза, определялись цель, задачи и методы исследования; формировался понятийно-

категориальный аппарат исследования; определялась эмпирическая база.

На втором этапе проводилось научное исследование по выявлению содержания речемыслительной деятельности у детей старшего дошкольного возраста. Изучался словарный запас, которым оперировали дети, особенности их мыслительной деятельности.

На третьем этапе исследования на основе анализа и оценки полученных данных исследования, осуществлялась их интерпретация, выполнялось построение таблиц, графическое оформление значимых результатов.

Для выявления уровня развития речемыслительной деятельности были использованы стандартизированные тестовые методики («Картиночно – словарный тест»), цветные прогрессивные матрицы Равена в адаптации А.Я. Ясюковой, метод контент - анализа), предназначенные для исследования содержания речемыслительной деятельности старших дошкольников, изучающих иностранный язык. Критериями содержания речемыслительной деятельности явились:

- Словарный запас слов.
- Умение оперировать словами.
- Умение осуществлять мыслительные операции.

Эти критерии, с нашей точки зрения, логически согласуются с понятием «речемыслительная деятельность», которое принадлежит российскому психологу и лингвисту, доктору психологических и филологических наук, действительному члену Российской академии образования и Академии психологических наук А.А. Леонтьеву. Под речемыслительной деятельностью мы понимаем «целенаправленный, мотивированный и осмысленный процесс познания речевыми средствами».

На основе «Картиночно – словарного теста» в адаптации Чиркова В.И. и Разумовской О.Л., который направлен на диагностику уровня развития высших психических функций, включает ориентировку в окружающем мире, информированность, словарный запас, зрительную перцепцию, «словарную находчивость, были исследованы вербальные способности старших дошкольников.

Результаты анализа данных двух групп сравнения показали (при $P \leq 0,05$) достоверно значимые различия в словарном запасе слов для части речи «существительное». В группе дошкольников, изучающих немецкий язык, оперируют статистически значимо большим количеством существительных, составляют более емкие и содержательные в смысловом отношении предложения.

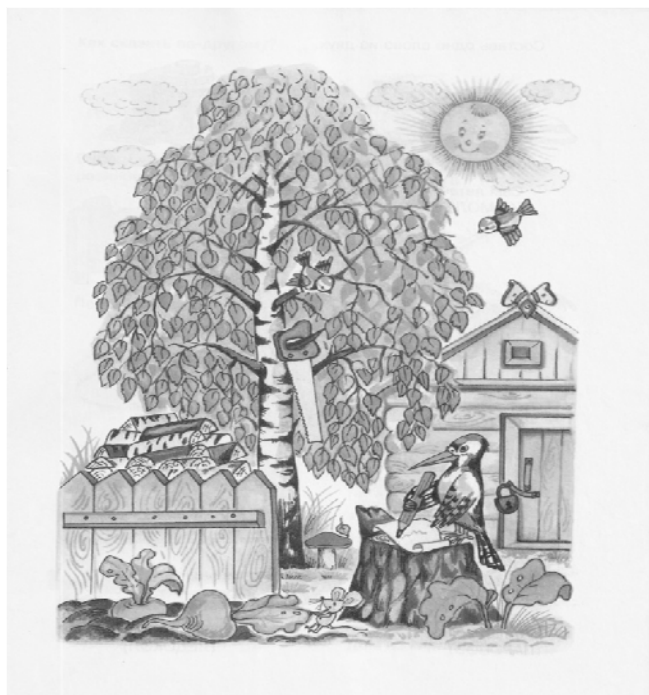


Рисунок 1. Стимульный материал – картинка, предъявляемая старшим дошкольникам для составления рассказа.

К примеру, сравним рассказ двух детей из разных групп, но имеющих высокие показатели мыслительной деятельности (см. рис.1).

Дошкольник из группы, не изучающей немецкий язык. « Жил был дятел, с ним жила мышка – Норушка. Солнышко выглянуло, и дятел направился рисовать, а мышка выдергивать репку. Прилетели птички».

Таблица 1

Показатели содержания количества частей речи в контрастных группах (N 47)

Группы	Уровень развития	Код испытуемого	Существительные	Глаголы	Прилагательные	Местоимения	Наречия	Предлог	Союз	Частица
Контрольная группа	Высокий уровень развития мыслительной деятельности	1	13	18	3	14	0	8	4	1
		2	8	6	0	4	2	5	1	0
		3	12	8	2	7	0	6	3	1

	Низкий уровень развития мыслительной деятельности	4	5	5	0	1	0	1	0	0
		5	9	0	1	1	5	1	2	1
		6	9	7	0	0	1	2	2	1
Экспериментальная группа	Высокий уровень мыслительной деятельности	2.1	25	8	0	1	0	0	3	0
		2.2	23	13	3	2	6	9	2	4
		2.3	32	12	6	2	0	8	6	9
	Низкий уровень развития мыслительной деятельности	2.4	8	7	0	0	0	0	2	0
		2.5	2	11	4	1	1	1	1	0
		2.6	5	4	0	0	0	0	0	0

Дошкольник из группы, изучающей немецкий язык. «Жил был дятел, писал письмо. Он был в своем доме, у него был свой огород, он любил писать письмо, у него выросли разные овощи, у него бегали разные животные и рвали у него овощи. У него были птицы, он не любил работать, у него был большой дом, и выросла репка, у него бегали мыши и рвали у него репку, чтобы есть».

Количественные показатели словарного запаса, выявленные у детей в процессе исследования, приведены в таблице 1. Установлены достоверно значимые различия в словарном запасе слов по языковой единице «существительное» в группе старших дошкольников с высокими показателями мыслительной деятельности и изучающих иностранный (немецкий) язык.

Психодиагностическая работа с «Цветными матрицами Равена» Серия А Серия В позволила установить, что в аналитико-синтетической деятельности детей двух групп сравнения также существуют различия. Для детей, изучающих дополнительно немецкий язык более продуктивной оказалась работа с «Цветными матрицами Равена» серии А, в которой основным содержанием мыслительной деятельности является мыслительная операция «анализ».

Итак, на основании научного исследования речемыслительной деятельности детей старшего дошкольного возраста при изучении иностранного языка были сделаны следующие выводы:

1. Теоретическое исследование основных концепций психологии речемыслительной деятельности детей старшего дошкольного возраста в отечественной и зарубежной литературе показало необходимость

изучения дополнительного языка в дошкольном возрасте; позволило конкретизировать понятие «речемыслительная деятельность» и его содержание:

- под речемыслительной деятельностью мы понимаем «целенаправленный, мотивированный и осмысленный процесс познания речевыми средствами»;
- содержанием речемыслительной деятельности являются:
 - а. Словарный запас слов.
 - б. Умение оперировать словами.
 - с. Умение осуществлять мыслительные операции.

2. На основе анализа и оценки данных эмпирического исследования речемыслительной деятельности детей, изучающих иностранный (немецкий) язык было установлено:

- в двух группах сравнения старших дошкольников (изучающих и не изучающих иностранный язык) достоверно значимых различий по показателям IQ не выявлено;
- достоверно значимые различия в группе старших дошкольников, изучающих иностранный (немецкий) язык в умении дифференцировать элементы, дополнять недостающую часть структуры, сличая её с образцами;
- достоверно значимые различия в словарном запасе слов по языковой единице «существительное» в группе старших дошкольников с высокими показателями IQ и изучающих иностранный (немецкий) язык;
- выявлено для группы старших дошкольников, изучающих иностранный язык и с высокими показателями мыслительной деятельности качественные и количественные преимущества при построении предложений.

Таким образом, гипотеза исследования полностью подтвердилась. Изучение дополнительного иностранного языка способствует развитию речемыслительной деятельности у детей старшего дошкольного возраста.

Литература

1. Ишимова О.А., Е. Д. Худенко, С. Н. Шаховская/ Развитие речемыслительных способностей детей. М.: Просвещение, 2009. - 111 с.
2. Кожевникова О.В. К вопросу о раннем языковом образовании детей дошкольного возраста // Теоретические и практические вопросы языкового образования: Сб. науч. тр. - Ижевск, 2003 с-118-122
3. Мухордова О.Е., Шрейбер Т.В. Прогрессивные матрицы Равена: методические рекомендации /сост. и общая редакция . - Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. – 70с.
4. Эльконин Д.Б. Избранные психологические труды. – М., 1989. с.560

5. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность/ М., Просвещение»/ А.А. Леонтьев,- 2009. – 214 с.

КАТЕГОРИЯ «ВРЕМЯ» В ПСИХИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

А. А. Кашкаков

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л. В. Ахметова к.психол.н., доцент

Существует множество объяснений по поводу содержания человеческого понятия «Время».

Этому понятию приписывают различную динамику – «Время» бежит, тянется, течет, останавливается.

«Время» обладает присущими только ему свойствами. Оно может быть коротким, длинным, вечным или бесконечным, незаметным.

«Время» имеет свои функции. Оно оказывает влияние, регламентирует процессы в различных сферах живого и неживого материального мира. «Время» может разрушать и восстанавливать, изменять.

Понятие «Время» является неотъемлемой частью смыслов, выступает своеобразным координатором жизнедеятельности людей. Одни думают, что оно течет неизменно, другие убеждены, что оно может изменяться и есть множество параллельных вселенных, где время проявляет себя по-иному, а третьи, включены в его поток и ощущают его как неотъемлемая часть жизни. Кто-то не имеет времени, а у кого-то его в избытке. Одни люди, «гонятся» за временем, другие – идут «в ногу», а третьи – «отстают» и так далее.

Спектр понятия «время» представлен удивительно разной речевой палитрой, отражающей многочисленные аспекты осознаваемых человеческих смыслов, охватываемых этим понятием. К примеру:

- синонимы: век, период, эпоха, пора, полоса, година, срок, часы, дни, годы, момент, эра, минуты;
- фразеологические обороты: время не ждёт, время терпит, время покажет, время работает на нас, на короткое время, в первое время, в последнее время, выиграть время, с незапамятных времён, не время сидеть сложа руки, всему своё время, в своё время, раньше времени, с течением времени, в скором времени;
- афоризмы: "Счастливые часов не наблюдают", "Делу время - потехе час", "Времена не выбирают, в них живут и умирают", "Время собирать камни и время разбрасывать камни";
- смысловое значение. Что означает понятие "длина времени"? Как проявляется течение времени? По каким признакам мы можем

определить, что оно течёт? Может быть, это связано с процессом разрушения, старения. Причём, в этом процессе скажется неизбежная однонаправленность течения времени. Какими свойствами обладает время? Как измеряют время? Можно назвать измерители времени "периодическими устройствами", так как они измеряют определённые промежутки времени. Сегодня известно великое множество методов измерения времени. Солнечные, песочные, водяные, маятниковые, пружинные, механические, электронные, атомные;

- в сочетании с частями речи (прилагательными или существительными) особенно усиливает своё значение: времена бесславные, злые, позорные, опасные, тревожные, мучительные, тяжёлые, горькие, страшные, голодные - славные, радостные, милые, светлые, лёгкие, отрадные, канувшие в лету или незабвенные; забытые или незабываемые; чистое время, настоящее время, прошлое и будущее время, забытые времена. Или – запас времени, остаток времени, с оглядкой на время, время расцвета, время юности, время заката, превратности времени, загадка времени, заслуга времени, ошибка времени, потери времени, задача нашего времени, время отпуска, время работы и так далее [1].
- «Время» органично взаимосвязано с ещё одной категорией человеческого разума – «Пространство». Оно обозначает физическую продолжительность, измеряемую в единицах времени (секунды, годы, столетия и так далее) [2,3]. Взаимосвязь времени и пространства неразделимо присутствует в сознании человека. Так у А.Толстого («Сёстры») «Елизавета пыталась заполнить пустоту мучительных и долгих дней» или у А.П.Чехова («Три сестры») «Настоящее противно, но когда я думаю о будущем, то как хорошо! Становится так легко, так просторно: и вдали брезжит свет, я вижу свободу» [1].

Время как философская категория не предполагает существования каких-либо универсальных, всеобщих, единых для любых областей материального мира и любых форм движения материи единиц измерения времени. Рассматривая время как философскую категорию, следует иметь в виду, что любые конкретные единицы измерения длительности связаны с теми или иными классами соравномерных процессов, которые историчны и не могут использоваться как единицы "длительности вообще".

Исследования биологов, приводят к выводу о том, что живые организмы представляют собой целостные высокоинтегрированные материальные системы, в которых "равномерное течение" биологического времени задается классами соравномерных биологических

процессов. Анализ проблемы биологического времени позволил сделать ряд серьезных выводов о месте и роли биологического времени в организации процессов жизнедеятельности живых организмов и протекающих в них биологических процессов, о значении и перспективах введения в понятийный аппарат биологии понятия биологического времени [5].

Многие трудности и недоразумения, связанные с феноменом времени, обусловлены тем, что под словом “время” скрывается несколько недостаточно четко дифференцируемых понятий.

Прежде всего словом “время” обозначается философская категория времени. Философская категория времени не предполагает существования каких-либо универсальных, пригодных для любых областей материального мира единиц измерения времени. Мерой времени как философской категории является вечность. Вечность бытия материального мира означает, во-первых, несотворенность и неуничтожимость, самодостаточность существования движущейся материи и материального мира и, во-вторых, неизменность материального мира в целом при всех количественно-качественных изменениях любых конечных материальных систем и областей материального мира.

За словом “время” понятие скрывается ещё одно понятие – это естественнонаучное понятие времени, обозначающее равномерную длительность процессов того или иного класса соразмерных процессов.

Концепция времени как метризованной при помощи того или иного объективного измерения длительности представляет собой последовательную концепцию, согласно которой время представляет собой совокупность специфических (“временных”) свойств, связей и отношений объектов, процессов и событий материального мира.

Концепция времени как метризованной длительности позволяет раскрыть иерархическую многоуровневость времени и осознать тот факт, что время на каждом иерархическом уровне организации материального мира и дискретно, и непрерывно. Поэтому количественная бесконечность любого конкретного типа времени не выводит за пределы той области материального мира или того уровня организации материи, которым принадлежит объективное измерение. В материалистическом тезисе о временной бесконечности материального мира фигурирует не естественнонаучное понятие, а философская категория времени, для количественной конкретизации которой потребовалось бы, преодолев все иерархические уровни организации материального мира, подняться до охвата всего мироздания в целом.

Психологическая категория понятия «время» обнаруживает себя в следующих словах и словосочетаниях: время быстро проходит, пролетает, мчится, тает, настигает стремительно, подстёгивает, подхлесты-

ваит, настигает, надвигается, обрушивается, уносит на крыльях - в то же время оно тащится, течёт медленно, стоит, проходит однообразно, волочит, зависит от разных превратностей. Время вопрошает, удивляет, озадачивает - одновременно лечит, утешает, как в вату завертывая страдание, стирает из памяти все плохое, вычёркивает ненужное, розовым флёром окрашивает прошедшее. Время может убить, время должно исцелить. Можно оказаться погребённым во времени, время даёт передышку, залечивает раны и возрождает для будущего. Кто-то с течением времени умнеет, но чаще глупеет, стареет, впадает в детство. Время поразительно меняет человека, другого же консервирует. Для детей оно течёт мучительно долго. Юность не замечает время. Жизнь протекает как бы вне времени. Горячка будней и бездна дел проглатывает бесследно время. Нужно много успеть, нет времени на личные дела, Время больших ожиданий. Впереди - счастливые времена. Для пожилого человека оно стремительно проходит, пролетает, его нельзя остановить. Человек может стать жертвой времени, заложником времени, героем своего времени.

Сознание людей в большей или меньшей степени направлено в соответствии с тем или иным вектором времени: прошлым, настоящим, будущим. Три-направленных временных векторов образуют специфическую архитектуру временного мироощущения личностью себя в своей жизни [6]. «Прошлое «вбирается» личностью в свой настоящий способ жизни и свой «склад»... Оно становится идеальным и экзистенциальным пространством самой личности. Будущее – в отличие от прошлого – это проективное личностное пространство, образованное способностями её сознания, воображения, мышления, мотивациями достижений и притязаний. Сколько жизненных сил, жизненных умений, способностей чувствовать, мыслить и осознавать личность вобрала из всех этапов своего прошлого в своё настоящее «я» и его отношения с миром, сколько проективного, конструктивного времени-пространства она способна охватить как своё будущее и сколь разумен и обоснован этот перспективный охват, столь и сильна пружина личностного времени, движущая её в это будущее [6,с.216].

Итак, категория «время» пронизывает все аспекты жизнедеятельности и мировосприятия человека. Бесконечное и неуловимое, неизбежное и отсроченное оно, неизменно присутствует в материи, и презентуется в сознании бесчисленным многообразием.

Литература

1. Бендерский Я.М. Из жизни замечательных слов [Электронный ресурс] Режим доступа // http://world.lib.ru/b/benderskij_j_m/wremja.shtml

2. Депперт В. Мифические формы мышления в науке на примере понятий пространства, времени и закона природы // Разум и экзистенция: Анализ научных и вненаучных форм мышления. – СПб.: РХГИ, 1999, с. 187-204.
3. Гуревич А.Я. Представление о времени в средневековой Европе // История и психология. – М.: Наука, 1971, с. 159-198.
4. Хасанов И.А. . Время как философская категория и естественнонаучное понятие [Электронный ресурс] Режим доступа http://www.chronos.msu.ru/RREPORTS/khasanov_vremya/3.htm
5. Детлаф Т.А. Единицы измерения биологического времени и при использовании метода относительной характеристики продолжительности развития животных // Онтогенез, 1990, т. 21, № 6, с. 646-652.
6. Абульханова К.А., Березина Т.Н. Время личности и время жизни. Спб.: Алетейя, 2001.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЦ, ЗАВИСИМЫХ ОТ МНОГОПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ РОЛЕВЫХ ОНЛАЙН ИГР

Л. И. Козлова

Новосибирский государственный педагогический университет

Научный руководитель: М.Г. Чухрова, д.мед.н., проф.

MMORPG (англ. massively multiplayer online role-playing game) – многопользовательские ролевые онлайн игры – жанр онлайн-компьютерных ролевых игр, в которых большое количество игроков взаимодействуют друг с другом в виртуальном мире, в основном, в жанре фэнтези. MMORPG являются одной из наиболее частых причин возникновения интернет-зависимости. На данный момент насчитывается более 500млн геймеров по всему миру. На World of WarCraft на сегодняшний день потрачено 5,93млн лет! И индустрия продолжает развиваться.

Реклама MMORPG с игрового портала, предоставляющего World of WarCraft и LineAge – две наиболее популярные и распространенные по всему миру онлайн игры, может с одной стороны служить ярким примером восприятия со стороны геймеров, а с другой стороны достаточно точно описывает ситуацию. «Игры популярны на всем земном шаре. В них играют миллионы людей, к ним привязаны тысячи игроков.... Эти необыкновенно популярные бесплатные онлайн игры заслужили столь большую любовь игроков из-за реальности жизни внутри игры, из-за безграничности миров, лежащих в их основе. Ведь играть в лучшие игры онлайн практически также серьезно, как жить в реальном мире» [1]. Результатом этого являются последствия, характерные для интернет-зависимости в целом – отрицательное влияние на социальную, профессиональную, психологическую и даже физическую стороны жизни человека. В первую очередь это влияние на со-

циальную жизнь индивида: чем больше человек проводит времени в Интернете, тем меньше он общается с реальными людьми, с семьей и друзьями, игнорирует социальные виды деятельности и интересы [2]. Причем в отличие от других видов проведения времени в интернете, вызывающих зависимость (интернет-шопинг, серфинг, общения в социальных сетях), в основе MMORPG лежит максимальное выключение игрока из реальной жизни. Игроки изучают большой объем информации, связанный с игрой, осваивают множество навыков абсолютно не применимых в реальной жизни, проводя за игрой до 18 часов в сутки. Склонность к зависимости от онлайн игр чаще встречается в подростковом возрасте, с возрастом интерес к онлайн играм часто пропадает [3].

Задача данного исследования – выявить психологические особенности лиц, у которых зависимость от MMORPG сохранилась или возникла в более зрелом возрасте. В исследовании принимали участие 210 человек, возраст испытуемых от 18 до 32 лет.

Путем исключения испытуемых со средними значениями по шкале интернет-зависимости было сформировано 2 экспериментальные группы по 36 человек. В группу интернет-зависимых были включены по 18 мужчин и женщин с максимальными показателями зависимости, в группу интернет-независимых 18 мужчин и 18 женщин с минимальными показателями зависимости.

Для диагностики интернет-зависимости использовался переведенный и адаптированный В.А. Лоскутовой тест К.Янг [4]. В качестве основного занятия в интернете все участники, вошедшие в группу интернет-зависимых, указали многопользовательские ролевые онлайн игры – MMORPG (LineAge). Для выявления личностных особенностей использовался 16 – факторный опросник Р.Кеттелла (форма С) [5].

В результате статистического анализа данных (ANOVA, STATISTICA 7.0), были выявлены следующие достоверные различия между группой интернет-зависимых и интернет-независимых пользователей сети:

1) интернет-независимые пользователи сети имеют достоверно более высокие результаты по факторам: А «способность к установлению межличностных контактов», С «эмоциональная устойчивость», Е «степень доминирования», F «эмоциональная зрелость», Н «активность в социальных контактах», Q3 «самоконтроль».

2) интернет-зависимые имеют более высокие результаты по шкалам: М «воображение», О «тревожность», Q4 «внутреннее напряжение».

Таким образом, личностные характеристики, отличающие зависимых от многопользовательских ролевых онлайн игр от пользователей,

у которых зависимость не возникает, это: замкнутость, эмоциональная нестабильность, склонность к подчинению, сдержанность, робость, низкий самоконтроль, тревожность, напряженность, мечтательность. В целом эти черты можно интерпретировать как проявления личностной незрелости, более характерные для подросткового возраста. Полученный портрет совпадает с так называемым «подростковым комплексом», включающим беспокойство, тревогу, меланхолию, склонность подростка к резким колебаниям настроения, импульсивность, негативизм, конфликтность и противоречивость чувств, агрессивность, категоричность высказываний и суждений [6].

Достоверных различий по показателям возраста и половой принадлежности испытуемых не выявлено. Данный факт дает основание полагать, что независимо от возрастного фактора и фактора половой принадлежности личностная спецификация пользователей, зависящих от MMORPG, сохраняется, что собственно и обусловлено особенностями игр данного типа.

Литература

1. Лучшие онлайн игры на нашем информационно игровом портале [Электронный ресурс] Режим доступа: //URL: <http://best-games.su> (дата обращения 20.03.2012).
2. Лоскутова В.А. Интернет-зависимость как форма нехимических аддиктивных расстройств. Автореферат дис. канд. мед. наук. Новосибирск, 2004. [Электронный ресурс] Режим доступа: //URL: <http://user.lvs.ru/vita/avtoreferat.htm> (дата обращения 20.03.2012).
3. Ермолаева А.В. Интернет-аддикция подростков // Проблемы и перспективы общетеоретической, прикладной и специальной психологии: Материалы межвузовской научной конференции молодых ученых, аспирантов и студентов. Новосибирск: ООО «Альфа-Виста», 2010. С.75-78.
4. Лоскутова В.А. Тест на Интернет-зависимость//[Клиника СПО Центр: [Электронный ресурс] Режим доступа:// URL: http://www.psyhelp.ru/texts/iad_test/htm (дата обращения 28.03.2011).
5. Капустина А.Н. Многофакторная личностная методика Р.Кеттелла: Учеб.-метод. пособие. СПб.: Речь, 2004. 99 с.
6. Мухина В.С. Возрастная психология: Детство, отрочество, юность. М.: «Академия», 2000. 624 с.

СТЕРЕОТИПЫ И ОЖИДАНИЯ УЧАСТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА КАК ФАКТОРЫ КОНФЛИКТОГЕННОСТИ

Ю. В. Комисарчук

Научный руководитель: Т.А. Булатова, к.м.н. доц.

В настоящее время можно встретить в различных сферах наук использование понятия стереотип. В зависимости от теоретических представлений того или иного автора (У. Липпман, Т. Шибатуни, И.С. Кон, Ю.А. Сорокин, И.Л. Викентьев, П.А. Сорокин), на первый план выдвигаются те или иные аспекты этого социально-психологического явления. Так У. Липпман приводит следующее определение стереотипа как упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта человека [3]. Стереотипы, тесным образом, связаны с ожиданиями. Человек готов к восприятию того, что ожидает [1, 159]. Ожидания связаны с эмоциональной сферой человека, соответственно они инициируют положительные или отрицательные эмоции при оправдавшихся и не оправдавшихся ожиданиях.

В педагогических отношениях существуют «педагогические стереотипы», которые следует понимать как стереотипность восприятия и понимания преподавателями своих учеников и, наоборот, во время образовательной коммуникации. Стереотипы восприятия, понимания и оценивания учащихся, приводят к формированию психологических барьеров, как в общении, так и в отношениях. [2, 4] Подобные барьеры приводят к конфликтным ситуациям и препятствуют развитию отношений между преподавателем и учащимся.

Проблема стереотипности отношений студентов и преподавателей достаточна, актуальна в настоящее время. Рассуждая о стереотипах в образовательном процессе, можно говорить о взаимных стереотипах преподавателей и студентов, которые могут с одной стороны упрощать, а с другой – усложнять взаимодействие обеих сторон. Если стереотипы выступают в качестве барьеров в общении в системе «преподаватель - студент», это может привести к конфликтным ситуациям, недопониманию, препятствовать развитию образовательного процесса.

Среди студентов и преподавателей был проведен социологический опрос, с целью выявления стереотипов и ожиданий, в отношении участников коммуникативного образовательного процесса. Социологический опрос проводился в виде индивидуального раздаточного анкетирования. Преподавателям и студентам предлагались анкеты содержащие вопросы, которые в той или иной мере содержали потенциальные стереотипы и ожидания участников образовательного про-

цесса в отношении друг друга. Среди студентов было опрошено 100 человек. Использовался метод детерминированной выборки, путем стихийного отбора. Выборка была гетерогенной. По такой же выборке были опрошены преподаватели в количестве 30 человек. Анализ ответов преподавателей можно интерпретировать как тенденцию, так как выборка не достигла 100 человек. Более массивное исследование, рассматриваемое нами в перспективе, может дать более репрезентативные данные. В ходе работы были получены следующие результаты, которые показывают стереотипы и ожидания участников образовательного процесса друг к другу.

Среди 51% -опрошенных студентов существует стереотип, что преподаватель должен быть всегда готов к работе со студентом. Это не всегда совпадает с возможностями преподавателя.

(табл. №1)

стереотипы-альтернативы:	Выберите мнение соответствующее Вашим представлениям о преподавателе.
	всего студентов 100 из них:
1.преподаватель должен быть всегда готов к работе со студентом;	51%
2.преподаватель кроме работы со мной, занимается с другими студентами, ведет научные работы, поэтому я согласую свою работу с ним в поставленные часы консультации;	45%
3.если я не посещаю занятий, то преподаватель должен предоставить мне информацию по пройденному материалу, для успешной сдачи сессии и отсутствия долгов;	4%

Наиболее важными качествами в преподавателе для студента являются коммуникативные навыки – 93% - опрошенных, знания (компетентность) – 84% опрошенных, отзывчивость – 66%, вежливость – 63% - опрошенных. Из этих качеств складывается образ преподавателя, как человека опытного, умеющего общаться и готового всегда помочь, причем умение общаться преподавателя для студентов важнее всего.

Среди опрошенных преподавателей (30 человек) в студенте важны такие качества как вежливость – 60% - опрошенных, знания – 57% - опрошенных, дисциплинированность – 54% - опрошенных.

(табл. №2)

ожидания-альтернативы:	Какие качества для вас важны в современном студенте и преподавателе?	
	студенты (100 чел.)	преподаватели (30 чел.)
1.доброта	47%	54%
2.инициативность	45%	45%
3.вежливость	63%	60%
4.творческий подход к процессу обучения	56%	38%
5.опытность	60%	
6.коммуникативные навыки	93%	36%
7.знания	84%	57%
8.отзывчивость	66%	
9.доброжелательность		15%
10.самоконтроль		40%
11.широта эрудиции		43%
12. дисциплинированность		54%

Среди студентов существует два устойчивых стереотипа о личности преподавателя. Так из 100 студентов, 86% - опрошенных считают, что преподаватель любит продемонстрировать свою власть над студентами, показать их слабость в изучаемом предмете; 57% - опрошенных студентов уверены, что каждый преподаватель желает, чтобы студенты знали его предмет лучше, чем все остальные.

(табл. №3)

стереотипы-альтернативы:	Согласны ли Вы со следующими утверждениями о преподавателе?
	всего студентов 100 из них:
1.преподаватель неуспешный человек, так как он не достиг высоко оплачиваемого статуса;	2%
2.преподаватели любят продемонстрировать свою власть над студентами, показать их слабость в изучаемом предмете;	57%
3.каждый преподаватель разбирается только в своем предмете;	12%
4. преподаватели принципиально не желают и не могут понять студентов – это два разных мира.	16%
5.каждый преподаватель, желает, чтобы студент знал его предмет лучше, чем все остальные;	86%

В студенческой среде имеются возрастные стереотипы в отношении к преподавателям. Так из 100 студентов, 60% - опрошенных – считают, что опытные преподаватели не любят не дисциплинированных студентов, пристрастно относятся к ним на итоговых занятиях, они более категоричны и требовательны в отношении оценки ответов студента; 38% - опрошенных студентов считают, что молодые преподаватели менее категоричны, с ними проще установить общение, чувствовать себя увереннее при ответе на вопросы.

(табл. №4)

стереотипы-альтернативы:	Какие суждения Вам наиболее близки о молодом и опытном преподавателе?
	всего студентов 100 из них:
1. молодой преподаватель – серьезный, строгий, у него трудно получить отличную оценку на экзамене;	15%
2. опытный преподаватель – чаще всего не любит не дисциплинированных студентов и пристрастно относится к ним на итоговых занятиях;	60%
3. молодого преподавателя легче отвлечь в сторону от темы занятия, чем опытного преподавателя;	27%
4. преподаватели с опытом более категоричны и требовательны в оценке ответов студента, что подавляет уверенность студента в себе;	38%
5. на занятиях молодые преподаватели менее категоричны в оценке мнений студентов;	29%

Среди опрошенных студентов у 35 % имеется стереотипное представление о преподавателе, они считают, что преподаватель, у которого нет своей собственной семьи, будет менее доброжелательным в работе и общении со студентами. Но большинство студентов – 65% - опрошенных не согласны с этим утверждением.

(табл. №5)

альтернативы:	Согласны ли Вы с тем, что несемейный преподаватель будет менее доброжелательным в работе и общении со студентами?
	всего студентов 100 из них:
1. согласен;	35%
2. не согласен;	65%

В студенческой среде отсутствует гендерный стереотип. Пол преподавателя не влияет на работу со студентами. Так из 100 студентов, 67% - опрошенных не имеют подобного стереотипа. В отличие от студентов, преподаватели имеют подобный стереотип. Из 30 опрошенных преподавателей, 52 % считают, что девушки-студенты более дисциплинированы, ответственны, учатся в больших случаях лучше, чем молодые люди.

Из всего количества учащихся преподаватели оценивают высоко только 10% студентов, так считают 8 преподавателей из 30 опрошенных, хорошо оценивают 30% студентов 10 опрошенных преподавателей, б преподавателей удовлетворительно оценивают 20% учащихся. Это указывает на высокую требовательность преподавателей к знаниям студентов. Кроме этого при проведении опроса, многие преподаватели отмечали, что уровень оценки студентов различается в зависимости от факультета.

(табл. №6)

альтернативы:	Какую долю студентов Вы оценили бы как...
	всего преподавателей 30 из них ответили 25 человек:
1.высоко;	10%
2.хорошо;	30%
3.удовлетворительно;	20%

Среди преподавателей сложилось мнение о том, что в студенчестве не нужно заводить семью. Так считают 52% опрошенных преподавателей.

(табл. №7)

альтернативы:	Выберете суждение, которое отвечает вашим представлениям о студенте?
	всего преподавателей 30 из них:
1. в студенческие годы студент должен учиться, дружить, но не совмещать с учебной семейную жизнь;	52%
2. студенческое время, это время создания семьи, студенческая семья спланирует, помогает в учебе;	8%
3. затрудняюсь ответить;	40%

17 преподавателей из 30 поддерживают студентов, которые кроме учебы, имеют работу, но только в том случае, если это не мешает учебе. Но 5 преподавателей считают, что «учеба – это и есть работа».

(табл. №8)

стереотипы-альтернативы:	Какое мнение в отношении совмещения работы и учебы Вам ближе?
	всего преподавателей 30 из них:
1.студент может работать, но это не должно мешать учебе, посещению занятий;	56% (17)
2.может работать, пропускать занятия, но быть готовым самостоятельно подготовиться и сдать итоговый контроль по предмету;	28% (8)
3.собственное мнение: «учеба – это и есть работа»;	16% (5)

Оба участника образовательного процесса считают, что студент должен участвовать в НИРС (научно-исследовательская работа студентов) по собственной инициативе: 82% - опрошенных студентов и 64% опрошенных преподавателей. Но следует отметить, что большая часть преподавателей – 36% опрошенных, по сравнению со студентами – 13% - опрошенных, считает, что студент должен участвовать в НИРС с привлечением научного руководителя. (табл. №9)

(табл. №9)

ожидания-альтернативы:	Студент должен участвовать в НИРС...	
	студенты	преподаватели
1.по собственной инициативе;	82%	64%
2.по привлечению научного руководителя;	13%	36%

Преподаватели – 92% опрошенных и студенты – 76% опрошенных считают, что важнее всего заниматься в университете образованием по специальности. Следует отметить, что 20% опрошенных преподавателей считает, что совсем неважно участвовать в творческой жизни университета (праздники, КВН, конкурсы красоты), со стороны студентов, так считает только 13% опрошенных.

(табл. №10)

ожидания-альтернативы:	По-вашему мнению, студенту в университете важнее всего заниматься?	
	студенты	преподаватели

1.образованием по специальности	76%	92%
2.общественной работой;	5%	4%
участвовать в творческой жизни ВУЗА;	13%	4%

Таким образом, нам удалось выявить важные стереотипы и ожидания участников образовательного процесса, указать места, где стереотипы и ожидания студентов и преподавателей совпадают, а где противопоставляются друг другу. Так преподаватели и студенты ценят такие качества, как вежливость, знания. Оба участника образовательного процесса считают, что участие в НИРС должно быть по собственной инициативе, в университете важнее всего заниматься образованием по специальности. В студенческой среде имеется стереотипное представление об опытном и молодом преподавателе. Среди преподавателей сложилось мнение о студенте, как о человеке, который не должен заводить в студенческие годы семью. По мнению преподавателей, студент может работать, но если это не мешает учебе. Таким образом, исследование показало, что в образовательном процессе существуют стереотипы и ожидания, который могут привести к недопониманию и к конфликтным ситуациям, а значит, изучение и исследование данных факторов воздействия нуждается в продолжении.

Литература

1. Аронсон, Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию./ Э. Аронсон. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 517с.
2. Коломинский, Я.Л. Человек – психология/ Я. Л. Коломинский. – М.: Наука, 1978. – 392с.
3. Липпман, У. Общественное мнение/ У. Липпман. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
4. Реан, А.А. Психология адаптации личности. Анализ. Теория. Практика/ А.А Реан – Спб.: прайм – ЕВРОЗНАК – 2006. – 479с.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ЭМПАТИИ У СПЕЦИАЛИСТОВ РАЗЛИЧНЫХ ПРОФЕССИЙ

Ю. С. Костюкова, Е. М. Семёнова

Филиал Российского государственного социального университета
в г. Минске

Становление профессионала всегда несет на себе печать индивидуальности. Соответственно отличаются сочетания профессионально важных качеств (мотивационных побуждений, техник профессио-

нального мышления, видов способностей), образуя неповторимые индивидуальные личностные профили.

Личность человека обычно оказывает позитивное влияние на выбор профессии, на ход профессиональной адаптации, поддерживает профессиональное мастерство, стимулирует профессиональное творчество, побуждает к смене профессии, оберегает от профессионального старения и деформации. Личность может и препятствовать становлению профессионала в человеке (отсутствие трудолюбия, общечеловеческих способностей, добротных мотивов и др.).

Поэтому одной из немаловажных, необходимых каждому человеку характеристик, входящих в личностное пространство и влияющих на успешный профессиональный рост, является эмпатия. Учитывая это, зрелая личность делает свои индивидуальные особенности предметом осознания, формирования, коррекции, шлифовки и совершенствования.

Термин «эмпатия» ввел в психологию Э. Титченер, обобщивший развивавшиеся в философской традиции идеи о симпатии с теориями вчувствования. Изучив разные взгляды на понятие эмпатии, можно констатировать, что под эмпатией понимают сочувствие, сопереживание, понимание психологических состояний других людей. Эмпатия представляется как эмоциональная отзывчивость человека на переживания другого, разновидность социальных эмоций.

Доминирующие личностные черты, в том числе и проявлении эмпатии, переносятся на всю деятельность личности, в том числе и профессиональную. Соответственно, эмпатия, является не только личностной характеристикой, но и профессиональной. Так, если человек по внутренним причинам выбрал какое-то определенное направление своей деятельности, значит предполагается (сознательно и бессознательно), что эта деятельность поможет ему достичь удовлетворения своих базовых потребностей (З. Фрейд, А. Маслоу, К. Хорни).

Е.П. Ильин считает что эмпатия (сочувствие, сопереживание) является предрасполагающим свойством личности к альтруистическому поведению. Это поведение характерно для профессий типа «человек-человек» (по Е.А. Климову). Чем больше человек склонен к сопереживанию, тем выше его готовность к помощи.

Существует большое количество подходов к исследованию эмпатии: относительно ее осознанности (осознаваемая и бессознательная части), происхождения (генетическая обусловленность или социальная необходимость), статуса (состоянием, процессом или свойством личности является эмпатия), видов эмпатии, возможности развития.

Эмпатия способствует развитию межличностных отношений и стабилизирует их, позволяет оказывать поддержку партнеру не только в обычных, но и в трудных экстремальных условиях, когда он особенно в ней нуждается.

Базируясь на основных положениях теории профессионального выбора Дж. Холланда нами проводилось исследование эмпатических тенденций у представителей разных (противоположных по методу контрастных групп) типов профессиональной деятельности: реалистический тип (ООО «М-древ»), социальный тип (воспитатель детско-го сада), предпринимательский тип (заведующий в сети магазинов).

В проведенном исследовании приняло участие 154 человека (82 женщины и 72 мужчины). Возрастной диапазон испытуемых, принявших участие в исследовании был от 19 до 55 лет. Для определения уровня эмпатических тенденций личности нами использовался опросник для диагностики способности к эмпатии А. Мехрабиана, Н. Эпштейна.

Изучение проявления эмпатических тенденций у представителей разных типов профессий позволило выявить наиболее эмпатичных из них. Выраженность эмпатических тенденций у специалистов разных профессиональных групп мы определяли используя двухфакторный дисперсионный анализ.

Было выявлено доминирование эмпатических тенденций у представителей педагогического труда. Наиболее значимые отличия по данному показателю выявлены с группой представителей профессии реалистического типа (ООО «М-древ»). На втором месте по проявлению эмпатии вышли представители руководящих должностей. Их показатели значимо не отличаются от показателей группы воспитателей ($p = 0,31$), но резко отличаются от показателей представителей М-древа ($p=0,001$).

В коммуникативных профессиях эмпатия предполагает эмоциональную отзывчивость на поведение других людей, сочувствие им, предугадывание их состояний. Возможно, именно в связи с этим специфика деятельности воспитателя предполагает обязательное проявление данного личностного качества. В этой связи актуально высказывание К.Д. Ушинского о том, что в воспитании все должно основываться на личности воспитателя, потому что воспитательная сила изливается только от живого источника человеческой личности.

Постоянное общение с ребенком – важнейшая служебная функция воспитателя. В работе с детьми раннего и дошкольного возраста любовь, чуткость особенно необходимы. Воспитатель заменяет детям мать в её отсутствие. И ребёнок ждёт от него такого же внимания, те-

плоты, ласки, готовности придти на помощь, защитить, утешить – ждёт любви.

Здесь также необходимо отметить что в нашей выборке воспитателей выявлены не высокие значения эмпатии, а в большей степени средние. Это является оправданным в связи с тем, что у людей с повышенным уровнем эмпатии нередко различные психологические проблемы. Психолог Карл Роджерс определяет эмпатию следующим образом: «Быть в состоянии эмпатии означает воспринимать внутренний мир другого точно, с сохранением эмоциональных и смысловых оттенков. Как будто становишься этим другим, но без потери ощущения «как будто». Так, ощущаешь радость или боль другого, как он их ощущает, и воспринимаешь их причины, как он их воспринимает. Но обязательно должен оставаться оттенок «как будто»: как будто это я радуюсь или огорчаюсь» [5]. Поэтому средний уровень эмпатии, возможно, является наиболее оптимальным для педагогической деятельности.

Аналогичные средние показатели эмпатии доминируют у представителей руководящих должностей. Это также является с нашей точки зрения оправданным явлением. Высокий уровень эмпатии руководителя не позволит ему успешно выполнять управленческие функции. В то же время в управленческой деятельности большой удельный вес имеют социально-психологические функции, они связаны с «человеческим фактором», преобладанием коммуникативных функций в их профессиональной деятельности. Эмпатия способствует идентификации (отождествлению) себя с другим человеком, пониманию его индивидуальных особенностей и принятию на этой основе конструктивных решений.

Итак, эмпатия является ценным профессиональным качеством любого специалиста, чья практическая деятельность связана с непосредственными контактами с людьми. При этом особенно важно не забывать о ее субъективных пределах, выход за которые чреват серьёзными профессиональными проблемами.

СПЕЦИФИКА ГЕНДЕРНЫХ УСТАНОВОК ЛИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ УСЛОВИЯХ

А. А. Костюнина

Горно-Алтайский государственный университет

До начала 1990-х годов гендерная проблематика как таковая в отечественной психологии не развивалась, исследования были сосредоточены главным образом в области психологии пола, психологии

половых различий, психологии семьи и брака (Ананьев Б.Г. Дворяшина М.Д., Кудрявцева Н.А. Геодакян В.А., Багрунов В.П., Кон И.С., Каган В.Е., и др.). Анализ значительного количества материалов и источников (научных и научно-популярных) позволил И.С.Клециной отметить, что к концу XX века увеличилось количество научных работ, в которых представлены результаты эмпирического изучения психологических различий между людьми разного пола. Однако, полагает автор, эти работы не следует рассматривать как гендерно-ориентированные даже в тех случаях, когда в названии присутствует слово «гендер». Одним из недостатков она считает, что «большинство психологов, опубликовавших исследования по проблемам различий между полами, исходят из положения, что анатомо-физиологические различия между людьми разного пола закономерно будут определять и различия в их психологической сфере» [1, с 17].

В настоящее время граница между психологией пола и психологией гендерных различий проведена вполне определенно: «теоретико-методологическим основанием психологии пола является биодетерминистская парадигма, а гендерные исследования в психологии базируются на социально-конструктивистской парадигме» [1]. К числу биодетерминистских концепций может быть отнесена теория половых ролей, предложенная Т.Парсонсом (1968). Профессиональная деятельность мужчины имеет чрезвычайное значение для семьи не только потому, что является источником ее средств существования, но и потому, что величина дохода и престижность работы мужчины определяют социальный статус, стандарт и стиль жизни семьи в целом. Для женщин основным является статус жены, матери и личности, ответственной за домашнее хозяйство. Социально престижная профессиональная деятельность мужчины предопределяет его главенство в семье, а домашний труд женщины – ее подчиненную роль. Такое распределение ролей Т.Парсонс считает чрезвычайно функциональным, поскольку устраняется возможность разрушительного для семьи соревнования между супругами за власть, статус и престиж [2].

Согласно теории В.А.Геодакяна (1989), процесс самопроизводства любой биологической системы включает в себя две противоположные тенденции: наследственность – консервативный фактор, стремящийся сохранить неизменными у потомства все родительские признаки, и изменчивость, благодаря которой возникают новые признаки. Таким образом, мужчины – творцы и созидатели, а женщины – консерваторы, их задача сохранять то, что создано мужчинами, поэтому ситуация гендерного неравенства должна восприниматься как закономерный и не подлежащий изменению факт социальной жизни.

В настоящее время социально-конструктивистская парадигма приобрела статус основной методологии в гендерных исследованиях. В рамках этой теории гендер понимается как организованная модель социальных отношений между мужчинами и женщинами, которая определяет характер их отношений не только в межличностном взаимодействии, но и в основных социальных институтах общества [1; 4]. Понимание гендера как культурного символа связано с тем, что пол человека имеет не только социальную, но культурно-символическую интерпретацию. Иными словами, биологическая половая дифференциация представлена и закреплена в культуре через символику мужского или женского начала. Это выражается в том, что многие не связанные с полом понятия и явления (природа, культура, стихии, цвета, божественный или потусторонний мир, добро, зло и многое другое) ассоциируются с «мужским/маскулинным» или «женским/феминным» началом. Таким образом, возникает символический смысл «женского» и «мужского», причем «мужское» отождествляется с творчеством, светом, силой, активностью, рациональностью и т.д. и, соответственно, маскулинность, мужское начало символизируют творчество, силу и пр. «Женское» ассоциируется с противоположными понятиями и явлениями – природой, тьмой, пустотой, подчинением, слабостью, беспомощностью, хаосом, пассивностью и т.п., которые, в свою очередь, символизируют феминность, женское начало [5].

Теория социального конструирования гендера базируется на следующих положениях: 1) гендер конструируется посредством социализации, разделение труда, системой гендерных ролей; 2) гендер конструируется и самими индивидами на уровне их сознания, принятия и интериоризации заданных обществом норм и ролей. В отличие от биологического детерминизма социальный конструктивизм постулирует, что половые роли сконструированы, и объясняет тезис З.Фрейда «мужчины и женщины создаются, ими не рождаются». Биология – не есть судьба ни для мужчины, ни для женщины, «все мужское и женское создано в разных контекстах, имеет разные лица и наполнено разным содержанием опыта и смысла» [6, с. 21].

Методологические основы гендерных исследований в отечественной психологии находят основания в теоретико-экспериментальных учениях Б.Г.Ананьева о человеке (изучение половых характеристик как индивидуальных свойств человека и их связь с особенностями его социального поведения), и в культурно-исторической концепции Л.С.Выготского (зависимость развития личности от социокультурной ситуации). Поэтому основные западные интерпретационные схемы для гендерных исследований в психологии (концепция социальной идентичности Х.Тэджфела и Дж.Тернера, а также социально-

конструктивистский подход П.Бергера, Т.Лукмана) в основных положениях могут согласовываться с взглядами ведущих отечественных психологов [1; 4; 7].

Современная гендерная теория не пытается оспорить существование тех или иных биологических, социальных, психологических различий между конкретными женщинами и мужчинами. Она просто утверждает, что сам по себе факт различий не так важен, как важна их социокультурная оценка и интерпретация, а также построение профессиональной сферы деятельности личности на основе этих различий. Гендерный подход основан на идее о том, что важны не биологические или физические различия между мужчинами и женщинами, а то культурное и социальное значение, которое придает общество этим различиям. Основой гендерных исследований является не просто описание разницы в статусах, ролях и иных аспектах жизни мужчин и женщин, но анализ власти и доминирования, утверждаемых в обществе через гендерные роли и отношения [5; 7; 8].

Изменение гендерного стратификационного порядка будет способствовать изменению характера деятельности мужчин и женщин, создавать больше возможности для их личностной самореализации в профессиональной деятельности. Очевидно именно этим можно объяснить возрастающую актуальность исследования гендерной специфики профессиональной деятельности в современных социокультурных условиях. Актуальность проблематики определила направление нашего исследования, в рамках которого одна из задач предполагала выявление поло-возрастной специфики гендерной установки личности.

Экспериментальную выборку составили 178 мужчин и женщин двух возрастных групп. В состав первой группы (ГЖ) вошли (n=98), представительниц женского пола, в состав второй группы (ГМ) (n=80), представителей мужского пола. Вторым дифференцирующим признаком внутри основной выборки выступал возраст испытуемых. Соответственно, в первую экспериментальную группу вошли (n=86) представители юношеского возраста, из них – девушки в возрасте 16-20 лет (n=50), юноши в возрасте от 17 до 21 года (n=36). В состав второй (n=92) вошли представители ранней зрелости: женщины в возрасте от 21 до 35 лет (n=48), мужчины в возрасте от 22 до 35 лет (n=44).

Методической основой эмпирического исследования выступал опросник С.Бэм, позволяющий выявить гендерные установки личности [9]. Результаты исследования свидетельствуют, что большинство испытуемых обнаружили андрогинную доминанту, хотя исходно нами предполагалось, что условно вся выборка испытуемых «распадет-

ся» на три группы: маскулинные, андрогинные и фемининные (таблица 1).

Таблица 1

**Процентное распределение вариантов гендерной установки
испытуемых по поло-возрастному показателю**

Биологический пол испытуемых	Возраст	Фемининный	Маскулинный	Андрогинный
Мужчины	юность	0	0	100
	ранняя взрослость	2	0	98
Женщины	юность	12	0	88
	ранняя взрослость	13	0	87

Результаты эксперимента свидетельствуют о доминировании андрогинной установки личности среди мужчин и женщин. Однако, следует отметить, что андрогиния предполагает достаточно развитые фемининные и маскулинные свойства (возможность в нужных ситуациях вести себя жестко, логично, а в других – мягко, податливо). Выявленное же нами распределение гендерных установок, не позволяет проводить сравнения в группах фемининных, маскулинных и андрогинных испытуемых. Тем не менее, можно говорить о некоторой специфике (таблица 2), связанной с различной степенью выраженности маскулинных или фемининных свойств (значения индекса от 0 до -1 – андрогинность с преобладанием маскулинных черт, от 0 до +1 – с преобладанием фемининных, 0 – значение андрогинности).

Таблица 2

**Процентное распределение испытуемых по соотношению доли
фемининности и маскулинности у андрогинных испытуемых мужского
и женского пола разных возрастных групп**

Пол	Возраст	Доля фемининности	Доля маскулинности	Доля андрогинности	Среднее значение индекса IS
Мужской	юность	70,3	27	2,7	0,09
	ранняя взрослость	31,9	60	9,1	- 0,72
Женский	юность	50	40	10	0,06
	ранняя взрослость	61	32,6	6,4	0,06

Из распределения показателей видно, что в нашей выборке испытуемых отсутствуют ярко выраженные различия между мужчинами и женщинами по признаку гендерных установок личности. Очевидно, профессиональная реализация специалистов будет зависеть не только от выработанной системы знаний, умений и навыков, но и от их способности личности к адаптации в условиях рыночной экономики, уровня и направленности мотивации, веры в себя.

Подводя краткий итог, отметим:

- биологический пол не является основополагающим фактором специфики психологических характеристик социальных и профессиональных ролей мужчин и женщин;
- представления о мужских и женских моделях поведения, чертах характера, социальных потребностях становятся менее устойчивыми и более противоречивыми по своему содержанию;
- андрогинность как вариант гендерной установки личности является распространенной среди мужчин и женщин в современных социально-культурных условиях; именно она помогает профессиональному определению личности и обеспечивает ей чувство эмоционального комфорта.

Литература

1. Клецина И.С. Гендерная социализация. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. 325 с. (Монография)
2. Parsons T. Professions //International Encyclopedia of the Social Sciences. The Macmillan Company & The Free Press. 1968. PP. 536-547. (Сборник)
3. Геодакян В.А. Теория дифференциации полов в проблемах человека // Человек в системе наук / отв. ред. И.Т. Фролов. М.: Наука, 1989. С. 171-198. (Сборник)
4. Теория и методология гендерных исследований: Курс лекций /под общ. ред. О.А. Ворониной. М.: МЦГИ-МВШСЭН, 2001. 101с. (Пособие)
5. Либин А.В. Половые различия: биологическая эволюция и социальные традиции //Дифференциальная психология на пересечении европейских, российский и американских традиций / Редакционный совет: В.И Бахмин, Я.М. Бергер и др. М.: Смысл, 1999. С. 271-285(Пособие)
6. Темкина А.А. Женский взгляд в политику: гендерная перспектива //Гендерные измерения социальной и политической активности в переходный период: труды Центра независимых социальных исследований /под. ред. Е.А.Здравомысловой, А.А.Темкиной. Вып. 4. СПб.: ЦНСИ, 1996. С. 19-32. (Сборник)
7. Ильин Е.П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. СПб.: Питер, 2008. 512 с. (Монография)
8. Адлер А. Мотив власти //Наука жить. Киев: Port-Royal, 1997. С. 235-241. (Сборник)

9. Бем С. Линзы гендера: Трансформация взглядов на проблему неравенства полов /пер. с англ. Д. Викторовой. М.: «Российская политическая академия» (РОССПЭН), 2004. 329 с. (Монография)

КОМПЬЮТЕРНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПЕРВОКЛАССНИКА – ПРОГРЕСС ИЛИ РЕГРЕСС?

А. В. Кулагина

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л. В. Ахметова к.психол.н., доцент

Информатизация общества в современных условиях предусматривает обязательное применение компьютеров в школьном образовании, начиная с первого класса, что позволит обеспечить компьютерную грамотность и информационную культуру учащихся. Но как же компьютер влияет на психическое развитие самого ученика?

Психологи отмечают, что компьютер является хорошим помощником, оказывающим влияние на психическое развитие 7-8 летнего ребенка. При разумном использовании компьютера у детей развиваются внимание, логика, абстрактное мышление. Компьютерные игры детям помогают научиться принимать самостоятельные решения, быстро переключаться с одного действия на другое. Хорошо влияет компьютер и на творческие способности детей. В этом случае положительное влияние компьютера зависит от индивидуальных особенностей ребёнка. К примеру, одни дети начинают быстрее изучать языки, а другие – рисовать. К тому же, хорошие развивающие компьютерные игры для детей – это отличный способ самообразования, а умение пользоваться Интернетом, может стать хорошей школой общения и навыков по поиску и отбору информации.

В работах Л.А. Венгера, посвященных развитию и обучению детей дошкольного возраста можно найти научное обоснование и подтверждение того, как компьютер может помочь интеллектуальному росту ребенка [1].

На экране дисплея оживают любые фантазии ребенка, герои книг и сказок. Но также оживают и предметы окружающего мира, цифры и буквы. Попадая в компьютерную игру, они создают особый мир, похожий на реальный, но и отличающийся от него. Компьютерные игры составлены так, чтобы ребенок мог представить себе не единичное понятие или конкретную ситуацию, но получил обобщенное представление обо всех похожих ситуациях или предметах. Таким образом, у детей интенсивно развиваются такие важнейшие операции мыслительной деятельности как обобщение и классификация[1].

Одна из важнейших функций компьютерных игр – обучающая. В этих играх ребенок начинает очень рано понимать, что предметы на экране – это не реальные вещи, но только знаки этих реальных вещей. В различных играх эти знаки или символы реальных предметов усложняются, становятся все более и более обобщенными и все меньше походят на окружающие реальные предметы. Таким образом, у детей очень рано начинает развиваться так называемая знаковая функция сознания, то есть понимание того, что есть несколько уровней реальности окружающего нас мира – это и реальные предметы, и картинки, схемы, это слова и уравнения и, наконец, это наши мысли, которые являются наиболее сложным, идеальным уровнем, отражающим действительность[1].

Компьютерные игры дают возможность облегчить процесс перехода психического действия из внешнего плана во внутренний, таким образом, что самые простые действия во внутреннем плане становятся доступны уже для детей 4-5 лет[1].

Психологи, родители, воспитатели, занимающиеся с детьми на компьютере, заметили, что в процессе этих занятий улучшаются память и внимание детей. В исследованиях многих психологов – П.П.Блонского, А.Валлона, Ж.Пиаже и других, было установлено, что у маленьких детей не развито произвольное запоминание, то есть запоминание с раннее поставленной целью. Детская память произвольна, дети запоминают только яркие, сопровождающиеся эмоциональными реакциями явления, процессы, предметы и так далее. Компьютер делает значимым и ярким содержание усваиваемого материала, ускоряет его запоминание, делает его более осмысленным и долговременным [1].

Компьютерные игры имеют большое значение не только для развития интеллекта детей, но и для развития их моторики, точнее для формирования моторной координации и координации совместной деятельности зрительного и моторного анализаторов. Некоторые дети даже к шести годам плохо воспринимают такие понятия, как право и лево. Компьютер может помочь в преодолении такого сложного дефекта. В любых играх, от самых простых до сложных, детям необходимо учиться нажимать пальцами на определенные клавиши, что развивает мелкую мускулатуру руки, моторику детей. Действия рук нужно сочетать с видимым действием на экране. Так, совершенно естественно, без дополнительных специальных занятий, развивается необходимая зрительно-моторная координация [1].

Таким образом, интерес, который вызывают занятия на компьютере, лежит в основе формирования таких важных структур, как мотивация познавательной деятельности, произвольные память и внима-

ние. Развитие этих качеств особенно важно для дошкольников, так как именно они во многом и обеспечивают психологическую готовность ребенка к школе [1].

И так, компьютер развивает множество интеллектуальных навыков. Но, как и любые занятия, компьютерные игры требуют ограничения по времени. Так детям 3-4 лет не рекомендуется сидеть перед экраном больше 20 минут, а детям 6-7 лет можно увеличить время ежедневной игры до получаса[1].

Однако, вместе с положительными для ребенка функциями компьютера, существует много серьезных проблем в отношении психического развития и здоровья детей.

Специалисты отмечают, что у детей падает умение адекватно воспринимать, воспроизводить, интерпретировать разнообразные тексты, а также создавать собственные. Растет процент детей, страдающих дисграфией и дислексией: расстройствами, связанными с нарушением письменной речи. Иными словами, дети с трудом овладевают чтением и письмом. И все чаще звучат голоса, утверждающие, что причиной тому – раннее и чрезмерное увлечение компьютерами. Дети, увлекающиеся компьютерными играми, часто страдают аутизмом, у них развивается агрессия, различные страхи и фобии; длительное сидение за компьютером портит зрение и осанку [3].

Итак, с другой стороны, компьютер отрицательно влияет на несовершенную детскую психику. Для ребенка с его бурной фантазией компьютерные игры могут стать настоящей болезнью. Красочный мир, победы и поражения, интересные соперники – все это захватывает ребенка. Большинство игр несут агрессивные тенденции – убивать, уничтожать. Играя, ребенок отождествляет себя со своим персонажем, становится агрессивным. Если в виртуальном мире можно убивать, разрушать, тогда это же можно делать и в реальном мире – вот такой вывод формируется в детском разуме[3].

Когда ребенок несколько часов подряд сидит за компьютером, он очень быстро переутомляется. Причиной тому является нервно-эмоциональное напряжение, требующее от ребенка постоянной концентрации внимания и быстрого реагирования на то или иное действие. Американские ученые пришли к выводу, что уже на 14-й минуте работы за компьютером ребенок становится беспокойным и рассеянным, а спустя 20 минут влияние компьютера на ребенка проявляется в подавлении деятельности центральной нервной системы. Детские психиатры отмечают компьютерную зависимость уже в раннем возрасте. Они говорят, что компьютерные игры приводят к постоянному возбуждению участков мозга, отвечающих за удовольствие. В итоге ребенку хочется получать удовлетворение как можно дольше, а это

уже настоящая зависимость, сравнить которую можно даже с наркотиками[2].

В экспериментальных исследованиях влияния компьютера на психическое состояние и развитие человека были получены результаты, которые свидетельствуют о сильном воздействии на психический аппарат, проявляющемся в различных формах: стимуляция центра удовольствия, повышение агрессивности и неспособность контролировать свои эмоции и пр.[2,4]. В играх сюжет чаще всего линейный, подразумевающий использование только одного, в крайнем случае, двух-трех способов выхода. В итоге детский кругозор существенно сужается, фантазировать и воображать что-либо вообще нет смысла.

Такое влияние компьютера на ребенка приводит к серьезному нарушению психики. Ребенок, постоянно щелкая кнопки мыши, не может пережить те эмоции, которые можно испытать при игре с машинками, конструктором, кубиками и т.д. Очень сильно страдает мелкая моторика рук, ведь щелканье мыши и кнопок клавиатуры не может этому поспособствовать.

Компьютерные игры наносят большой вред детскому восприятию. Дело в том, что дети очень любят переносить в жизнь то, что видят по телевизору или в компьютере. Если во время игры любимый герой трагически погибает, пытаясь спасти людей или, как верхолаз, прыгает по деревьям и этажам домов, то все эти действия ребенок вполне сможет воспроизвести в реальности. Влияние компьютера на ребенка негативно сказывается на сопоставлении реальных и виртуальных событий [4].

Сюжет большей части компьютерных игр основан на стратегии соперничества (победить, посредством уничтожения других, «выживает сильнейший» и т.д.)

В свое время было проведено исследование под названием «Рисунков всего мира». Были собраны две группы детей: одни не проводили время за компьютером, а другие днями просиживали возле него. В итоге первая группа нарисовала яркий и красочный мир, с изображением деревьев, людей, солнца. А вот в рисунках второй группы четко прослеживались признаки повышенного беспокойства, жестокости и страха. Некоторые дети даже изображали оружие и мертвецов.

Последствия негативного влияния компьютера на ребенка проявляются и в общении с другими людьми. Если раньше ребенок, который имел определенные трудности в общении с другими людьми, мог как-то изменить себя и предпринять какие-либо шаги для сближения, то сегодня ситуация совсем другая. Можно найти себе друзей в интернете и спокойно с ними общаться, причем, на условиях анонимности.

Нет необходимости подстраиваться под окружающих людей, можно вести себя так, как хочется. Таким образом формируются и закрепляются дезадаптивные формы поведения.

Итак, в завершении следует заключить, что компьютер, может быть и полезным, и вредным для ребенка. Результат будет зависеть от времени и содержания работы с компьютером.

Литература

1. Венгер Л.А., Венгер А.Л. Готов ли ваш ребенок к школе? М.: Знание, 1994. – 192 с.
2. Влияние компьютера и интернета на психику ребенка [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://comp-doctor.ru/psi/psi-computer-psihsika-rebenka.php>
3. Шлимович Б. Компьютеры и дети. // Наука и жизнь. – № 11.– 1998.–С.42.
4. Медведева И.Я., Шишова Т.Л. Ребенок и компьютер. Изд-во: Христианская жизнь, Серия: Школа православной семьи. – 2007.

ВЛИЯНИЕ КОНФЛИКТНОСТИ СЕМЕЙ С РАЗНОЙ СТЕПЕНЬЮ СОЦИАЛЬНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ НА ФИЗИЧЕСКУЮ АГРЕССИВНОСТЬ ПОДРОСТКОВ

А. О. Куприенко

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Степанова Е. Д., ст. препод.

Для изучения влияния конфликтности семей с разной степенью социального благополучия на физическую агрессивность подростка было спланировано и осуществлено эмпирическое четырехэтапное исследование, выборка которого была поделена на две подвыборки.

В первой подвыборке нашего исследования по типу случайной выборки по таблице случайных чисел были отобраны 10 испытуемых из учащихся 9-х классов мужского пола муниципального общеобразовательного учреждения «Центр образования» г. Шарыпово Красноярского края, состоящих на учете по делам несовершеннолетних из-за проявления физической агрессии, то есть из-за драк со сверстниками. Структура их семей такова: два испытуемых с неполными семьями (отсутствие отца), восемь испытуемых воспитываются в полных семьях (имеются мама и папа), из них четверо имеют братьев и сестер.

Во второй подвыборке нашего исследования влияния семейной конфликтной ситуации на степень проявления физической агрессии подростков в семьях с разным социальным статусом благополучия с помощью случайной выборки, по таблице случайных чисел, были

отобраны 10 испытуемых десятого класса мужского пола муниципального общеобразовательного бюджетного учреждения «Средняя школа № 1» г. Шарыпово Красноярского края. Структура их семей такова: все десять человек из полных семей с социальным статусом благополучия. У каждого имеется брат или сестра. В драках и других проявлениях физической агрессии замечены не были.

В качестве диагностического инструмента по изучению семейной ситуации была выбрана проективная методика «Рисунок семьи» [2]. Для диагностики агрессивности использовался опросник Басса-Дарки [1]

Целью первого этапа исследования являлось выявление связи между степенью конфликтности у семей с социальным статусом благополучия и выраженностью девиантного поведения с проявлением физической агрессии у подростков. Данный этап исследования проверял гипотезу о том, что семейная конфликтная ситуация влияет на степень выраженности девиантного поведения и степень проявления физической агрессии подростка. В ходе статистической обработки результатов теста «Рисунок семьи» и опросника Басса-Дарки был подсчитан коэффициент корреляции, который позволил констатировать, что семейная конфликтная ситуация определяет 2,89% в величине агрессии данных подростков, 97,11% - это влияние других факторов, не изучаемых в данном исследовании (социально-психологических, клинико-психопатологических и личностно-динамических). На данном этапе исследования не подтвердилась гипотеза о том, что семейная конфликтная ситуация влияет на степень выраженности девиантного поведения и степень проявления физической агрессии подростка.

Спустя год было проведено исследование второго этапа с целью выявления связи между степенью конфликтности у семей с социальным статусом благополучия и уровнем физической агрессии у подростков.

Данный этап исследования проверял гипотезу о том, что конфликтность семей с социальным статусом благополучия не влияет на степень выраженности девиантного поведения с проявлением физической агрессии подростков. Расчет коэффициента детерминации позволил констатировать, что степень конфликтности в семьях с социальным статусом благополучия определяет 0,023% в величине агрессии данных подростков, а 99,977% - это влияние других факторов, не изучаемых в данном исследовании. На данном этапе исследования подтвердилась гипотеза о том, что степень конфликтности в семьях с социальным статусом благополучия не влияет на выраженность девиантного поведения с проявлением физической агрессии подростков.

На третьем этапе исследования мы сравнивали две группы семей и две группы подростков по показателям физической агрессии и конфликтности семейной ситуации, полученным по методикам «Басса-Дарки» и «Рисунок семьи».

В результате обработки методик у 70% подростков из семей с социальным статусом неблагополучия был обнаружен высокий уровень проявления физической агрессии, эта агрессия может выражаться в драках со сверстниками. По методике Басса-Дарки у второй подвыборки (подростки из семей с социальным статусом благополучия) лишь 30 % подростков обнаружили высокий уровень агрессии. Это говорит о том, что большинство детей из семей с социальным статусом благополучия в меньшей степени проявляют физическую агрессию (показатель физической агрессии подростки из семей с социальным статусом благополучия ниже более чем в 2 раза показателя физической агрессии у подростков из семей с социальным статусом неблагополучия).

По шкале «конфликтность в семье» методики «Рисунок семьи» у подростков из семей с социальным статусом неблагополучия и семей с социальным статусом благополучия не выявлено выраженных отличий. Таким образом, описанные результаты двух групп по шкале конфликтности в семье практически равны.

Для проверки достоверности полученных различий был проведен статистический анализ с использованием t-критерия Стьюдента. В результате обработки данных по шкале физической агрессии методики «Басса-Дарки» было выявлено, что t эмпирическое равно 3,3 и находится в зоне значимости различий. Исходя из того, что t эмпирическое больше t критического [2,1-2,88], мы можем говорить, что различия в степени физической агрессии подростков из семей с разным социальным статусом благополучия статистически значимы. Данный результат говорит о том, что подростки из семей с социальным статусом неблагополучия проявляют в большей степени физическую агрессию, чем их сверстники из семей с социальным статусом благополучия.

В результате статистической проверки достоверности различий по шкале «конфликтность в семье» методики «Рисунок семьи» было выявлено, что t эмпирическое равно 0,7 и находится в зоне не значимости различий. Исходя из того, что t эмпирическое больше t критического [2,26-3,25], мы можем говорить, что различия семейных групп статистически недостоверны. Следовательно, уровень конфликтности ситуации в семьях с разным социальным статусом благополучия одинаков. Иными словами – как в семьях, имеющих статус неблагополучных, так и в семьях благополучных в равной степени происходят

конфликтные ситуации. С нашей точки зрения, конфликтность семейной ситуации не отражается в социальном статусе семьи, а является более интимным психологическим свойством, которое можно диагностировать лишь специальными психодиагностическими методами.

Типология семей с разным статусом социального благополучия была составлена с использованием статистических методов. Для этого были посчитаны средние значения и стандартные отклонения в двух подвыборках. Среднее значение конфликтности в семьях с социальным статусом неблагополучия равно 0,48. Стандартное отклонение семьи с социальным статусом неблагополучия, равно 0,1939071. Семьи, имеющие уровень конфликтности до 0,1 являются не конфликтными семьями, в промежуток от 0,1 - 0,7 входят средне конфликтные семьи, от 0,7 до 1 семьи с высоким уровнем конфликтности. Эти расчеты позволяют классифицировать любые семьи с социальным статусом неблагополучия по психологически важному параметру конфликтности семейной ситуации.

Стандартное отклонение семьи с социальным статусом благополучия, равно 0,2683281. Семьи, имеющие уровень конфликтности до 0,28 являются не конфликтными семьями, в промежуток от 0,28 - 0,68 входят средне конфликтные семьи, от 0,68 до 1 семьи с высоким уровнем конфликтности.

Эти расчеты позволяют классифицировать любые семьи с социальным статусом благополучия по психологически важному параметру конфликтности семейной ситуации.

Данные результаты говорят о том, что как в семьях с социальным статусом благополучия так и в семьях с социальным статусом неблагополучия имеют место быть конфликтные ситуации, но высокую степень агрессии проявляют лишь подростки из семей с социальным статусом неблагополучия. Семьи с социальным статусом благополучия, имеющий высокий уровень конфликтности, требуют специальной психологической работы по профилактике физической агрессии у подростков.

Литература

1. Берестнева, О. Г., Уразаева, А. М., Муратова, Е. А., Кубарев, Е. Н., Воробьева, Н. Г. Математические методы и психологии / Под ред. О.Г. Берестневой, А.М. Уразаева, А. М. - Томск: Изд-во Томского государственного педагогического университета, 2001. - 304с., ил.
2. Рощина, Н. А., Шелехов, И. Л. Психодиагностика: учебное пособие / Н. А. Рощина, И. Л. Шелехов ; ГОУ ВПО «Томский государственный педагогический университет». – Томск: Изд-во ТГПУ, 2009. - 176с.

3. От личности родителей к личности ребенка // Целуйко В. М. Психология неблагополучной семьи: Книга для педагогов и родителей. - М.: Издательство ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. - С.203-214.
4. Дружинин, В. Н. Психология семьи / В. Н. Дружинин. - 3 - е изд. - СПб. : Питер, 2006. - 176 с.

ДИНАМИКА ОТНОШЕНИЙ ПОДРОСТКОВ К СЕБЕ И ДРУГИМ В ПРОЦЕССЕ ТАНЦЕВАЛЬНОГО ТРЕНИНГА

О. А. Лебедикова, Н. А. Буравлева

Томский государственный педагогический университет

Подростковый возраст занимает особое место в жизни человека с точки зрения становления личности. В подростковом возрасте появляется интерес к собственному внутреннему миру, желание понять, лучше узнать себя. Возникшее острое «чувство Я», увеличение значимости проблем, связанных с самооценкой, сопровождаются трудностями думать и говорить о себе, слабым развитием рефлексивного анализа, что приводит к повышенной тревожности, возникновению чувства неуверенности в себе. Очень важно в это время формирования личностной сферы подростка не заставлять, не давить, не ломать его, а помочь стать самим собой, принять и полюбить себя, т. е. осознать свои сильные стороны и способствовать формированию мотивации самовоспитания и саморазвития [1].

Многим подросткам требуется целенаправленная поддержка. Одно из возможных решений – использование в работе с подростками танцевального тренинга, в ходе которого решаются вопросы развития личности, формирования коммуникативных навыков, оказания психологической помощи. Танцевальный тренинг позволяет выявить и проработать эмоции, которые человек привык подавлять, потому что по каким-либо причинам их трудно обсуждать вербально, помогает адаптации человека в обществе. Он стоит в одном ряду с художественной, музыкальной терапией, которые получили общее название экспрессивных видов терапии, поскольку их объединяет то, что они задействуют художественно выражаемые эмоции как способы запустить исцеляющий креативный процесс.

Корни танцевального тренинга восходят к древним цивилизациям, в которых танец являлся важной составляющей жизни. Вероятно, люди начали танцевать и использовать движение тела как средство коммуникации задолго до возникновения языка. Танец являлся выражением самых важных аспектов культуры и использовался на протяжении всей истории человечества как способ установления контакта, избавления от накопившегося напряжения, достижения изме-

ненных состояний сознания и личностной трансформации в культурах различных народов.

Основная предпосылка танцевального тренинга состоит в том, что когда люди танцуют, они выражают значимые чувства. Кулак, гневно бьющий в воздух, голова, склоненная в смущении, многое значат для ведущего танцевальный тренинг. С помощью танцевального тренинга его участникам легче выражать болезненные, пугающие чувства и проживая, освободиться от них. После проживания этих чувств в танце, им легче начать говорить об этих чувствах и перестать выстраивать барьеры между собой и другими.

Под воздействием танцевальных движений в организме человека вырабатываются особые гормоны — эндорфины, которые влияют на формирование хорошего настроения, положительных эмоций, вызывая ощущение уверенности в себе, желание работать, повышают устойчивость к стрессовым ситуациям.

Источниками возникновения и развития различных направлений танцевальной психотерапии явились работы З.Фрейда, А.Адлера, К.Юнга, сформировавшие представления о бессознательном и его проявлениях. Было замечено, что танец способствует раскрепощению аутичных пациентов, повышает эффективность психиатрического лечения (М. Чейз), ведет к эмоциональному и чувственному раскрепощению личности (А. Дункан). Все это нашло свое отражение в развитии телесно-ориентированных методов XX в. (Ф. Александер, А. Лоуэн, В. Райх, М. Фельденкрайз). В советской науке использование танца и танцевально-двигательных методов в психологической практике было рассмотрено Т.А. Шкурко и В.Н. Никитиным [2]. На сегодняшний день единой теории танцевального тренинга не существует. Она вобрала в себя множество разных подходов и методов, что отражается в многообразии ее вариантов.

Танцевальный тренинг — это форма изменений при помощи движения. Он базируется на признании того, что тело и психика взаимосвязаны: изменения в сфере эмоциональной, мыслительной или поведенческой вызывают изменения во всех этих областях. Танец — это своеобразный язык, использующий вместо слов движения тела, он помогает раскрепоститься, выявить скрытый потенциал и обрести уверенность в себе. В танцевальных импровизациях выходят на поверхность бессознательные эмоциональные переживания, свободные движения позволяют раскрыть себя в ситуации «здесь и сейчас». Катарсическая природа танца способствует снижению напряжения, вызванного стрессом, принося тем самым облегчение. Основная цель танцевального тренинга: достижение внутренней и внешней гармонии посредством танца [3].

Сегодня танец используется для выражения всего диапазона человеческих эмоций, мыслей и установок. Когда танец исполняется, чувства выражаются с помощью серии высокоструктурированных движений. Когда же танец используется в тренинге, чувства спонтанно высвобождаются в свободном движении и импровизации, и стилизация, делающая танец представлением или видом искусства, не играет роли. Танец является коммуникацией посредством движения, поэтому в танцевальном тренинге нет стандартных танцевальных форм, и для личной выразительности могут использоваться все формы: танец примитивных племен, народный танец, вальс, рок, полька.

По выражению Д. Ходорова, танец - это живой язык, которым говорит человек, это художественное обобщение, парящее над реальной основой, для того чтобы высказаться на более высоком уровне, в образах и аллегориях сокровенных человеческих эмоций. Танец, прежде всего, требует прямого общения, потому что его носителем и посредником является сам человек, а инструментом выражения - человеческое тело, естественные движения которого создают материал для танца, единственный материал, являющийся его собственным и самостоятельно им используемым [4].

Танцевальный тренинг дает возможность:

- снять напряжение, избавиться от страха и усталости;
- помочь замкнутым, необщительным, эмоционально неуравновешенным людям;
- поддержать людей с психическими и физическими недостатками;
- выявить творческие способности, повысить собственную самооценку.

Танцевальный тренинг подходит для разных категорий людей — от психически больных до здоровых, желающих посредством танца научиться чувствовать себя, свое тело и развить свою индивидуальность. Он может быть использован для работы с разными возрастными группами, от маленьких детей до людей преклонного возраста.

Танцевальный тренинг является мощным средством профилактики девиантного поведения детей и подростков. Танцевальные игры в рамках данного тренинга пробуждают желание двигаться, то есть развивают активность, способствуют пониманию собственного тела, предполагают развитие контакта и совместную работу с другими детьми, а значит, создают возможность социального тренинга. Вместе с другими участниками подросток делит пространство, вступает в межличностные отношения, переживает волнующие ситуации и совместный успех. Ведущий тренинга в процессе танцевальной игры

выявляет и корректирует проблему у отдельно взятого подростка и помогает его личностному росту в группе.

Особую практическую значимость приобретают исследования социально-психологических особенностей динамики групповых процессов, отношений личности подростка к себе и другим в процессе танцевального тренинга.

Наше исследование проводилось на базе общеобразовательной школы № 2 г. Ленинска-Кузнецкого Кемеровской области. В нем приняли участие обучающиеся восьмых классов (60 человек); использовались такие методики как «Прогноз» (определение уровня нервно-психической устойчивости), Дембо-Рубенштейна по исследованию динамики самооценки и Т. Лири (диагностики межличностных отношений). Были проведены констатирующий и контрольный эксперименты соответственно в начале и в конце исследования. Экспериментальное исследование динамики отношений личности подростка к себе и окружающим выявило положительную динамику показателей психофизиологического состояния, самооценки и межличностных отношений подростка после применения танцевального тренинга.

В экспериментальной группе после проведения танцевального тренинга уменьшились такие негативные показатели у подростков как низкий уровень нервно-психической устойчивости, экстремальный уровень межличностных отношений. Так, методика Т. Лири выявила, что у подростков в межличностных отношениях стал преобладать оптимальный уровень. Результаты эмпирического исследования показали, что в экспериментальной группе (методика «Прогноз»), значительно снизился низкий уровень нервно-психической устойчивости. Согласно методике Дембо-Рубенштейна у большинства подростков исчез низкий уровень самооценки. В контрольной группе сверстников таких изменений не было выявлено.

Эмпирическое исследование влияния танцевального тренинга на динамику отношений личности подростка к себе и другим показало эффективность его использования как условия повышения самооценки, улучшения межличностных отношений и достижения внутренней и внешней гармонии в целом подростка посредством танца.

Танцевальный тренинг способствовал более углубленному осознанию своего «Я» подростками, усилению чувства собственного достоинства, развитию социальных навыков, что существенно улучшает их физическое и эмоциональное состояние. Исследование самоотношения показало устойчивое увеличение степени выраженности таких составляющих самоотношения как открытость, уверенность в себе, самооценность, самопринятие, устойчивое снижение уровня внутренней конфликтности.

Танцевальные тренинги оказывают положительное воздействие и на психологическую атмосферу группы, являются полифункциональными для выявления социально-психологических проблем личности и их нормализации.

Анализируя вышеизложенное можно говорить о наличии положительной роли танцевального тренинга, объединяющего многие имеющиеся в практической психологии подходы: стремление помочь развитию личности путем снятия ограничений, комплексов, освобождение ее потенциала; изменения, трансформации человеческого Я в изменяющемся мире.

Таким образом, результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что танцевальные тренинги могут быть применены для развития, выявления и коррекции социально-психологических проблем личности подростка, включая социальную адаптацию, межличностные отношения, трансформацию установок и целей.

Литература

1. Слободчиков В.И. Основы психологической антропологии. Психология развития человека: Развитие субъективной реальности в онтогенезе: Учебное пособие для вузов. М.: Школьная пресса, 2000. 416 с.
2. Баскаков В.Ю. Хрестоматия по телесно-ориентированной терапии. М.: Питер, 2002. 357 с.
3. Веремеенко Н.И. Изучение влияния групповой танцевально-двигательной терапии на изменения в образе "Я" // Вестник интегративной психологии. 2006. Вып.1. С.6.
4. Ходоров Дж. Танцевальная терапия и глубинная психология: Движущее воображение. М.: «Когито-Центр», 2009. 221 с.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ БИОГРАФИЧЕСКОГО МЕТОДА В ПРОФИОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЕ СО ШКОЛЬНИКАМИ

Д. А. Лопухов, И. В. Котов

Новосибирский государственный педагогический университет

Научный руководитель: О.А. Белобрыкина, к. психол. н., доц.

В современной психологии закономерно актуализировался интерес к идеографическим методам, позволяющим исследовать феноменологию бытия человека. Одним из наиболее перспективных в настоящее время по праву считается биографический метод. С точки зрения психологии биографический метод рассматривается как особый концептуальный подход к изучению личности, основанный на представлении о том, что личность является «продуктом» собствен-

ной биографии или истории своей жизни [1; 2]. В лаконичной форме сущность метода можно выразить формулой: «личность – это жизненный путь человека». Первоначально биографический метод возник как литературоведческий, его крупнейшим представителем считается французский критик и писатель XIX в. Ш. Сент-Бёв [3]. Психологический фундамент биографического метода был заложен в первой трети XX века З.Фрейдом (1990). Воспоминания пациентов о прошлой жизни и особенно ранние детские впечатления являлись в психоанализе основным материалом изучения личности.

В отечественной психологии одним из первых к этому методу обратился Н.А.Рыбников (1918), подчеркивавший, что использование биографического метода играет существенную роль в понимании общего потенциала человека. Специальное же внимание на использовании в психологии биографического метода было сконцентрировано Б.Г.Ананьевым (2001) при проектировании комплексных исследований человека и в контексте разработки теории индивидуальности и индивидуального психического развития.

Идея использования биографического метода применительно к психологии труда и профессиональной деятельности человека была предложена Н.А.Рыбниковым. Им же была обоснована значимость биографического метода как психолого-педагогического средства построения профессиональной перспективы личности. С точки зрения автора, чрезвычайно «богатый материал дало бы изучение биографий в деле выяснения причин успеха определенных лиц на том или ином поприще, в известной профессии. Ведь всякая профессия совершает естественный отбор среди тех, кто более всего для нее подходит. Чтение биографий лиц, успешно себя проявивших на том или ином поприще, может оказаться особенно полезным. Выяснение причины успеха этих лиц, указание на те психические свойства, какими обуславливалось их преуспевание, определение путей, какими данное лицо нашло себя и творчески выявило свое призвание – все это будет лишь способствовать уяснению и своих собственных свойств, своего призвания» [7, с. 9].

Следует, однако, отметить, что, несмотря на ценность работ Н.А.Рыбникова, его идеи долгое время не находили широкого распространения в педагогической практике. Лишь в последние годы интерес к биографическому методу как психолого-педагогическому средству формирования у учащихся качеств социально активной личности и характеристик субъекта, образующих основу будущего формирования профессионалов высокого класса, значительно возрос. Так, рассматривая роль биографий, А.А.Бодалев предлагает использовать «качества, которые доминируют в личностной структуре великих или

выдающихся людей, как один из ориентиров, на достижение которого должна быть направлена воспитательная работа с молодежью в педагогических коллективах всех уровней [8, с. 91]. Интерес к изучению биографии выдающегося человека, отмечает А.В.Балаева, дает возможность «проникнуть в тайну его успеха – будь то социального, интеллектуального или внутреннего, духовного» [9, с. 93] и наметить пути собственной профессиональной перспективы.

В настоящее время значимость своевременного профессионального самоопределения личности не подвергается сомнению. Адекватность выбора профессии непосредственным образом влияет и на положение субъекта труда в обществе, и на уровень его материального благополучия, и на физическое и психическое здоровье, а главное – на степень удовлетворенности человека собственной жизнью. С точки зрения Е.А. Климова (2005), профессиональное самоопределение школьника в общем виде может быть определено как длительный процесс развития отношений человека к своей будущей профессии и к самому себе как потенциальному субъекту профессиональной деятельности. Очевидно, что процесс профессионального самоопределения предполагает активную позицию самого человека, его инициативность и самостоятельность в выборе им «своей профессии», соответствующей его склонностям и способностям [10; 11].

Процесс профессионального самоопределения предполагает самоанализ, самопознание и самооценивание субъектом выбора собственных способностей и ценностных ориентации. Действия личности по пониманию степени соответствия собственных особенностей требованиям выбираемой профессии и действия по саморазвитию у себя способностей и возможностей в процессе профессиональной подготовки и обучения необходимы для достижения адекватной профессиональной идентичности [12]. Эффективность профессионального самоопределения, как правило, определяется степенью согласованности психологических возможностей человека с содержанием и требованиями профессиональной деятельности, а также сформированностью способности личности адаптироваться к изменяющимся социально-экономическим условиям при проектировании и построении своей профессиональной карьеры.

Одним из наиболее ключевых компонентов профессионального самоопределения выступает мотивационная составляющая. Большинство авторов (Хекхаузен Х., 2003; Нюттен Ж., 2004; Леонтьев В.Г., 2002; Ильин Е.П., 2006; и др.), исследующих проблему профессиональной мотивации, единодушны во взглядах на ее значимость – она представляет собой движущий фактор развития эффективности и продуктивности профессиональной деятельности, профессионализма

личности, ее образованности и общей культуры. Очевидно, что реализация профориентационной работы со школьниками должна быть в первую очередь направлена на мотивационный компонент профессионального самоопределения личности [17]. Содержательное же наполнение предполагает включение биографического метода. Этот момент является принципиально важным, так как еще А.А.Бодалёвым было отмечено, что «у великих и выдающихся людей всегда дает себя знать высокая мотивационная включенность и вовлеченность в ту деятельность (или деятельности), осуществление которой есть главный и единственный способ достижения цели, которую они перед собой ставят» [8, с. 87].

Нами подготовлена и начата апробация мини-программы по профессиональному самоопределению старших школьников с использованием биографического метода, включающая несколько этапов:

1. *Ориентировочно-информационный*, включающий:

- информацию о динамике рынка труда и наиболее востребованных в современных условиях профессиях и специальностях;
- обсуждение содержания и компонентов профессиональной деятельности, требований профессии к личности субъекта труда;
- беседу с учащимися о их профессиональной перспективе;
- выявление системы знаний учащихся о наиболее известных представителях определенных профессий (с ориентацией на предполагаемый выбор профессий самими учащимися).

2. *Основной*, в содержание которого включены:

- подготовка учащимися биографических очерков о представителях импонируемых им профессий (важные даты, профессиональные достижения, профессионально-важные качества личности, реализуемые в данной профессии и т.п.);
- презентация (с использованием слайд-программ, видеороликов и пр.) и обсуждение биографических очерков, подготовленных учащимися;
- анализ профессионально-важных качеств, позволивших конкретным представителям определенных профессий достичь значительных высот в профессиональной деятельности.

Следует отметить, что данный этап самый длительный по времени реализации и самый насыщенный по содержанию. Приветствуются: микрогрупповое выполнение учащимися биографических очерков (2-3 ученика, объединяющиеся по принципу выбора идентичной профессии); использование при подготовке очерков мемуаров, дневниковых записей и воспоминаний коллег (друзей, родных и близких), научных

трудов представителя конкретной профессии. По мысли А.В.Балаевой, научные тексты «многое рассказывают о личности их автора» [9, с. 92].

3. *Рефлексивный*, предполагающий:

- самоанализ учащимися изменений в системе представлений о значимости профессионального самоопределения (мини-сочинение на тему «Изменилось ли мое представление о выбранной профессии»);
- анализ роли личности в истории и формировании культурного наследия общества с позиций достижений в профессиональной деятельности.

Промежуточная оценка апробации программы позволяет в качестве основных условий реализации биографического метода как психолого-педагогического средства активизации мотивационного компонента профессионально самоопределения школьников, рассматривать:

1) понимание педагогом (психологом) места и значимости метода в построении профессиональной перспективы личности;

2) актуализацию у учащихся процесса биографической инициации;

3) адекватную эмоциональную поддержку педагогом (психологом) инициативности учащихся;

4) обеспечение школьников временными и методическими ресурсами (в частности, фактическим материалом для подготовки биографических очерков: письма, дневники, мемуары, научные труды и пр.) для ознакомления с биографиями людей, достигших высоких результатов в профессиональной деятельности.

Литература

1. Логинова Н.А. Некоторые итоги развития биографического метода в психологии в XX веке // Методология и история психологии. 2006. Т. 1. Выпуск 2. – С. 67-81. (Периодическое издание)
2. Улановский А.М. История и векторы развития качественных исследований в психологии // Методология и история психологии. 2008. Том 3. Выпуск 2. С. 129-139. (Периодическое издание)
3. Мошкова Г.Ю. Биографический метод и проблема психологии личности ученого // Вопросы психологии. 1994. № 2. С. 131-141. (Периодическое издание)
4. Фрейд З.Ш. Леонардо да Винчи. Воспоминание детства. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та, 1990. 48 с. (Монография)
5. Рыбников Н.А. Биографический метод. М.: Государственное издательство, 1918. 18 с. (Монография)
6. Ананьев Б. Г. О проблемах современного человекознания. СПб.: 2001, 272 с. (Монография)

7. Рыбников Н.А. Биографии и их изучение. М.: Государственное издательство, Биографический институт, 1920. 48 с. (Монография)
8. Бодалев А.А. Как становятся великими или выдающимися - это акмеология тоже должна исследовать //Смысл жизни и акме: 10 лет поиска: В 2 ч. / Под ред. А.А. Бодалева, Г.А. Вайзер, Н.А. Карповой, В.Э.Чуковского. Часть 1. М.: ПИ РАО; Смысл, 2004. С. 82-91. (Сборник научных трудов)
9. Балаева А.В. Поиск смысла жизни и творческая деятельность ученого (на материале биографии Н.Я. Пэрна) // Смысл жизни и акме: 10 лет поиска: В 2 ч. / Под ред. А.А. Бодалева, Г.А. Вайзер, Н.А. Карповой, В.Э.Чуковского. Часть 1. М.: ПИ РАО; Смысл, 2004. С. 91-103(Сборник научных трудов)
10. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения. М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 304 с. (Учебное пособие)
11. Пряжников Н.С. Методы активизации профессионального и личностного самоопределения. М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2003. 400 с. (Учебно-методическое пособие)
12. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг. М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2005. 136 с. (Монография)
13. Хекхаузен, Х. Мотивация и деятельность. СПб.: Питер; М.: Смысл, 2003. 860 с. (Монография)
14. Нюттен Ж. Мотивация, действие и перспектива будущего / Под ред. Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 2004. 608 с. (Монография)
15. Леонтьев В.Г. Мотивация и психологические механизмы ее формирования. Новосибирск: ГП «Новосибирский полиграфкомбинат», 2002. 264 с. (Монография)
16. Ильин Е.П. Мотивы и мотивация. СПб.: Питер, 2006. 512 с. (Монография)
17. Пряжникова Е.Ю., Пряжников Н.С. Основы профориентологии. М.: ИЦ «Академия», 2007. 640 с. (Учебное пособие)

РОЛЬ САМООЦЕНКИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОДРОСТКОВЫХ ГРУПП РАЗНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Е. О. Макарова

Новосибирский государственный педагогический университет

Одной из значимых характеристик личности является самооценка, подразумевающая оценку себя, своей деятельности, своего положения в группе и своего отношения к другим членам группы. От нее зависит активность человека и стремление к самосовершенствованию. Р.М.Грановская отмечает, что «самооценка развивается путем постепенной интериоризации внешних оценок, выражающих общественные требования, в требования человека к самому себе, и по мере формирования и укрепления самооценки возрастает способность к утверждению и отстаиванию своей жизненной позиции» [1, с. 393-394]. Р.Бернс характеризует самооценку или «принятие себя» как составляющую, связанную с отношением к себе или к отдельным своим ка-

чествам [2]. Следует отметить, что образ самого себя представляет целостный аффективно-когнитивный комплекс, где аффективная часть называется самооценкой, а когнитивная является представлением человека о себе. Представления о себе с возрастом становятся все более точными, однако, полагает М.И.Лисина (1997), возможны их искажения (занижение, завышение) под влиянием аффективного компонента жизни.

Источником формирования самооценки в детском возрасте Л.И.Божович (2009) считает наличие положительной оценки со стороны окружающих, особенно референтных взрослых. В последующем, на основании учета результатов собственной деятельности, самооценка постепенно начинает приобретать для ребенка, особенно в подростковом возрасте, не меньшее, а подчас даже большее значение, чем оценка окружающих.

Важную роль в формировании самооценки личности играет сопоставление образа реального «Я» с образом идеального «Я», то есть с представлением о том, каким человек хотел бы быть, чтобы с наибольшим успехом «вписаться» в структуру общества. Д.Б.Эльконин (1995) отмечал, что среди факторов, обуславливающих становление и эффективное функционирование механизмов саморегуляции, центральное место принадлежит самооценке, существенно влияющей на направление и степень активности субъекта. С точки зрения В.Н.Мясищева «система общественных отношений, в которую оказывается включенным каждый человек со времени своего рождения до смерти, формируют субъективные отношения индивида ко всем сторонам действительности. И эта система отношений человека к окружающему миру и к самому себе является характеристикой его личности» [6, с. 9]. В ходе возрастного развития самооценка включается во множество диалектических связей с другими психическими образованиями, каждое из которых выступает в качестве условия ее формирования, и в то же время направляется ее воздействием, как регулирующей инстанции. Принцип этого механизма раскрывает О.А.Белобрыкина. Она полагает, «что познавая особенности других людей, свои внешние проявления в деятельности и поведении, отношение к себе других, человек интерпретирует и соотносит эти отдельные аспекты познания объективного, в результате чего у него и формируется оценка самого себя, где самооценка выступает в качестве своеобразного итога самопознания, отражающего уровень его сформированности на определенном этапе развития личности» [7, с. 4]. На это указывала и И.И. Чеснокова, отмечая, что «самооценка выступает своеобразным итогом самопознания и отражает его уровень» [8, с. 59].

Значение самооценки для развития личности отмечают А.С. Арсеньев (2001), О.А. Белобрыкина (2006), Л.И. Божович (2009), Л.С. Выготский (2000), Р.М. Грановская (1998), И.С. Кон (1984), В.С. Мухина (2007), Р. Бернс (1986), Э. Эриксон (2006), признавая, что избирательная система личных ценностей и самооценок позволяет большинству людей сохранять самоуважение, независимо от поражений и неудач. Таким образом, можно предполагать, что для формирования личности решающую роль играет то, какая ценность переживается человеком как наивысшая. Формирование личности Л.С. Выготский (2000) связывает с развитием рефлексии и самопознания, что способствует более глубокому и широкому пониманию других людей, и не ограничивается только внутренними изменениями самой личности. Л.И.Божович считает подростковый возраст наиболее ответственным в развитии самооценки [4]. К подростковому возрасту личностный и социальный аспекты начинают постепенно уравниваться в созревающей личности, благодаря развивающемуся самосознанию. Этот момент И.С.Кон (1984) определяет как центральный психический процесс переходного возраста.

В основе дифференциации возрастного развития на этапы лежит идея Л.С.Выготского о новообразованиях. По его мнению, наблюдаемые в поведении человека особенности, нашедшие свое отражение в представлениях об этапности, или стадийности развития, связаны с тем, что изменяющиеся формы взаимодействия с внешней средой порождают новые грани психических процессов, а те, в свою очередь, обеспечивают включение в более сложные формы взаимодействия и т.д. [10]. Представляется, что наиболее адекватно границы подросткового возраста очерчены в периодизации онтогенеза, предложенной Д.Б. Элькониным (1995), в которой, в отличие от других периодизаций, акцент делается не на физическом развитии организма, а на появлении новых психических образований, обусловливаемых сменой и развитием ведущих видов деятельности. Давая характеристику подростковому возрасту, он задает диапазон его границ от 10-11 до 15-16 лет. В качестве ведущей деятельности этого возраста Д.Б.Эльконин обозначает общение, которое, с его точки зрения, заключается в установлении интимно-личностных отношений со сверстниками [5]. Л.И.Божович (2009) расставляет акценты иначе, определяя фазу подросткового возраста от 12 до 15 лет, и задавая в качестве критерия показатель смены ведущей мотивации.

По мнению А.С.Арсеньева, подростковый возраст может быть рассмотрен как фаза онтогенеза личности, требующая обособления для внутренней работы становления личности как «целого в себе», сохранившего и укрепившего личностное начало и творческий потенци-

ал, не растворившись в социуме [9]. Однако Д.И.Фельдштейн полагает, что вычленение подросткового возраста как фазы психического развития обусловлено становлением именно социальной сущности ребенка [14]. С точки зрения А.М.Прихожан и Н.Н.Толстых, подобное рассогласование обусловлено закономерными противоречиями подросткового возраста, когда, с одной стороны, актуализируется потребность ребенка в социальном развитии, и социум, соответственно, активизирует усилия по социализации подростка, «встраивания» его в мир человеческой культуры и общественных ценностей, а с другой – это возраст индивидуализации, открытия и утверждения подростком своего уникального и неповторимого «Я» [15]. Потребность человека в обретении собственного «Я» является основополагающей фундаментальной потребностью личности, альтернатива которой – дезорганизация [7].

А.С. Арсеньев глубоко убежден, что общая тенденция «социализации» подростка как формы его включения в общественную жизнь, является разрушительной для личности подростка. По его мнению, нормальное развитие личности подростка требует не социализации, а противоположно направленного движения обособления и самоуглубления. Соответственно, «нужно помочь подростку оторваться от социума, от социальных отношений, от господствующих форм коллективности для обособления, для внутренней работы становления личности как «целого в себе», чтобы не потерять свою самость и самостоятельность» [9, с. 482-483]. В исследовании Л.И. Божович (2009) подчеркнуто, что подросток в известной степени эмансипируется от непосредственного влияния взрослых, и его поведение, а тем самым и развитие, начинает все больше определяться внутренними условиями: ценностями, которые он усвоил, образцами, на которые он ориентируется, сформировавшейся самооценкой. Это, полагает А.С. Арсеньев, необходимо для того, чтобы перевести рассудочную форму рефлексии, господствующую в сознании подростка, в рефлексию разумную. Подростки еще не достаточно ясно осознают собственный «образ Я» и часто чувствуют себя более защищенными в среде сверстников. Подросткам пока еще трудно вычленить свое «Я» из «Мы». В этом возрасте группа сверстников для многих подростков выступает главным регулятором их поведения.

Развитию самосознания подростка способствует его рефлексия на себя и других, которая, по определению В.С. Мухиной (2007), напрямую зависит от уровня его образования и воспитания. Изучая свои особенности, размышляя о себе в прошлом, настоящем и будущем, анализируя свои притязания в деятельности, в общении (том числе и с представителями другого пола), подросток реализует свою потреб-

ность в адекватной самоидентификации, и, развивая общение со сверстниками, у него формируется ориентация на выработку групповых норм и ценностей [2; 12].

Переход в мир взрослых для подростка оказывается сложным, и связан с развитием в сознании подростка критического рефлексивного мышления в рассудочной форме, которое и создает основное противоречие подростка [9]. С точки зрения В.С. Мухиной, подростковый кризис связан с духовным ростом и изменением психического статуса ребенка. Наиважнейшим фактором, влияющим на возникновение кризиса, являются рефлексии на внутренний мир и глубокая неудовлетворенность собой. Идентификация с прежним образом нарушается, и подросток испытывает неуверенность в себе. Но удачные рефлексии вызывают чувство восхищения собой и повышают самооценку. Особенность самосознания и самооценки в подростковом возрасте непосредственно отражается на поведении. При заниженной самооценке подросток недооценивает свои возможности, стремится к выполнению только самых простых задач, что тормозит его развитие. При завышенной самооценке он переоценивает свои возможности, стремится выполнить то, с чем не в состоянии справиться, что также негативно сказывается на развитии его личности [12]. Именно поэтому, отмечают А.М.Прихожан и Н.Н.Толстых (1990), самооценка подростка неустойчива, она то и дело колеблется от предельно высокого уровня до крайне низкого. Подобной точки зрения придерживается и Д.И. Фельдштейн (1995). Несовпадение реального и идеального «Я» представляет собой нормальное, естественное следствие роста самосознания и необходимую предпосылку целенаправленного самоусовершенствования. Умение подростков общаться с окружающими, выражать себя, утверждаться – это одно из условий их эмоционального благополучия в группе [16].

Развитие рефлексии у подростка, по теории Л.С.Выготского (2000), не ограничивается только внутренними изменениями самой личности, в связи с ее возникновением для подростка становится возможным и неизмеримо более глубокое и широкое понимание других людей. Человек, положительно относящийся к себе, по мнению Р.М. Грановской (1995) и И.С. Кона (1984), обычно «принимает» и окружающих, тогда как негативное отношение к себе часто сочетается с отрицательным, недоверчивым или недоброжелательным отношением к другим людям. Исследователями выявлено, что пониженное самоуважение коррелирует со многими видами, так называемого, девиантного, отклоняющегося от нормы поведения: нечестностью, членством в преступных группах и совершением правонарушений, наркоманией,

алкоголизмом, агрессивным поведением, попытками самоубийства и различными психическими расстройствами [16].

По мысли В.В.Столина, старшему подростку для выработки собственных критериев, ценностей, совершенно необходимо соотносить их с критериями, ценностями, мировоззренческими установками близких и значимых взрослых [17]. С появлением так называемого «чувства взрослости», о котором размышляет Д.Б.Эльконин (1995), происходит интерполяция всего поведения подростка. Это чувство рождается у подростка в процессе усвоения морально-этических норм из жизни взрослых и реализуется в практике отношений и в реальном общении не только с взрослыми, но и со сверстниками. Д.И. Фельдштейн отмечает, «что взрослость подростка связывается не с раздражением, а с приобщением к миру взрослых, с появлением у него чувства социальной ответственности как возможности и необходимости отвечать за себя и свои поступки» [14, с. 155]. Хотя для некоторых подростков образцами взрослости служат по преимуществу внешние стороны поведения взрослых.

Анализируя себя, размышляя над своим отношением к жизни, подросток «обосновывает» себя, выдвигая цели собственного поведения и деятельности, строит систему собственных ориентиров, осмысливает свои потребности в системе принятых ценностей, осуществляет саморазвитие собственного «Я». Будучи по типу логики мышления равным взрослому, по жизненному опыту и содержанию сознания подросток остается еще ребенком, социально, психологически и материально зависящим от родителей и взрослых, и в соответствии с этим вынужден подчиняться их требованиям. Отвергая авторитеты, подросток, полагает Л.С.Выготский, одновременно нуждается в авторитете, в таком родителе и взрослом, которому он мог бы полностью доверять [10]. Ведь нередко из-за неделикатности взрослых, их черствости и равнодушия, неуместной иронии, подросток окончательно теряет веру в себя, в людей. Подростку необходимо в своих глазах быть очень умным, красивым, сильным, смелым способным. Если он вынужден признать, что что-то не так, не на высшем уровне, то его мнение о себе, равно как и самооценка в целом, резко снижается [12].

Сегодня проблемы старших подростков считают специфическим отражением кризиса, в котором оказалось все наше общество, когда процесс социализации и процесс индивидуализации стали равнотрудными, потому что утеряны или неустойчивы ориентиры социальной жизни, и потому, что долго игнорировались ценности индивидуализации [15]. Еще Л.И.Божович отмечала, что единственная продуктивная тактика по отношению к подросткам – это активная помощь ему и

поддержка в выстраивании новой личности, в обретении себя. Однако, для большинства современных взрослых она оказывается нереализованной, так как взрослые просто не видят положительных сдвигов, приобретений этого этапа, и склонны оценивать подростков как уже сформировавшихся людей с теми или иными устойчивыми чертами личности, характера поведения [4]. В результате неотрефлексированности жизненной позиции, когда «Я» заменяется на «Мы», возникают неформальные группы [9; 15]. Но, как рассуждает Р.М.Грановская (1998), и здесь новые контакты могут порождать новые способы общения и нередко ведут к изменению иерархии ценностей. Здесь уместно вспомнить о «метафизической интоксикации», которая по мысли А.С.Арсеньева (2001), возникает как «приступ метафизики», когда эмпирическое «Я» разделяется на «Я – действительное» и «Я – желаемое». При этом проявляется интеллектуальная активность, направленная на самостоятельное решение «вечных проблем» и «последних вопросов», которые выражаются в создании своих мировоззренческих систем, своих теоретических концепций перестройки общества, развития наук, своих этических и эстетических взглядов. Все это занимает важное место в жизни подростка и приобретает характер сверхценных идей, вокруг этого спланиваются внутренне синтонные друг другу сверстники. Так возникает молодежная культура, и разнообразие ее направлений, мотивов и проявлений соответствует сложности и противоречивости души подростка, его самооценке [9].

В целом анализ литературных источников свидетельствует, что в современной науке наблюдается рассогласование взглядов исследователей на проблему соотношения индивидуализации – социализации подростка, роли самооценки в каждом из этих процессов, в том числе и как механизма формирования подростковых групп разной социальной направленности. Нам импонирует точка зрения О.А.Белобрыкиной, которая полагает, что неустойчивый характер самооценки подростка обусловлен наличием двух взаимоисключающих потребностей, когда одновременно актуальными для него выступают потребность быть и таким, как все (социальное развитие), и потребность быть не таким, как все (индивидуальное развитие). Взрослые, полагает она, фиксируются только на первом аспекте, «включая» все разнообразие механизмов тотальной социализации. Поэтому подросток просто вынужден, избавляясь от подобного социального прессинга, искать иные формы, средства и содержание личного социального становления, каковыми, собственно, и оказываются подростковые объединения (субкультуры, группы и группировки). Ведь группа сверстников – это своего рода микросоциальное возрастное объединение, которое может носить и социально приемлемые, и асоциальные

формы (во всем их многообразии). Очевидно, полностью признать правомерность позиции А.С.Арсеньева о том, что подростку противопоказана социализация, не представляется возможным. Подростку противопоказана социализация, но не социальное развитие, а его формы, средства и содержание подросток определяет (осознанно или неосознанно) сам, в том числе и в зависимости от особенностей самооценки собственной личности [7].

Литература

1. Грановская Р.М. Элементы практической психологии Л.: Изд-во ЛГУ. 1998. 560 с.
2. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание М.: Прогресс, 1986. 420 с.
3. Лисина М.И. Общение, личность и психика ребенка. М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 1997. 384 с.
4. Божович Л.И. Личность и ее формирование в детском возрасте. СПб.: Питер, 2009. 420 с.
5. Эльконин Д.Б. Психическое развитие в детских возрастах. М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 1995. 416 с.
6. Мясищев В.Н. Психология отношений /под редакцией А.А. Бодалева М.: Изд-во «Институт практической психологии», Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 1995. 356 с.
7. Белобрыкина О.А. Диагностика развития самосознания в детском возрасте. СПб.: Речь, 2006. 320 с.
8. Чеснокова И.И. Проблема самосознания в психологии. М.: Наука, 1977. 144 с.
9. Арсеньев А.С. Философские основания понимания личности. М.: Академия, 2001. 592 с.
10. Выготский Л.С. Психология. М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. 1008 с.
11. Кон И.С. В поисках себя: Личность и её самосознание. М.: Политиздат, 1984. 335 с.
12. Мухина В.С. Возрастная психология. Феноменология развития: М.: Издательский центр «Академия», 2007. 640 с.
13. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис М.: Флинта: МПСН: Прогресс, 2006. 352 с.
14. Фельдштейн Д.И. Проблемы возрастной и педагогической психологии. М.: Международная педагогическая академия, 1995. 368 с.
15. Прихожан А.М., Толстых Н.Н. Подросток в учебнике и в жизни. М.Знание, 1990. 80 с.
16. Самосознание проблемных подростков /под редакцией Белопольской Н.Л., Ивановой С.Р., Свистуновой Е.В., Шафировой Е.М. М.: Изд-во «Институт психологии РАН». 2007. 332 с.
17. Столин В.В. Самосознание личности. М.: Изд-во МГУ, 1983. 284 с.

НАЦИОНАЛЬНОЕ САМОСОЗНАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

Б. А. Мединский

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Н.А. Буравлёва, к.псих.н., доц.

Чувство патриотизма тесно связано с чувством собственного достоинства и самоуважения человека. И чтобы уважать себя, человеку необходимо уважать свои корни, культуру своей страны, её историю. Чувство собственного достоинства – «это самоощущение (и связанное с этим поведение) человека, высоко оценивающего свои социальные права и свою социальную ценность. Чувство собственного достоинства – то же, что самоуважение и здоровая Я-концепция. Человек с чувством собственного достоинства требует должного поведения и от себя, и от других. Он требует от себя опрятности и спокойствия, не опускается до неординарных поступков, при этом разрешает себе большую свободу, чем массовая личность, у него хорошие манеры» [1]. Патриотизм как чувство собственного достоинства – это самоуважение, без которого невозможно уважительное отношение к другим, в данном случае к другим культурам. С этой позиции только патриот способен уважать и непредвзято оценивать другие культуры, оценивать их без презрения, как ура-патриоты, и без низкопоклонничества, без приниженности. В обоих случаях образ чужой культуры сильно искажён в силу того, что искажён образ собственной культуры.

В настоящее время, когда история переписывается в угоду политическим целям, образы стран и их культур могут чудовищно деформироваться. В России наблюдается раскол в обществе: люди диаметрально противоположно оценивают историю своей страны, её культуру, самих себя и своё место в мире. Нет согласия и в среде профессиональных историков – там совершенно по-разному оцениваются различные эпохи в истории нашей страны, её наиболее значимые лидеры: Иван Грозный, Петр Великий, Екатерина Великая, Ленин, Сталин. Культурологи разнятся в мнениях о русской культуре – от варварства, слегка облагороженного Петром, до уникальной цивилизации, не уступающей в своей значимости цивилизациям Западной Европы, Китая, Индии, Арабского мира. Не окончен спор и о том, к какой культурной ветви принадлежит наша страна – европейской или азиатской. К сожалению, СМИ часто постулируют идею, что «русская история – ошибка, патологическое отклонение от «гуманистически ориентированной» истории других народов», «Россия – грязная, ленивая, жестокая, вечно пьяная» [2], и т.д. Критиковать всё отечественное стало своего рода хорошим тоном. Такое было и рань-

ше, это подмечал ещё Грибоедов, но сейчас это приобрело и вовсе гипертрофированные черты. Но разве возможно построить гражданское общество, если все делается для того, чтобы у людей не было чувства собственного достоинства, не было высокой оценки своей страны и её истории?

Очень негативную роль играет ряд стереотипов о русских и России. Эти стереотипы вошли в самосознание россиян и отрицательно действуют на их самооценку. В то же время эти стереотипы не складываются в единую картину. Существует несколько литературных источников для изучения стереотипов: сказки и народные придания, классическая литература, анекдоты. И каждый из этих источников показывает совершенно противоположные образы русских. Анекдоты выдают самые распространённые и самые отрицательные стереотипы о русском хамстве, некультурности, лживости, беспринципности, глупости и лени. Единственными хорошими качествами выступают находчивость и нестандартность. По большому счёту, анекдоты показывают то, что мы сами о себе думаем.

Классическая русская литература, которая внесла огромный вклад в мировую культуру, даёт нам диаметрально противоположный образ. Многими культурологами отмечено, что персонажи русской классики – Печорин, Базаров, Раскольников, Обломов, Онегин, Карамазовы, Мышкин, Чадский, Каренина, Болконский и другие – это самые интеллигентные, интеллектуальные, мятежные, ищущие ответы на вечные вопросы персонажи в мировой литературе. Персонаж же сказок – Иванушка-дурачок – внутренне противоречив и как бы соединяет в себе стереотипы из анекдотов и из классики, т.к. при всей своей простоте и наивности свято верит в справедливость, способен на благородство, проявляет в экстремальных ситуациях удивительную находчивость.

Наше собственное представление о самих себе противоречиво и нечётко. Образ немца, француза, англичанина у нас очень чёткий. Мы легко можем сказать, что немец аккуратен, дисциплинирован, а превыше всего для него порядок. Англичанин чопорный, пунктуальный, превыше всего чтит традиции и самоуважение. Француз изящен, галантен, главное для него утончённые удовольствия и шарм. А мы? Пьяные, ленивые. Что для нас превыше всего? Без чего мы не можем жить? Согласно стереотипу – без спиртного! Народ со столь низкой самооценкой не может себя уважать, считать себя великим и равноправным с другими великими народами. И чтобы разобраться в особенностях национального характера, необходимо ответить на вопрос, что для нас превыше всего. Ведь не водка же, далеко не все русские – алкоголики.

К сожалению, ряд вредных стереотипов присутствует у многих отечественных исследователей. Для большей точности надо обратиться к зарубежному опыту исследований русского менталитета. Исторически мы плотно соприкасались с народами континентальной Западной Европы, в частности с немцами.

«Социологическое исследование характерных черт, приписываемых немцам и русским, было проведено в ходе подготовки Веймарской встречи по заказу ИА "Росбалт". Опрос проводился по шкале полярных качеств (от +3 до -3). Как оказалось, общие представления петербуржцев и российских эмигрантов, ныне жителей Берлина, о типичном немце во многом совпадают. По мнению эмигрантов, доминирующие черты немцев - это: приверженность к порядку (2,35), законопослушность (2,33), бережливость (2,18), педантизм (2,1), что в значительной мере совпадает с оценками петербуржцев. Эмигранты выступили своего рода "экспертами", т.к. постоянно живут среди коренного немецкого населения. Однако по целому ряду качеств эмигранты не дают немцам таких высоких оценок, как петербуржцы (трудолюбие 0,8 против 2,17; профессиональная компетентность 1,47 против 2,15; трудолюбие 1,43 против 2,39). То есть образ немца менее идеализирован, чем существующее психологическое клише. Самих себя немцы видят несколько иначе. Так, например, приверженность к порядку, педантизм, трудолюбие русские в своем идеализированном представлении оценивают почти на единицу выше, чем сами немцы. Самыми "отрицательными" качествами у себя немцы считают предпочтение материальных ценностей (-0,18), не гибкость (упрямство -0,16) и пессимизм (0,3), что почти совпадает с оценкой русских, правда, они ещё добавляют сюда и немецкую прагматичность. По мнению немцев, наши доминирующие черты - это: гостеприимство (2,43), общительность (2,31), дружелюбие (1,84)

Самыми отрицательными качествами они считают нашу безалаберность (-0,37) и бесхозяйственность (-0,2). Сами же русские добавляют сюда и неуважение к властям. Следует отметить, что эмигрантами-"экспертами", которые имеют возможность сравнивать разные народы и культуры, даются значительно более высокие оценки образу "типичного русского", чем петербуржцами. Например, они гораздо выше оценивают профессиональную компетентность русских (1,45 против 0,98), воспитанность (1,05 против 0,34) и трудолюбие (1,08 против 0,26). *Это ещё раз доказывает ощущение малоценности, заниженную самооценку, своеобразное "самобичевание" русских (выделено автором).* Общие выводы: самооценка и оценка со стороны "типичных немцев" и "типичных русских" представителями обоих народов оказалась совпадающей. Наиболее характерные черты рус-

ского: гостеприимство, общительность, дружелюбие. В дефиците у русских законопослушность, педантизм, приверженность к порядку. Обратная картина у типичных немцев. Для них характерны приверженность к порядку, законопослушность, педантизм. При одновременном дефиците бескорыстия, уступчивости, духовных ценностей. На основании результатов опроса можно сделать вывод, что два народа в определенном смысле являются антагонистами и одновременно взаимодополняют друг друга...» [3].

Из этого исследования видно, как мы идеализируем запад, в частности немцев, и как низка наша самооценка. Необъективный взгляд на себя делает необъективным взгляд на других. Немцы имеют возможность посмотреть на нас со стороны, хотя нужно отметить, что и немецкие исследователи часто попадали под излишнее влияние стереотипов. Известно, что перед Великой Отечественной войной в фашистской Германии были проведены исследования русского национального характера по персонажам классической русской литературы. Согласно этим исследованиям, Советский Союз – это колосс на глиняных ногах, т.к. русские – это вечно сомневающееся, страдающие, философствующие люди. Такие не способны хорошо воевать. Но, как известно, они ошибались. Правда, некоторые их исследования того времени заслуживают внимания. Приводим выдержки из учебной брошюры "Политические задачи немецкого солдата в России в свете тотальной войны" (издание штаба 3-й танковой армии 30 мая 1943 г): «Нельзя отрицать талантливость русского народа... Характерной чертой русских является богатство чувств и аффектов, иначе говоря, интенсивность внутренней жизни. Богатством внутренней жизни и объясняется удивительное сочетание противоположных черт русского характера... Русский живет не умом, а чувством, он следует своему сердцу. Этим и объясняется его большая религиозность. *Русские веруют, они хотят верить во что-нибудь или кого-нибудь: это надо понимать не только в религиозном смысле (выделено автором)*. Если нам не удастся заставить русских поверить в нас, то вряд ли подействуют разумные аргументы. Поэтому основное - своим поведением завоевать неограниченное доверие русских. При этом они очень хорошо отличают естественное от фальшивого. Далее, одной из характерных черт русских является выносливость, непонятная для немцев. Русский привык переносить страдания и обиду. Это не значит, что у него атрофировалось чувство обиды: причиненная несправедливость вызывает глубокие моральные переживания, хотя внешне это незаметно. В то время как европеец старается отомстить за обиду, русские научились переносить страдания с фанатическим терпением. Если же чаша переполнена, русский человек восстает, и долгое терпение раздражает-

ся с бешеной, безумной силой. Характерно также и то, что русским необходимо крепкое руководство (сильная личность). Они радостно следуют за дерзким, энергичным и признанным ими вождем, который личным примером и теплым чувством сумеет завоевать их доверие. Они готовы на жертвы и являются храбрыми бойцами. Особенно русские благодарны за доверие и сердечную теплоту со стороны руководителя... Русские больше всего ценят, как они выражаются, "человеческое отношение". Это выражение популярно среди них и играет большую роль в характеристике людей. Под ним следует понимать не мягкое отношение, а признание личности. Даже простой русский человек в этом отношении очень чувствителен и обладает чувством личной и национальной чести... Худшим оскорблением для русского является взгляд на него как на человека низшего класса - получеловека. Поэтому русский не переносит телесных наказаний, в особенности со стороны немцев, так как видит в этом оскорбление своего национального достоинства... Русские по природе не шовинисты, ненависть на национальной почве среди русских непопулярна. Их гигантское государство состоит из множества народов и рас, и общение с людьми других обычаев и культуры для них привычно. Русские также незнакомы с антисемитизмом и расовой точкой зрения, хотя проводят между собой и евреями известные границы... Грубое и бестактное обращение, рассматриваемое в России как некультурность, начинает наводить русских на мысль, что так принято вести себя в Европе, и подрывает у русских веру в немецкого солдата. Следует постоянно наблюдать за настроением русских, которое часто меняется в зависимости от отношения к ним. Тот же самый русский, от которого путем хорошего отношения можно добиться доверия, честности и преданности, при чересчур жестоком и несправедливом отношении к нему превращается в замкнутого, недоверчивого и фанатически ненавидящего нас врага» [4].

Как видно из этого исследования, немцы отметили целый ряд качеств, наличие которых сегодня мы в силу приниженности и самобичевания не признаём за собой: гордость, самоуважение, идейность, самоотверженность, храбрость, отсутствие шовинизма и высокомерия. А такую нашу черту, как потребность в вере, вере не в религиозном смысле этого слова, наши прошлые враги подчёркивали неоднократно. Потребность в вере надо понимать, как потребность в смысле, убеждённости в высоких целях, ответы на вопросы: для чего? Во имя чего? Ради чего? Мы, россияне, в силу национальных особенностей, особенно требовательны к смысловым ориентирам и потеря их равнозначна порой потере личности, смысла жизни, стимула к жизни. Остаётся апатия, равнодушие, цинизм.

Итак, вырисовывается следующий образ русского: открытый, самоотверженный, превыше всего для него – вера. Но не немцы первыми раскрыли это. Ф.М.Достоевский, который считается нашим национальным писателем, которому удалось наиболее глубоко раскрыть особенности нашего характера, писал так: «... всю Европу дивит, в таких случаях, русская страстность наша: у нас коль в католичество пойдёт, то уж непременно иезуитом станет, да ещё из самых подземных; коль атеистом станет, то непременно начнёт требовать искоренения веры в бога насилием, то есть, стало быть, и мечом! Отчего это, отчего разом такое исступление? Неужто не знаете? Оттого, что он отечество нашёл, которое здесь просмотрел, и обрадовался; берег, землю нашёл и бросился её целовать! Не из одного ведь тщеславия, не всё ведь от одних скверных тщеславных чувств происходят русские атеисты и русские иезуиты, а из боли духовной, из жажды духовной, из тоски по высшему делу, по крепкому берегу, по родине, в которую веровать перестали, потому что никогда её и не знали! Атеистом ведь так легко сделаться русскому человеку, легче, чем всем остальным во всём мире! И наши не просто становятся атеистами, а непременно *уверуют* в атеизм...» [5].

Патриотическое воспитание начинается в семье, продолжается в школе и в других образовательных учреждениях. Патриотическое воспитание надо понимать, как выработку у детей, у молодых людей здоровой самооценки, чувства собственного достоинства, которое необходимо для того, чтобы быть гражданином и морально здоровой личностью. В настоящее время информационных войн, чёрного пиара и переписывания истории человек должен уметь сопротивляться негативным воздействиям, уметь отстаивать своё человеческое достоинство и достоинство родной культуры, истории Отечества. Для этого необходимо чёткое представление о национальном характере своего народа, знать его особенности и достоинства. Только в этом случае гражданин сможет адекватно оценивать историю Отечества, сможет без ложного стыда говорить о достижениях родной культуры. Педагоги, социальные психологи и историки не должны подрывать веру учеников и студентов в себя и в свою страну, т.к. вера как потребность в ценностных и смысловых ориентирах – основа нашего национального характера. Это сделать нелегко, ведь наша вера подрывалась уже много раз: XX съезд партии, перестройка, шоковая терапия 90-ых и т.д. Сами педагоги часто не имеют веры, заменив её цинизмом и равнодушием. Цинизм и равнодушие – болезни нашего общества, но их необходимо преодолеть.

1. Чувство_собственного_достоинства/http://www.psychologos.ru /
2. Мединский В.Р. О русском рабстве, грязи и «тюрьме народов». – Смоленск, 2008. С. 15
3. <http://www.temadnya.ru/spravka/09apr2002/1223.html>
4. Соколов Б.В. Оккупация. Правда и мифы. М.: АСТ, 2002. С. 255-259
5. Достоевский Ф.М. Идиот. М.: «Советская Россия», 1981. С. 524

РОЛЬ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ ПРИБОРОВ В ОБЪЕКТИВНОЙ ПСИХОЛОГИИ: ИСТОРИЯ ВОПРОСА

И. В. Мельниченко, Л. В. Ахметова

Томский государственный педагогический университет

Применяя методы естественных и точных наук, психология, начиная с 19 века, выделилась в самостоятельную науку и начала активно развиваться по всем направлениям. До этого момента психологические знания приобретались путем самонаблюдения, наблюдения за поведением других людей, умозрительных рассуждений. Субъективизм этих методов являлся причиной того, что долгое время психология оставалась философствующей наукой.

В настоящее время критерием любой науки является объективность методологии, принципов, методов приобретения знаний. Наука психология не является исключением.

Термин «объективная психология» включает в себя несколько аспектов, объединённых общим принципом научности исследования на основе методов объективного (в естественнонаучном смысле слова) наблюдения и эксперимента. Однако предметом этого объективного наблюдения и исследования в различных направлениях объективной психологии называются разные реальности: развитие психической деятельности в концепции И.М.Сеченова, поведение как внешне наблюдаемая реальность в бихевиоризме, «соотносительная деятельность» организма в рефлексологии В.М.Бехтерева, совокупность реакций в реактологии К.Н.Корнилова и др.

Следует подчеркнуть, что объективная психология неотъемлемо связана с психологической аппаратурой, предназначенной для осуществления научных исследований. С конца 80-х годов девятнадцатого века в психологии стали создаваться и применяться специальные технические приборы и устройства для проведения лабораторных экспериментальных научных исследований. Пионером в этом отношении явился немецкий ученый В.Вундт, который в Лейпциге организовал работу первой экспериментальной психологической лаборатории.

Технические приборы и устройства, разрабатываемые в лаборатории, позволяли исследователю проектировать и осуществлять контролируемый научный эксперимент, дозировать воздействия физических стимулов, на которые должен реагировать человек, измерять его реакции.

В России 1901 году по инициативе профессора психологии А.П. Нечаева была создана первая лаборатория экспериментальной педагогической психологии. Лаборатория размещалась в нескольких комнатах педагогического музея. При финансовой поддержке директора музея А.М. Макарова была развернута активная деятельность по организации лаборатории, приобретению для нее необходимого оборудования и подготовке к началу научных исследований. За короткий срок по чертежам А. П. Нечаева на заводах Европы были изготовлены приборы, необходимые, по мнению исследователя, для экспериментальных работ. Всего в итоге было приобретено 64 специальных прибора для проведения тестовых испытаний и других экспериментальных исследований. Приведём примеры некоторых из них.

Тахистоскоп (от греч. *tachistos* – быстрый, скорый + *skopeo* – смотрю) – прибор, позволяющий предъявлять зрительные стимулы на строго определенное, в том числе, очень короткое время (рис.1). Одна из первых конструкций тахистоскопа, в которой время предъявления регулировалось с помощью механического затвора, была разработана В.Вундтом. Тахистоскоп (механический и электронный) и по сей день находит широкое применение в исследованиях восприятия, памяти и других познавательных процессов.

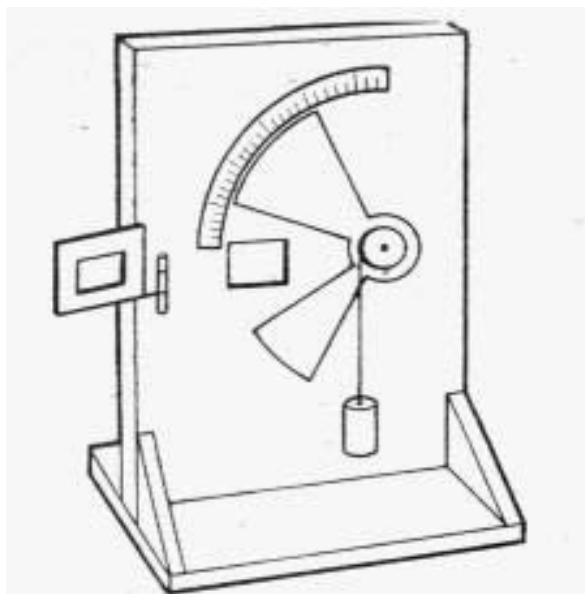


Рисунок 1. Тахистоскоп.

Механический хроноскоп (от греч. χρόνος – время и σκοπέω – смотрю) – прибор для сравнения показаний двух часов и для точного измерения коротких интервалов времени (рис. 2.). В 1842 году русским учёным, генерал-лейтенантом К.А.Константиновым был изобретён хроноскоп, который позволял анализировать движения, совершавшиеся в доли секунды.

Аномалоскоп – прибор для определения расстройств цветового зрения. Аномалоскоп устроен по принципу сравнения двух цветных полей, одно из которых имеет постоянно желтый цвет, другое, освещаемое красными и зелеными лучами, может изменять цветовой тон. При нормальном цветовом зрении исследуемый правильно устанавливает соотношения двух полей, при расстройствах цветового зрения – неправильно.

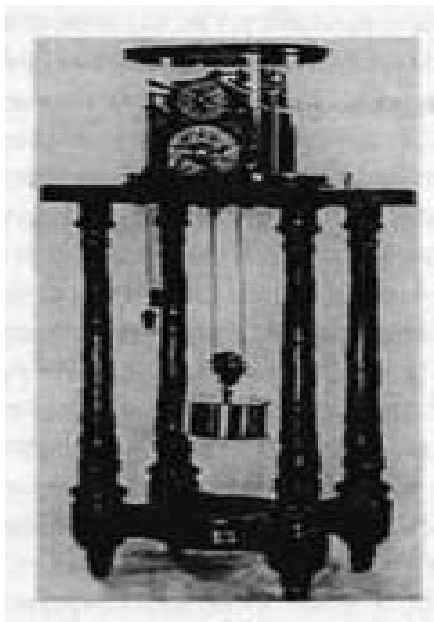


Рисунок 2. Механический хроноскоп

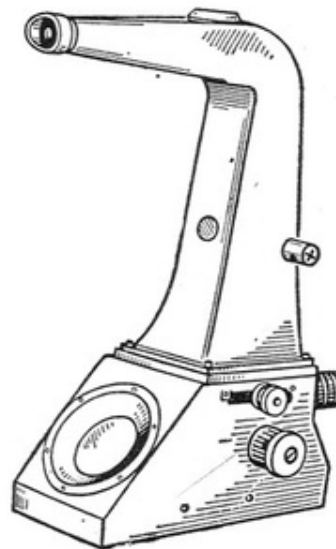


Рисунок 3. Спектроаномалоскоп Рабкина

В 1906 г. был проведен первый в России съезд по педагогической психологии со специальной демонстрационной выставкой приборов для проведения тестовых испытаний и краткосрочными педологическими курсами. Делегаты выразили пожелание, чтобы лаборатория А. П. Нечаева взяла на себя труд по составлению коллекций простых по конструкции и дешевых аппаратов, которыми преподаватели могли бы пользоваться в классе для проведения психологических тестов. В итоге в течение 1906 - 1907 гг. были разработаны и заказаны приборы, которыми могли пользоваться учителя для демонстрации элементар-

ного курса психологии. Краткое описание этой коллекции с полным перечнем аппаратов было опубликовано во 2-й "Книжке педагогической психологии" в 1906 г. и отдельной брошюрой в 1907 г. Подробное описание приборов и порядка проведения опытов были даны в неоднократно переиздававшихся книгах А. П. Нечаева "Учебник по психологии для средних учебных заведений и самообразования" и "Очерк психологии для учителей и воспитателей", а также в книге Н. Румянцева "Лаборатория экспериментальной психологии".

Наличие учебника и коллекции таблиц и приборов к нему позволяли не только иллюстрировать материал учебника, но и при желании проводить экспериментальные исследования, а в более широком плане - формировать тестовую культуру в обществе. Процесс создания таблиц, приборов, геометрических фигур и т.п., предназначавшихся для лабораторных испытаний, шел по линии как усовершенствования уже имевшихся приборов, так и создания (изобретения) новых. В России это стало возможным благодаря таким специалистам, как А. П. Нечаев, А. Н. Бернштейн, А. В. Владимирский, ГИ. Россолимо, В. П. Кащенко, Ф. Е. Рыбаков.

Создание в России лабораторий, занимавшихся проблемами экспериментальной психологии и педагогики, шло достаточно динамично, и, часто, при благотворительной поддержке. Вместе с этим, лаборатории организовывали также люди, прошедшие подготовку на педологических курсах или участвовавшие в съездах по экспериментальной педагогике и психологии.[2]

Важным направлением совершенствования экспериментальных исследований являлось развитие технических средств и экспериментального оборудования, расширяющего возможности исследователя, его проникновение в сущность рассматриваемых явлений. Деятельность первых экспериментальных психологических лабораторий показывает, что они располагали значительным экспериментальным оборудованием, причем многие средства экспериментального исследования конструировались и непосредственно изготовлялись самими исследователями. Это обеспечивало необходимую спецификацию технических средств, их соответствие характеру и задачам проводимых исследований. Так, например, перенос исследований в клинику, развитие естественного эксперимента явилось фактором, предъявлявшим, соответственно, определенные требования к исследовательским средствам: к уровню их простоты, удобства и доступности для использования, как специалистами-психологами, так и неспециалистами, компактности и портативности и т.д. То есть в ряде случаев можно наблюдать своеобразный замкнутый исследовательский цикл, включающий ряд этапов, начиная от постановки целей и задач исследова-

дования, выбора адекватных методов и до разработки и практического, технического воплощения соответствующих исследовательских средств – экспериментальной аппаратуры.

В лаборатории, основанной В.М. Бехтеревым при Казанском университете, в распоряжении исследователей было много оригинальных приборов, сконструированных самими сотрудниками по чертежам русского ученого Владимира Михайловича Бехтерева:

- "пневмограф" – аппарат, позволяющий осуществлять запись дыхательных движений в течение длительного промежутка времени и являющийся более совершенной моделью по сравнению с аппаратами подобного типа;
- "рефлексограф" – аппарат, для записи коленных рефлексов;
- "пружинный молоток" – модификация прибора, использующегося для смягчения удара при вызывании коленного рефлекса;
- "рефлексометр" – аппарат, для измерения силы коленного рефлекса, позволяющий выполнять указанную задачу простым и относительно доступным способом) и т.д. [3].

Сначала это были довольно простые технические устройства, в основном механические. В начале XX века к ним присоединились электрические приборы, а в наше время в психологических лабораторных исследованиях используются многие виды современной аппаратуры, в том числе радио-, видео- и электронной, включая ЭВМ.

Рассмотрим основные приборы, устройства и оборудование, применяемые для регистрации и измерения психических процессов, функций и состояний. Сюда относятся виды психологической аппаратуры:

- детекторы (датчики) и – устройства, обнаруживающие и преобразующие первичные сигналы в форму, удобную для последующей регистрации и обработки;
- показывающие и регистрирующие устройства, служащие для предъявления стимульной информации испытуемому либо для регистрации его ответов;
- измерительные средства – устройства и приборы, обеспечивающие получение количественной информации о характеристиках изучаемых явлений.

В качестве датчиков применяются все виды электрических, механических и химических детекторов. К числу показывающих и регистрирующих устройств относятся: аналоговые и цифровые электроизмерительные и радиоизмерительные приборы; механические приборы; фотоаппараты и киноаппараты, видеоманитофоны, магнитофоны, самописцы, полиграфы.

Применяются также:

- для измерения временных характеристик – секундомеры (механические и электронные), рефлексометры, хронорефлексометры;
- для измерения характеристик зрения – люксометры, яркометры, аномалоскопы, тахистоскопы;
- для измерения характеристик слуха – аудиометры, шумометры, измерительные усилители;
- для измерения характеристик кожнотактильного анализатора – эстезиометры, циркули.

Особое место среди аппаратурных средств исследования психологического занимают компьютеры, широко используемые не только для статистической обработки результатов, но и для непосредственного управления ходом эксперимента. Компьютеры объединяют функции измерительных, показывающих и регистрирующих устройств и по точности, скорости и автоматизированности превосходят ранее применявшиеся виды психологической аппаратуры. Их внедрение повысило эффективность исследований, и существенно устранило возможность негативного влияния экспериментатора на ход эксперимента [3].

Таким образом, история развития приборов, предназначенных для объективного исследования в психологии имеет богатое содержание и интенсивные темпы. В настоящее время значимо изменились условия и расширились возможности проведения экспериментальных исследований, возросла их техническая оснащенность, однако тенденция самостоятельного творческого поиска в области разработки и использования исследовательской аппаратуры в сфере психологии должна учитываться, всемерно поддерживаться и развиваться.

Литература

1. Кадневский В. М. Статья: А. П. Нечаев и становление экспериментальной педагогики в России. <http://www.portalus.ru/>
2. Краткий психологический словарь/Сост. Л. А. Карпенко; Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского.- М.: Политиздат, 1985.- 431 с.
3. Кольцова В.А., Олейник Ю.Н. Мультимедийный учебно-методический комплекс - История психологии ДОСПервый отечественный мультимедийный учебно-методический комплекс по истории психологии. №98 08.11.2009

СИМВОЛИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ ЯКУТОВ

Е. В. Петранцова

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В. Ахметова, к.психол.н.

Яку́ты (среди местного населения распространено произношение – якуты́, самоназвание – саха́) – это тюркский народ, коренное население Якутии.

Символическое мышление якутов получило богатое отражение в героическом эпосе «Олонхо», в шаманизме и национальных костюмах народа.

«Олонхо» возникло в глубокой древности и относится к наиболее архаическим памятникам тюрко-монгольского мира. Якутский героический эпос «Олонхо» представляет собой уникальный феномен концентрации генетической памяти, мировоззрения, философии, поэтического языка, песенной и устной сказительской традиции в виде импровизации и традиционных запевов, сохранивший на протяжении столетий культурную идентичность якутского народа.

В основе «Олонхо» лежит деление вселенной на три мира: Верхний, Средний и Нижний. Верхний мир – это небеса. Они состоят из нескольких "ярусов" (восемь, девять), каждый из которых является как бы отдельным небом. На небе живут божества – добрые и злые. Главную часть неба, его верхние ярусы, занимают добрые божества во главе с Юрюнг Аар Тойоном (Урун Аар Тойон – Белый Великий Господин). Нижние яруса занимают злые божества во главе с Улуутуйар Улуу Тойон (Надменный Великий Господин). Средний мир – страна человеческого племени айыы аймага. В Среднем мире живет также множество иччи и мелких духов. Иччи – это дух-хозяин, который есть у любого предмета. Все предметы и явления природы, влияющие непосредственно на благосостояние человека, имеют своего иччи. Его имеют: озера, реки, вода, дерево, лес, камень, земля, каждый участок покоса, горы, дорога, ущелья, водовороты и т.д. Нижний мир – это подземелье, населенный особыми племенами – абаасов или адьарай враждебными жителям среднего мира. К наиболее страшным обитателям нижнего мира якуты причисляли тех, кто посылал чахотку (Аан Арбатыы Тойон) и болезни, губящие детей (Харса Терде). Все эти три мира, в единое целое соединяет существо, мыслящее и нравственное, которое заботится о благополучии всех живых существ Среднего мира. Схема Священного древа Аал Кудук масс, воплощающего в себе взаимоотношения трёх миров представлены на схеме на рисунке 1.

В "Олонхо" описывается изначальная жизнь человека с первого появления его на земле. Человек, появившись на земле, начинает ор-

ганизовывать жизнь на ней, преодолевая различные препятствия, встающие на его пути. Препятствия авторам «Олонхо» представляются в виде чудовищ, заполонивших прекрасную страну. Чудовища разрушают ее и уничтожают на ней все живое. Человек должен очистить страну от этих чудовищ и создать на ней, мирную, счастливую жизнь, полную изобилия. Таковы высокие цели, стоящие перед первым человеком. Герой и его племя божественного происхождения. Поэтому племя героя называется «айыы-аймага» («родственники божества»). Под именем племени «айыы-аймага» подразумеваются предки якутов – создателей «Олонхо».

Схема

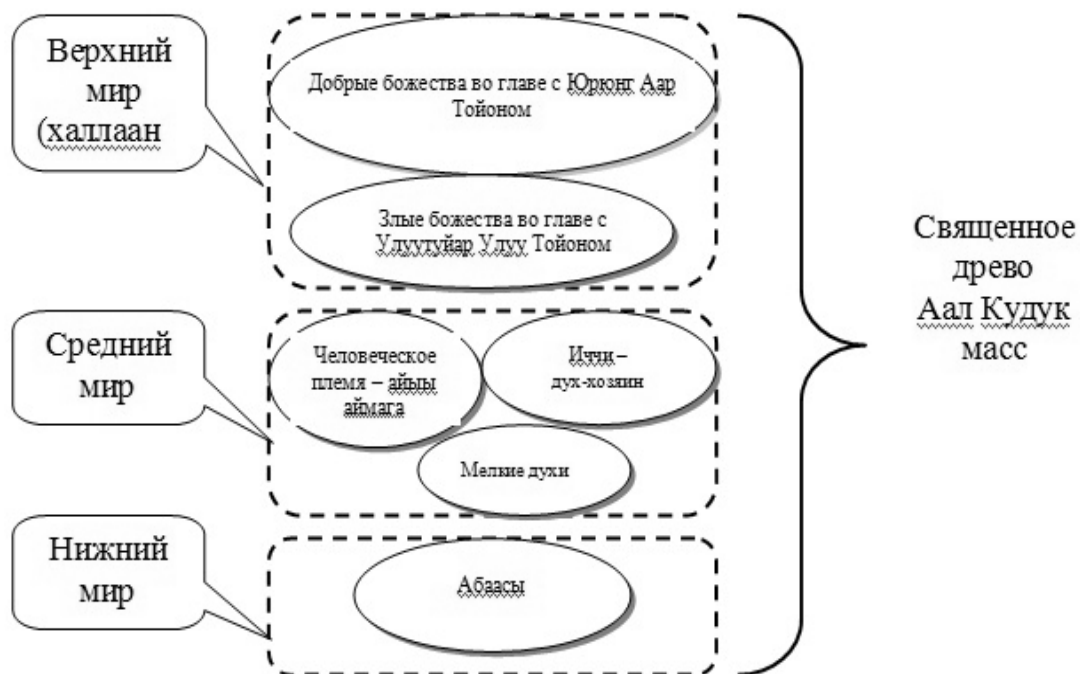


Рисунок 1. Священное дерево Аал Кудук масс

В «Олонхо» герои могут перевоплощаться в птиц и животных. Есть традиционные образы, в которые перевоплощается тот или иной персонаж. Так, герой преимущественно обращается в орла или сокола; героиня – в белого журавля-стерха; женщина-вестница – в маленькую птичку; женщина чудовищ абаасы, а также богиня войны – в зловещего ворона. Герои обращаются также в медведей, волков, лосей. Кроме того, в «Олонхо» есть говорящий на человеческом языке и поющий богатырский конь.

Образы «Олонхо» резко контрастны. Если герой – добрый защитник людей, спасающий всех попавших в беду, то представители племени «абаасы-аймага» («родственники черта») рисуются как злые и безобразные чудовища – это однорукие и одноногие циклопы. Они наделены пороками (злостью, жестокостью, похотливостью, нечистоплотностью). Богатыри абаасы нападают на людей, грабят и разрушают их страну, похищают женщин. Похищение женщин в «Олонхо» показывается как символ всех обид, оскорблений и унижений людей.

Героиня «Олонхо» идеализируется как воплощение женственности, красоты и человеческой доброты. Она может быть и сама богатыркой и вести бои, защищая себя или других. Вообще в «Олонхо» характер женщины-героини дан более разнообразно, чем героя. Герой, прежде всего воин. Женщина же показывается не только в боевой обстановке, но и в бытовой. В быту она – хорошая хозяйка и мать. В бою она ни в чем не уступает герою. Для контраста до пленения, в домашних условиях она показывается слабой, беспомощной и изнеженной. В плену же она преображается. Для спасения себя и ребенка (часто и плода, так как чудовище забирает в плен и беременную женщину) героиня становится необыкновенно изобретательной и хитроумными способами защищает свою честь и ребенка (которого чудовище собирается съесть), умными советами помогает герою, явившемуся для спасения ее.

Значительное место в «Олонхо» занимает говорящий и поющий богатырский конь – помощник и советчик героя, активный участник всех событий, в которые в ходе действия вовлекается герой. Он не только в трудный момент советует герою, как быть, но при случае и сам вступает в бой с неприятельским конем и побеждает его. Богатырский конь спасает побежденного хозяина, вынося его с поля боя, выполняет все его поручения. Конь и богатырь наделены способностью переживать события – вместе радуются победе или горюют в случае поражения. Богатырский конь – один из наиболее ярких и увлекательных образов «Олонхо». Именно в описании коня рельефнее всего выступает образ самого создателя «Олонхо» – истинного скотовода, страстного ценителя и любителя коня, представителя скотоводческой культуры.

Эпос «Олонхо» является своеобразной историей всего племени человеческого, в самом широком смысле этого слова. Человеческим обществом в «Олонхо» предстает эпическое племя айыы-аймага (под которым подразумеваются предки якутов).

Шаманизм. Шаманство (шаманизм) – одна из наиболее ранних форм религии, возникшая, по всей вероятности, еще в каменном веке в безгосударственных обществах, хозяйство которых базировалось на

охоте. В понятиях якутского шаманизма Вселенная и Человек неразделимы. Человек является частью Вселенной и находит свое место в Серединном мире. Трехмерное представление Вселенной воедино соединяет в себе понятия Светлого и Злого начал. Человек находится между ними и находится в полной зависимости от них. По философии якутского шаманизма, человек является пришельцем из космоса. Вернее, Верховный Бог Ур заселил людьми Серединный мир, ибо беззаботная и вечная жизнь людей в Верхнем мире стала бездеятельной и потребительской, что превратило людей в скотов. По понятиям якутского шаманизма, бубен является конем, а колотушка – кнутом для шамана. Бубен для шамана – Крылатый конь, на котором он ездит по трехмерному миру. Он является и советником шамана.

Каждый якутский шаман должен иметь: 1) кафтан с навешенными на нем кружками и фигурами, представляющими мифических животных; 2) маску; 3) железный или медный нагрудник; 4) колпак. У якутов посреди спины кафтана, среди висящих колец, представляющих "солнце", находится просверленный кружок; он называется "отверстием солнца" (ойбон кюнгете), но обычно считается, что он представляет Землю с ее центральным отверстием, через которое шаман попадает в Преисподнюю. На спине находятся также полумесяц и железная цепь, символ силы и выносливости шамана. Как утверждают шаманы, железные бляхи служат для защиты от ударов злых духов. Бахрома, пришитая к меху, представляет перья.

Красивый наряд якутского шамана, должен содержать от 30 до 40 фунтов металлических украшений. В значительной мере шум, вызванный этими украшениями, превращает танец шамана в адскую сарабанду. Эти металлические предметы имеют свою "душу", они не ржавеют. "Вдоль руки они уложены в виде прутьев, изображающих кости этой руки (табитала). По сторонам грудной клетки пришиты маленькие бляшки, изображающие ребра (ойгос тимир); несколько выше большие округлые бляшки представляют женские груди, печень, сердце и другие внутренние органы. Часто пришиваются также изображения священных животных и птиц. Вешается еще маленький металлический эмегет ("дух бешенства") в форме маленькой лодки с человечком.

Вертикальное строение трех миров нашло свое отражение и в национальных костюмах якутов. Верхний мир – мир небожителей, олицетворяли через круглые бисерные розетки или металлический круг «солнце». Их можно найти на головных уборах и нагрудных украшениях. Средний мир – мир людей – через лирообразный орнамент (женское начало) обозначался в силуэте и декоре плечевых изделий, металлических украшений и рукавиц. И, наконец, нижний мир – мир

злых духов, передавали через вышивку обуви на тему «древо жизни», корнями уходящее в землю, возможно, отражая зависимость жизни на земле от нижнего мира. Якутская традиционная одежда отличается стройностью композиции, гармоничностью цветов, естественной связью декора и символики.

Символы в costume появились почти одновременно с рождением общественного сознания человека (Рис. 2,3). Древнейшим проявлением символического сознания, отраженного в одежде явилась цветовая дифференциация. Так, синий цвет в восприятии якутов стал основным сакральным символом. Старинные якутские платья были сшиты из сине-голубого материала. Синий цвет – цвет неба и воды, символизирует вечность, постоянство, верность. В мифологии Небо (Кюех халлаан) – символ мужского начала, Мать-Земля (Ийэ сир) – символ женского начала.

Бисер и корольки на вышивках и украшениях только трех цветов: белого, черного и голубого, встречается в виде декоративной отделки шелковая ткань желто-охристого цвета. Белый цвет – символ солнца, дневного света, эквивалент семени и молока – жизнеутверждающих начал. В связи с этими качествами белого цвета – это цвет блага, святости, зарождения дня и жизни, вечного начала, положительных сил природы. Черный цвет не только цвет тьмы и зла, но и цвет одного из жизнеутверждающих начал, символ Земли.



Рис. 2. Национальный якутский костюм



Рис. 3. Национальный якутский костюм

Триада «белый – черный – синий» составляет основные точки жизненного пространства древнего человека. В символическом мышлении число 3 приобретает особую значимость – три мира, три души, три времени и т. д. Три элемента создают идеальную модель любого динамического процесса, который развивается по принципу: возникновение, развитие и упадок. Все в мире появляется, развивается и исчезает.

Шапка дьабака состоит из широкой полоски меха бобра, соболя, росوماхи. На макушке шапки пришивается навершие чопчуур или чеччэх, сшитое из цветного сукна (в большинстве случаев из красного сукна) и вышитое разноцветным бисером или цветными нитками. Символ, олицетворяющий стилизованный женский торс с ярко выраженными признаками пола, ассоциативно связывается с божеством деторождения и плодородия Ахтар Айыыһыт Хотун. Таким образом, шапка дьабака является одним из главных предметов вещного мира, олицетворяющих женщину.

Основной фон женской праздничной шубы черный, символ Матери-Земли. Он составляет костяк, опору, на которую накладываются цветные знаки. Широкая полоса из красной ткани идет по подолу, бортам, по груди, плечевой части, вдоль позвоночного столба, охватывая таз и бедра, а также полоска вставляется на уровне предплечья. Так как красный цвет символизирует активную жизнь, плодovitость, красные полосы как бы окружают со всех сторон своей аурой женскую фигуру, выполняя не только продуцирующую, но и охранительную функцию.

Следует заметить, что на протяжении веков и по сей день, якуты бережно хранят и передают священные смыслы отношений человека с миром, Вселенной, отраженные в образах символов. В основе якутского символизма лежит их образ жизни, их хозяйственный уклад, с природными условиями региона, особенности мировоззрения, поэтического языка, песенной и устной традиции. Особенности эпоса, верования, детали костюмов отражают специфику символизма якутов.

Образы символов и в настоящее время значимы в культуре якутов, хранят истоки, передают содержание символического мышления, связывая историю народа в единое гармоничное целое.

Литература

1. Емельянов Н.В. Сюжеты якутских «Олонхо». - М., 1980.
2. Кудияров А.В. Художественно-стилевые традиции эпоса монголоязычных и тюркоязычных народов Сибири. - М.: ИМЛМ РАН, 2002.
3. Пухов И.В. Якутский героический эпос «Олонхо». Основные образы. М., 1962.
4. Серошевский В.Л. Якуты. СПб., 1896.

СЕМАНТИКА ОБРАЗОВ СИМВОЛИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ (ПРОЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ)

Е. К. Сенаторова, Л. В. Ахметова, Батырхан Тилейхан (Монголия)

Томский государственный педагогический университет

Окружающий мир символов как общественных, так и религиозных оказывает существенное влияние на формирование содержания понятийного мышления человека. Символ, как неотъемлемая часть окружающей действительности непосредственно участвует в формировании мышления любого человека, в любых аспектах его миропонимания.

Вне зависимости от происхождения, любой символ является первоначальной моделью какого-либо образа, однажды возникшим впечатлением, отклик которого (архетип) устойчиво возникает в сознании всякий раз при встрече с ним. Символ, будучи фиксированным в сознании человека, приобретает ценностный смысл, значение которого конкретизируется тем или иным эмоциональным сопровождением

Тем не менее, чем больше исследователи изучают символы, тем яснее становится, что в каждом из них есть место для открытых вопросов, как в области теологии, философии, так и в области психологии.

В рамках различных наук, с точки зрения различных научных парадигм, существуют многообразные определения понятия «символическое мышление». В своем исследовании семантики образов символического мышления мы основываемся на психологическом подходе, в соответствии с которым символическое мышление – это один из способов репрезентации мира с позиции личностно-смыслового эмоционально-субъективного отношения к нему.

Исходя из этих представлений, нами была выдвинута гипотеза о наличии взаимосвязи между образом символа и соотносимой с ним семантикой, основным (глубинным) содержанием которой является архетипическое впечатление, транслированное в сознание личности посредством ценностных ориентиров.

Чтобы подтвердить или опровергнуть эту гипотезу нами была разработана авторская методика на основе ассоциативного метода.

К месту заметить, что метод и проективный тест «Ассоциативный эксперимент» разработаны в разное время К. Г. Юнгом, М. Вертхаймером, Д. Кляйном и были предназначены для исследования мотивации личности – ориентированные на фиксацию, диагностику и психотерапию скрытых аффективных комплексов и других психических феноменов. Метод базируется на изучении содержания, формы и скорости реакции испытуемого, предъявляющего в ответ на слова анали-

тика первое пришедшее в голову слово. Первоначально разрабатывался для задач психиатрии, позднее стал применяться для исследовательских и психодиагностических целей. Процедура тестирования предусматривает быструю реакцию от испытуемого, т.е. быстрого ответа на предъявляемое слово-стимул. Это может быть любое, пришедшее первым ему на ум словом. Помимо отдельных слов в качестве «раздражителей» можно использовать числа, бессмысленные слоги, незнакомые слова, рисунки, цветные пятна, звуки и символы.

В ходе ознакомления с символикой различных стран, культур и религий и на основе изученного «Определителя буддийских изображений» А.Терентьева был выделен набор символов, имеющих многогранную, как религиозную, так и общемировую интерпретацию.

В течение двухлетней научно-исследовательской работы, которая осуществлялась с 2010 по 2011 г.г., было установлено 40 символических образов, которые (при высоком уровне достоверности, при $p < 0,05$) интерпретировались испытуемыми как высокозначимые.

Целью следующего этапа исследования было выявить и изучить семантику обнаруженных нами 40 символических образов, основным содержанием которых, по нашему убеждению, является некоторый смысл, интегрирующий в себе глубинные (архетипические), ценностные, эмоциональные взаимосвязи.

В исследовании семантики символов испытуемым был предложен набор сорока символических образов и три группы слов-стимулов, обозначающих ценности, архетипы и базальные эмоции.

Группу ценностей, предназначенных для исследования, составил список, из пятнадцати номинальных ценностей («общение», «творчество», «свобода», «уверенность», «богатство», «успех», «безопасность», «справедливость», «любовь», «вера», «здоровье», «власть», «карьера», «красота», «честь»), выявленных и научно обоснованных доктором психологических наук В.Г.Морогиным [4, с. 20].

К базальным эмоциям были отнесены основные эмоции, имеющие врожденный характер, на основании которых под влиянием социального опыта формируется основной состав эмоционально-волевой сферы личности человека. В исследовании использованы 6 базальных эмоций, на которые указывают в своих работах И.П.Павлов, Ч.Дарвин, К. Изард, В. Н. Небылицын, С.Л. Рубинштейн, Е. Д. Хомская и другие авторитетные исследователи: «радость», «гнев», «страх», «печаль», «удивление», «отвращение».

Кроме списков номинальных ценностей и эмоций был составлен список архетипов: «мудрец», «старик», «гора», «дерево», «отец», «мать», «женщина», «мужчина», «двенадцать», «три», «четыре», «герой», «охотник». Перечисленные в списке архетипы подробно описа-

ны в трудах известного психолога К. Г. Юнга. В отличие от многих других исследователей, именно К. Г. Юнг убедительно описал врожденную психологическую предрасположенность человека к восприятию тех или иных символов (в том числе и считающихся священными) и раскрыл их природу в глубинах индивидуального и коллективного бессознательного. Именно К. Г. Юнгом раскрыты чисто психологические аспекты символики, выражающиеся в непосредственном знании смысла определенных символов, без их предварительного изучения и даже без малейшего намека на инициацию. Религия строит, по мнению известного исследователя «защитную стену символов», позволяющую сознанию ассимилировать опасно-самостоятельную энергию архетипов бессознательного и гармонизирующую тем самым человеческую психику. За исторической изменчивостью конкретных символов Юнг усматривал инвариантность архетипов, объясняющую поразительные сходства в различных мифологических и религиозных системах и факты воспроизведения в сновидениях и психотическом бреде фрагментов древних эзотерических систем [8, с. 53].

Особое внимание при проектировании эмпирического исследования уделено выборке испытуемых. Для исследования были сформированы две группы сравнения: группа монгольских студентов, обучающихся в Томском государственном педагогическом университете (далее ТГПУ) и других ВУЗах г. Томска и группа российских студентов, обучающихся в ТГПУ. Формирование групп сравнения было обосновано тем, что исторически культура монгольского этноса сохранила в себе высокую значимость символического мировоззрения, отражённого в ритуалах, обрядах и в повседневной обыденности в отличие от русской культуры, претерпевшей бесчисленное множество социально-культурных реформ.

И в настоящее время для монголов символика имеет огромное значение в природном, религиозном (буддийское, языческое (на основе шаманизма), государственном и иных аспектах бытия. Каждый образ символа имеет смысл, который формировался на различных уровнях усвоения исторического опыта народа: будь то языческие шаманские представления или буддийское священное учение.

Исходя из анализа результатов пилотажного эмпирического исследования смыслового содержания образов символов буддизма у монгольских студентов, обучающихся в ТГПУ, нами был разработан проект компьютерной программы, предназначенной для диагностики символического мышления под названием «Семантика символа: архетипы, ценности, эмоции» (далее АЦЭСС-тест).

В 2012 году, в рамках межэтнического взаимодействия с монгольскими студентами физико-математического факультета ТГПУ на базе международной студенческой научно-образовательной лаборатории когнитивно-адаптивных технологий психологии образования была разработана универсальная компьютерная программа «АЦЭСС-тест 2012», которая позволяет эффективно реализовать процедуру исследования образов символов в соответствии с ценностно-архетипическим содержанием.

Процесс работы компьютерной программы включает в себя 6 этапов:

Первый этап – ввод данных испытуемого.

Второй этап – исследование ассоциативных связей между символами и ценностями. На этом этапе испытуемому предлагается набор, состоящий из 40 символов и список 15 номинальных ценностей, между которыми испытуемому предлагается установить ассоциации. По завершению этого этапа испытуемый может ознакомиться с результатом, визуализированным в виде гистограммы, показывающей соотношение номинальных ценностей и высокочастотных символов, выявленных при обработке данных.

Третий этап – исследование ассоциативных связей между символами и архетипами. На этом этапе испытуемому предлагается уже известный набор, состоящий из 40 символов и список, включающий 15 архетипов. Испытуемому предлагается установить ассоциации между символами и архетипами аналогичным первому этапу способом.

Четвертый этап – исследование ассоциативных связей между символами и эмоциями. На этом этапе испытуемому вновь предлагаются эти же 40 символов и список, состоящий из 6 эмоций. Процедура исследования на третьем этапе аналогична предыдущим двум – установление ассоциативных отношений между символами и эмоциями испытуемого. Результаты исследования этого этапа также выводятся на экран монитора.

Пятый этап. По окончании исследования испытуемый получает итоговый результат тестирования, с последующей интерпретацией содержания символов и дополнительными пояснениями психодиагноста. Испытуемый на основании результатов тестирования получает информацию о преобладающих в его символическом мышлении символах, и об их ценностно-архетипическом содержании.

Шестой этап. Завершающим этапом работы с компьютерной программой является внесение индивидуальных результатов исследования в базу данных.

Для того чтобы сократить время мыслительной деятельности на формирование ассоциативной связи между символическим образом и

словом-стимулом, в настройках компьютерной программы предусмотрена функция – выбор оптимального времени, которое варьирует от 0,1 сек до 3,0 сек

Мы убеждены, что в ходе анализа полученных по каждому символу результатов можно будет проследить наличие или отсутствие взаимосвязи между образом символа и соотносимой с ним семантикой, основным (глубинным) содержанием которой является архетипическое впечатление, транслированное в сознание личности посредством ценностных ориентиров. И, как следствие, доказать гипотезу о том, что если смысловое содержание образов символов схоже с сакральным пониманием символа, то символическое мышление действительно, формируется и развивается человеком бессознательно вместе с культурой, являясь частью социально-исторического опыта народа.

Литература

1. Величковский Б.М. Когнитивная наука. Основы психологии познания: в 2 томах - М.: Смысл, 2006. С. 589
2. Захарян Т. Б. Сакральный символ в языке религии. Монография - Екатеринбург, 2005. С. 196
3. Моаканин Р. Психология Юнга и Буддизм. СПб.: издательский дом «Коло» 2004. С. 160
4. Морогин В.Г. Теория и методология экспериментально – психологического исследования ценностно – потребностной сферы личности // Человеческий фактор: Социальный психолог № 1, 2008. С. 19 - 29
5. Рошаль В. М. Энциклопедия символов – М.: АСТ, СПб.: Сова, 2008. С. 1007
6. Тарнапольская Г.М. Значение потенциальной стороны символа для понимания опыта культуры // Вестник омского университета. Философия. № 2, 2010. С. 148 - 153
7. Терентьев А. Определитель буддистских изображений - СПб.: Нартанг, 2008. С. 302
8. Юнг К. Г. Архетип и символ - М.: Ренессанс, 1991. – С. 208

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК НАБОР ТЕХНОЛОГИЙ ПРОТИВ АГРЕССИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ СМИ

О. Ф. Солоненко

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Л.В. Ахметова, к.псих.н., доц.

Современное информационное общество характеризуется бурным развитием средств массовой коммуникации (СМК), включающими в себя печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, мобильный телефон. Медиа используют почти все каналы восприятия, они влияют на жизнь человека, на воспитание и образование школьников и

студентов, способствуют межкультурной коммуникации, проникают в основные демократические процессы. Сегодня медиа являются средством не только обучения, но и воспитания. Они выполняют различные функции: воспитательную, образовательную, социально-управленческую, рекреативную и релаксационную. Так, цель образовательной функции – получение знаний, с помощью которых происходит систематизация и оценка полученных знаний. Воспитательная функция заключается в передаче образцов жизни, примеров поведения, в пропаганде ценностей, отношений к миру, людям, к самому себе, в приобщении к культуре и искусству, к этическим, правовым, идеологическим и прочим нормам современного общества. Воспитательная и образовательная функции медиа сегодня гораздо выше воспитательной и образовательной функций традиционной педагогики [1, с. 75-86].

В связи с этим существенно изменилось содержание медиатекстов. Наблюдается явный акцент в сторону развлекательности, зрелищности [8, с. 52-58]. Средства массовой информации, взаимодействуя с аудиторией, в той или иной степени влияют на свою аудиторию и воспитывают ее. Воспитание ведется через демонстрацию примеров и оценок, которые формируют представление аудитории об эстетической нормативности тех или иных культурных явлений [2, с. 63-66]. Работая в условиях рынка, естественно, что СМК прежде всего ориентируются на прибыль, на рейтинг и на тираж. Сегодня средства массовой коммуникации являются для одних источником получения информации, для других – средством всестороннего развития личности, а для третьих – разрушительным фактором. По мнению А.П. Короченского, в жизни и деятельности отдельных индивидуумов и человеческих сообществ инстинкты, бессознательные импульсы и эмоции играют весьма значительную роль. Эффективное применение современными СМИ разнообразных технологий воздействия на область коллективного бессознательного, подавляющее рациональную реакцию людей, служит наглядным тому подтверждением [3, с. 78-84].

Средства массовой коммуникации зачастую агрессивно воздействуют на сознание и психику людей, в особенности детей, подростков, молодежи. В современном обществе появились реальные информационные угрозы цивилизации. Они выражаются в виде «информационной перегрузки», «психологического манипулятивного воздействия», «информационного насилия», «виртуализации сознания», «выхолащивания из сознания молодого поколения абсолютных ценностей» и т.д. Систематические исследования зрительского поведения показывают, что и взрослые, и дети проводят перед экраном телевизора и за другими массмедиа значительное количество времени. В России за

час эфирного времени в прайм-тайм на экране происходит от трех до пяти актов насилия, однако при демонстрации детских программ, включая мультфильмы, это число возрастает до 20-25. Наиболее ярко агрессия, связанная с просмотром телепрограмм, у мальчиков в юношеском возрасте, а у девочек – в начальный период зрелости. Самым типичным проявлением у мальчиков оказались драки, а у молодых женщин – кражи и угрозы нанесения телесных повреждений [4].

Кроме проблемы агрессивного воздействия СМК на сознание и психику людей, наше государство на современном этапе своего развития нуждается в решении такой проблемы, как отсутствие у большинства россиян определенного (базового) уровня готовности и способности к выбору, использованию, критическому анализу, оценке, осуществлению передачи и созданию медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме. То есть, у наших граждан должна быть сформирована медиакомпетентность, обеспечивающая эффективность осуществления коммуникационного взаимодействия, общения не только на межличностном уровне, но и с помощью технических средств, т.е. с помощью медиа в открытом информационном обществе. Это главное направление образования личности прописано сегодня практически во всех документах, отражающих нормативы инновационного развития образовательной политики РФ. Все указанные выше причины послужили поводом для активного развития теории и практики медиаобразования в современной России. Такая отрасль научного знания как «медиаобразование» «способна дать для практики, прежде всего, понятийные конструкции, которые позволят не только выделить виды информационных угроз среди других явлений социальной реальности, но и выявить механизмы (средства) предотвращения и защиты от различного рода информационных угроз, опасностей, обусловленных неконтролируемыми информационными потоками» [5, с. 112-113].

Считается, что термин «медиаобразование» возник в середине XX века в зарубежной педагогике. Там же возникло и предложение о необходимости ввести в высшей и средней школе обучение СМК. Тогда же впервые (1973 г.) в документах ЮНЕСКО было раскрыто и его понятие [5, с. 111]. С самого начала существовало два подхода к определению сути медиаобразования: педагогический и гражданский. Педагогический подход постулировал тезис о том, что «под медиаобразованием (media education) следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и

практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как например, математика, физика, география» [6, с. 84]. Аналогичная формулировка содержится в «Педагогическом энциклопедическом словаре», который определяет медиаобразование как «направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать её, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [6, с.85]. Сторонники гражданского подхода считают, что «медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии...» [6, с. 85].

В России масштабные исследования и эксперименты в области медиаобразования начались в 80-е и особенно в 90-е годы XX века. «И – так уж получилось – подавляющее большинство российских специалистов в области медиаобразования оказались сторонниками первого подхода. Так, лидер медиаобразовательного сообщества А.В. Федоров рассматривает медиаобразование в современном мире как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» [6, с. 88]. Е.Л. Вартанова и Я.Н. Засурский также полагают, что «медиаобразование = защита от СМИ + подготовка к анализу СМИ = понимание сущности функции СМИ + осознанное участие в медиакультуре» [7, с. 9-13]. Таким образом, основной смысл медиаобразования сторонников первого подхода заключается в повышении медиакомпетентности индивидов. В рамках научной школы А.В. Федорова «Медиаобразование и медиаграмотность» в России разработаны медиаобразовательные программы для студентов, преподавателей вузов, школьных учителей. Они базируются на понятии медиакомпетентности как новой парадигмы результата образования. Согласно классификации показателей медиакомпетентности личности по А.В. Федорову, таковыми являются: 1). мотивационный показатель (широкий комплекс жанровых, тематических, эмоциональных, гносеологических, интеллектуальных, психологических, творческих, этических, эстетических мотивов с медиа и медиатекста-

ми); 2). контактный (частые контакты с различными видами медиа и медиа и медиатекстов); 3). информационный (знание большинства базовых терминов, теорий медиа и медиаобразования, специфики медийного языка, условностей жанров, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры и т.п.); 4). перцептивный (отождествление с автором медиатекста при сохранении основных компонентов «первичной» и «вторичной» идентификации: то есть способность соотнесения с авторской позицией, которая, в частности, позволяет предугадать ход события медиатекста); 5). интерпретационный/оценочный (аналитический) (умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме с учетом разнообразных факторов на основе высоко развитого критического мышления); 6) практико-операционный (деятельностный) (практические умения самостоятельного выбора, создания/распространения медиатекстов различных видов и жанров, умения активного самообразования в медийной сфере); 7) креативный показатель (ярко выраженный уровень творческого начала в различных видах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа) [8, с. 35-45].

К сторонникам второго подхода И.М. Дзялошинский относит И.В. Жилавскую [6, с.90]. Согласно ее определению, «медиаобразование – это совокупность системных действий, направленных на формирование личности, обладающей культурой общения со средствами массовой информации, умением интерпретировать существующие и создавать собственные медиатексты, основываясь на гуманистических идеалах и ценностях» [9].

И.М. Дзялошинский имеет собственную точку зрения на медиаобразование. Он считает, что «...социальный смысл медиаобразования заключается не столько в повышении медиакомпетентности индивида, сколько в формировании установки на медиаактивность...» [6, с. 90]. Под медиаактивностью И.М. Дзялошинский понимает не только способ обозначения присутствия в информационном пространстве различного рода бизнесов, институтов и политических фигурантов. Он считает, что медиаактивность является элементом в системе «активностей» – ведущей (трудовой, гражданской...), информационной, медиаактивности (поиск, получение, потребление, передача, производство, массовой информации) [6, с. 91-93].

А.Ф. Федоров в своих работах подчеркивает, что медиаобразование тесно связано не только с педагогикой и художественным воспитанием, но и с такими отраслями гуманитарного знания, как искусствоведение (включая киноведение, литературоведение, театроведение), культурология, история (история мировой художественной культуры

и искусства), психология (психология искусства, художественного восприятия, творчества) и т.д. Он делит медиаобразование на следующие основные направления: 1)медиаобразование будущих профессионалов в мире прессы, радио, телевидения, кино, видео и Интернета – журналистов, редакторов, режиссеров, продюсеров, актеров, операторов и др.; 2)медиаобразование будущих педагогов в университетах и педагогических институтах, в процессе повышения квалификации преподавателей вузов и школ на курсах по медиакультуре; 3)медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах, которое, в свою очередь, может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым и т.д.); 4)медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной работы, эстетического и художественного воспитания, в клубах по месту жительства и т.д.); 5)дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью прессы, телевидения, радио, видео, DVD, системы Интернет (здесь огромную роль играет медиакритика); 6)самостоятельное/непрерывное медиаобразование (которое теоретически может осуществляться в течение всей жизни человека).

Таким образом, медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык медиакультуры [7, с. 9-23].

Литература

1. Рыжих, Н.П. Изучение аудиовизуальной грамотности школьников на материале экранных искусств / Н.П. Рыжих // Медиаобразование. – 2005. – №1. – С. 75-86.
2. Короченский, А.П. Медиаобразование: миф или реальность? / А.П. Короченский // Медиаобразование. – 2005. – № 2. – С. 63-66.
3. Короченский, А.П. Медиаобразование: миф или реальность? / А.П. Короченский // Медиаобразование. – 2005. – № 3. – С. 78-84.
4. Корнилова Е.Е. Телевидение как источник агрессии. – [Электронный ресурс] – Электрон.дан. – Режим доступа: [http:// www.kafedra – smk.rostov.ru/ar_7522256/cs_t_page](http://www.kafedra-smk.rostov.ru/ar_7522256/cs_t_page)

5. Иванова, Л.А. Перспективные направления исследования современных проблем медиаобразования / Л.А. Иванова. Медиаобразование: от теории к практике: сб. материалов II Всеросс. науч.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». Томск, 4-5 декабря 2008 / Сост. И.В. Жилавская; ред. Кол.: И.В. Жилавская, Ю.Н. Кириленко (1 часть), Н.А. Тельцова (2 часть). Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2008. – 340 с.
6. Дзялошинский, И.М. Медиаобразование: педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций? / И.М. Дзялошинский. Медиаобразование: от теории к практике: сб. материалов II Всеросс. науч.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». Томск, 4-5 декабря 2008 / Сост. И.В. Жилавская; ред. Кол.: И.В. Жилавская, Ю.Н. Кириленко (1 часть), Н.А. Тельцова (2 часть). Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2008. – 340 с.
7. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. / А.В. Федоров. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.
8. Жилавская, И.В. Медиаинформационная грамотность как новая грамотность информационного общества / И.В. Жилавская. // Журналист. Социальные коммуникации. – 2011. -- № 4. – С. 35-45.
9. Жилавская, И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий. // И.В. Жилавская. Автореф. канд. дисс. – М., 2008.

ПОЛО-ВОЗРАСТНАЯ СПЕЦИФИКА САООТНОШЕНИЯ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

И. Б. Степанова

Новосибирский государственный педагогический университет

Научный руководитель: О.А. Белобрыкина, к. психол. н., доц.

Проблематика отношения человека к самому себе рассматривается в психологической науке достаточно длительное время, что обусловило разработку целого ряда подходов к ней. В то же время анализ литературы (Джеймс У., 1991; Бернс Р., 2003; Сарджвеладзе Н.И., 1989; Пантелеев С.Р., 1991; Чеснокова И.И., 1977 и др.) свидетельствует, что в настоящее время отсутствует достаточно стройная система научных представлений о феномене самоотношения.

Анализируя подходы различных авторов к определению эмоциональной составляющей Я-концепции, С.Р.Пантелеев отмечает, что за различиями в терминах не просматривается значимых концептуальных разногласий, а смысл понятия «самоотношение» становится ясным только в конкретных теоретических построениях [4]. К наиболее употребляемым категориям, раскрывающим сущность отношения человека к себе, можно отнести такие как «глобальная/обобщенная самооценка» и «самоотношение».

Следует отметить, что исторически первым появилось понятие глобальной самооценки, разработанное в рамках западной психологии. Одним из первых данную область психологической действительности исследовал У. Джеймс через соотношение реальных достижений индивида и его притязаний, то есть как результат сопряжения в образе Я «Я-реального» и «Я-идеального» [1]. В общем виде Р.Бернс определяет самоотношение, или интегральную самооценку, как аффективную составляющую установки на себя, имеющую устойчивый характер и обладающую различной интенсивностью в зависимости от контекста и когнитивного содержания образа «Я» [2].

В отечественных подходах феномен самоотношения рассмотрен также достаточно подробно. Изучением глобальной (или обобщенной) самооценки занимался И.С. Кон. В его понимании самооценка «является общим знаменателем, итоговым измерением «Я», выражающим меру принятия или непринятия индивидом самого себя, положительное или отрицательное отношение к себе, производное от совокупности отдельных самооценок». А, в свою очередь, самопринятие определяется им как «принятие себя как уникальной индивидуальности, обладающей не только достоинствами, но и слабостями и недостатками» [6, с. 37]. Собственно понятие «самоотношение» введено в научный оборот Н.И. Сарджвеладзе и использовано для обозначения того аспекта психологической действительности, который связан с отношением и оценкой личностью самой себя. Самоотношение определяется автором как отношение субъекта потребности к ситуации ее удовлетворения, которое направлено на самого себя. По мнению исследователя, «самоотношение реализуется в особых актах познания (вернее самопознания), эмоциональных состояниях и действиях относительно себя» [3, с.52].

Проблематика самоотношения достаточно подробно рассмотрена В.В.Столиным (1983). В подходе данного автора природа самоотношения не замыкается внутренним пространством личности, а через мотивы связывается с реальной жизнедеятельностью субъекта. Причем самоотношение обладает свойством аддитивности, которое выражается в том, что каждая из эмоциональных компонент самоотношения вносит независимый и однопорядковый вклад в обобщенное (интегральное, глобальное) чувство «Я» [7]. С.Р.Пантелеев (1991), опираясь на подход В.В.Столина, понимает самоотношение как выражение смысла «Я» для субъекта. Самоотношение рассматривается им в контексте представлений личности о смысле «Я» как выражение смысла «Я», как обобщенное чувство в адрес собственного «Я». И.И. Чеснокова также определяет самоотношение как специфическое про-

явление личностного смысла, подчеркивая ценностный характер самоотношения личности [5].

Психологическая сущность самоотношения может быть раскрыта на основе изучения его структуры. По мнению С.Р.Пантелеева (1991), содержательный анализ структурных компонентов самоотношения позволяет выделить две различные по семантическому содержанию совместно функционирующие подсистемы:

1. *Оценочную*. В случае оценки самоотношение определяется как «самоуважение», «чувство компетентности», «чувство эффективности».
2. *Эмоционально-ценностную*. В качестве эмоции самоотношение обозначается как «аутосимпатия», «чувство собственного достоинства», «самоценность», «самопринятие».

Обе подсистемы различны по своему содержанию и находятся в состоянии взаимного превращения. Оценочное самоотношение открыто для «самонаблюдения» и пронизано социально желательными характеристиками: успешностью в деятельности, достижением поставленных перед собой целей, статусным положением личности и пр. Эти характеристики обуславливают зависимость оценочного компонента самоотношения от актуального жизненного опыта, его высокую подверженность трансформации, «легкость» поддержания на относительно устойчивом позитивном уровне. В основе эмоционально-ценностной подсистемы самоотношения лежит жизненный опыт эмоциональных отношений со значимыми людьми. Эта подсистема является не столько оценкой, сколько стилем отношения к себе, общей жизненной установкой, формирующейся в процессе становления личности. Оно является достаточно стабильным личностным образованием, относительно мало подверженным влиянию актуального, текущего опыта. По мнению С.Р.Пантелеева, описанные подсистемы самоотношения бимодальны по своему содержанию. Они состоят из противоположных по своему эмоциональному тону модальностей. Следовательно, структура самоотношения может описываться как состоящая из трех компонентов: позитивного оценочного самоотношения (самоуважение); позитивного эмоционального самоотношения (аутосимпатия); негативного самоотношения (самоунижение). При этом «самоуважение, аутосимпатия и самоунижение являются сложными по своему строению образованиями и включают в себя целый ряд различных по своему содержанию модальностей» [4, с.79]. Так, по результатам исследования С.Р.Пантелеева, самоуважение состоит из «открытости», «самоуверенности», «саморуководства» и «отраженного самоотношения», аутосимпатия – из «самоценности», «са-

мопринятия» и «самопривязанности», а самоуничужение – из «самообвинения» и «внутренней конфликтности» [4, с. 82].

Отметим, что интегрированность компонентов самоотношения в единую упорядоченную и сбалансированную систему является индикатором его сформированности, зрелости. Показателем гармоничной интегрированности выступает сцепленность, слитность компонентов между собой. Это приводит к тому, что даже при незначительном изменении одного из них, наблюдается деформации системы в целом. При этом аморфность взаимосвязи компонентов характерна для неразвитого и негативного самоотношения, сбалансированность и упорядоченность для позитивного развитого самоотношения. Наконец, сущностной характеристикой взаимосвязи компонентов самоотношения является их дифференцированность.

Подростковый возраст – чрезвычайно важный период личностного развития, обусловленный интенсивными физиологическими и психологическими преобразованиями. Ключевой линией физиологических изменений в этот период выступает половое созревание, психологические изменения связаны в первую очередь со сферой самосознания, важнейшим аспектом которого является самоотношение.

Формирование самоотношения крайне значимо с позиций личностного становления подростка. Самоотношение в этот период является ведущим компонентом структуры самосознания подростка. Это обуславливает развитие в его сознании совершенно новых психологических образований, в числе которых наиважнейшим является личностная рефлексия. Кроме того, уровень развития самоотношения, дифференцированность его компонентов, его модальность оказывают влияние на все аспекты жизни подростка, на его взаимодействие с окружающими, на выбор жизненного пути и т.д. Именно поэтому столь значимым является научное психологическое осмысление становления самоотношения в подростковом возрасте. Учитывая данные современного гендерного подхода в психологии, в первую очередь, интерес представляет специфика половых различий в становлении самоотношения подростков.

К исследованию особенностей самоотношения подростков в зависимости от половой принадлежности привлечено 40 испытуемых в возрасте 11-15 лет. Условно выборка была дифференцирована на 2 группы: ЭГ-1 – мальчики и девочки 11-12 лет, ЭГ-2 – мальчики и девочки 14-15 лет, что обусловлено началом и окончанием подросткового возраста. Для эмпирического исследования использована методика изучения самоотношения (МИС) Р.С.Пантелеева.

Полученные результаты свидетельствуют, что для мальчиков 11-12 лет в большей степени характерны закрытость к самоизменению и

самоосмыслению, и, вместе с тем более выраженная самоуверенность и самопринятие. В то же время мальчики не уверены в том, что их «Я» способно вызвать уважение окружающих, они полагают, что это будет связано лишь с некоторыми их качествами. Девочки же более критичны к себе, открыты для самоизменения. Они менее уверены в себе, в меньшей степени принимают себя, что можно связать собственно с критичным самоотношением, попыткой осмыслить свое «Я». При этом девочки полагают, что способны вызвать уважительное отношение окружающих к их внутреннему миру в большей степени, чем мальчики. Это позволяет сделать вывод о том, что ценность своего «Я» у девочек все же выше, чем у мальчиков, несмотря на самокритику девочек.

Анализ результатов самоотношения испытуемых 14-15 лет показал, что девочки становятся менее критичными к себе, они как бы закрываются для возможности самоизменения, становятся более избирательными, в то время как мальчики демонстрируют большую открытость к изменениям своей личности. При этом девочки демонстрируют достоверно более высокое самопринятие, а у мальчиков наблюдается большая внутренняя конфликтность. Большая закрытость девочек связана с переходом на новый уровень самоотношения, который стал результатом критического самоосмысления на начальной стадии подростничества. Девочки в необходимой степени определились в отношении своего «Я», своих достоинств и недостатков, они достаточно высоко оценивают свое «Я» и удовлетворены собой. У мальчиков же наблюдается обратный процесс – от относительной удовлетворенности собой на начальной стадии подросткового развития мальчики переходят к самокритичности, испытывают потребность в переосмыслении своей личности, что снижает уровень принятия себя и выражается в более высокой внутренней конфликтности.

Установлены достоверные различия (по критерию U - Манна-Уитни) в экспериментальных группах по таким компонентам самоотношения, как закрытость, самоуверенность, отраженное самоотношение, самопринятие. В целом от 11-12 к 14-15 годам и у мальчиков, и у девочек происходят качественные изменения таких параметров самоотношения как самоуверенность, саморуководство, отраженное самоотношение, самооценность, самообвинение.

Для выявления взаимосвязей между шкалами самоотношения у мальчиков и девочек по возрастному признаку и признаку пола был использован корреляционный анализ по методу линейной корреляции Пирсона. Проведенное корреляционное исследование позволяет сделать вывод, что существуют особенности взаимосвязи компонентов самоотношения как по признаку пола, так и по признаку возраста.

Так, у подростков 11-12 лет в качестве системообразующего выступает компонент самопринятия, который имеет положительную связь с самоуверенностью ($r = 0,660$ для $p \leq 0,01$) и закрытостью ($r = 0,630$ для $p \leq 0,01$), и отрицательную с отраженным самоотношением ($r = -0,452$ для $p \leq 0,01$). Психологический смысл данных связей свидетельствует, что чем выше уровень самопринятия подростка в этом возрасте, тем более он уверен в себе, меньше склонен к изменениям, но при этом испытывает больше сомнений в отношении к себе со стороны окружающих.

У подростков 14-15 лет в качестве системообразующего можно рассматривать компонент внутренней конфликтности, который образует обратные связи с самооценностью ($r = -0,477$ для $p \leq 0,05$), закрытостью ($r = -0,475$ для $p \leq 0,05$) и самопринятием ($r = -0,451$ для $p \leq 0,05$). Психологический смысл выявленных связей свидетельствует, что чем ниже уровень внутренней конфликтности подростка, тем выше его самооценность, самопринятие и закрытость как готовность к изменениям. Следовательно, соотношение и связи компонентов в структуре самоотношения в докритический и посткритический период подросткового развития различны.

Следует отметить, что самоотношение у подростков одного пола как в 11-12, так и в 14-15 лет характеризуется более сложной структурой, большим количеством связей. В частности, у мальчиков системообразующими компонентами выступают саморуководство (4 связи, из них 3 для $p \leq 0,01$ и 1 для $p \leq 0,05$) и отраженное самоотношение (4 связи, из них 2 для $p \leq 0,01$ и 2 для $p \leq 0,05$), свидетельствующие, что чем в большей степени выражено саморуководство, тем выше показатель отраженного самоотношения, но при этом ниже закрытость, внутренняя конфликтность и самопринятие. Соответственно, чем в большей степени представлено отраженное самоотношение (уверенность в положительном отношении окружающих), тем выше самоуверенность, но одновременно повышается внутренняя конфликтность и снижается самопринятие мальчиков.

У девочек как в докритический, так и в посткритический периоды развития системообразующим компонентом самоотношения выступает самооценность (6 связей, из них 1 для $p \leq 0,01$ и 5 для $p \leq 0,05$), свидетельствующая, что чем выше уровень самооценности, тем более выражено самопринятие, самоуверенность, саморуководство, отраженное самоотношение и закрытость, которую мы рассматриваем как желание девочек поддерживать постоянство своего «Я», при этом ниже внутренняя конфликтность.

Подводя краткий итог, отметим, что самоотношение у мальчиков и девочек подросткового возраста выступает как система сложных

взаимосвязей между его компонентами. При этом структура самоотношения по показателю пола представляет собой более сложную конструкцию, чем по показателю возраста.

Литература

1. Джеймс У. Психология. М.: Педагогика, 1991. 368 с.
2. Бернс Р. Что такое Я-концепция // Психология самосознания / под ред. Д.Я. Райгородского. Самара: Бахрах-М, 2003. С. 73-79.
3. Сарджвеладзе Н.И. Личность и ее взаимодействие с социальной средой. Тбилиси: Мецниереба, 1989. 187 с.
4. Пантелеев С.Р. Самоотношение как эмоционально-оценочная система. М.: МГУ, 1991. 108 с.
5. Чеснокова И.И. Проблемы самосознания в психологии. М.: Наука, 1977. 144 с.
6. Кон И.С. Психология ранней юности. М.: Просвещение, 1989. 255 с.
7. Столин В. В. Самосознание личности. М.: МГУ, 1983. 100 с.

МИФОЛОГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

И. С. Сырова

Новосибирский государственный педагогический университет

Научный руководитель: д. м. н. профессор М. Г. Чухрова

Мифологическое восприятие мира имеет такие же глубокие корни как и рациональное. Можно заметить, что на современном этапе развития общества два этих вида мировоззрения стали противопоставлять друг другу, как два восприятия, не имеющие точек соприкосновения. Мифологическое мышление, мировоззрение сопоставимо с религией. Мифологические представления существуют «изначально», как фундаментальное свойство человеческого сознания, обеспечивающее его целостность. Множество ученых пытаются объяснить столь популярный вид мировоззрения в среде современного человека: М. Элиаде считает, что «сакральное является элементом в структуре сознания, а не стадией в истории этого сознания» [1, с. 12]. Мифология по сей день существует, как способ описания экзистенциальной потребности личности. Каждая эпоха, личность, цивилизация, народ живет в пространстве своего мифа: идеологии, религии. Миф выполняет свою определенную, особую, функцию: соединяет несоединимое, объясняет принципиально необъяснимое, дает ключ к «пониманию» вещей, задает стереотип социального поведения. Существует ряд теорий, рассматривающих миф с разных ракурсов: с точки зрения всеобщих элементарных представлений (Elementargedanken) А. Бастиана,

подсознательных сексуальных мотиваций З. Фрейда; бессознательно-го автоматизма Ф. Боаса; прелогизма Л. Леви-Брюля; сенсомоторной основы интеллекта А. Валлона и Ж. Пиаже; категорий архетипов коллективной памяти М. Элиаде, коллективно-бессознательных ментальных структур К. Леви-Стросса, архетипов К. Г. Юнга, пререкфлексивно-го сознания М. Мерло-Понти и др. [2]. Некоторые концепции имеют чисто гипотетический характер, однако все они указывают на перво-степенную роль подсознания в мифологической ментальности. При этом мифология становится фактором социализации и даже объектом рационализации. В постсоветском пространстве, когда разрушена коммунистическая идеология, возросла роль мифологизации сознания, потребность в религиозном восприятии и бессознательной оп-поры, специфической формы поиска решения социальных противоре-чий. Мифы могут возникать как при недостатке информации в обществе, так и ее избытке. В этом плане показательно то, что 21 век характеризуется как век «информационного взрыва». Возникла целая индустрия квазинаучного мифотворчества, которая транслируется как через каналы массовой коммуникации, так и через институты общест-ва: семью, образовательные учреждения, массовую культуру в целом. Огромное влияние оказали социальные коммуникации, в связи с де-фицитом доверия между людьми, отсутствием опоры и веры в зав-трашний день, нестабильность отношений, материальных ценностей и экономических потребностей. Такие глубинные изменения связаны с осознанием проблем смысла жизни и своей личной ответственности. Именно их склонны чаще относить к дестабилизации психики, побу-ждению поиска опоры и защиты. Мифология – это часть обществен-ной жизни людей, она вписана в их образ жизни, картину мира. Мас-совое сознание, подвергаясь глубокому психологическому воздействию со стороны средств массовой информации, является бла-годатной почвой для формирования мифологии, так как связано с проявлениями коллективного бессознательного. Современные СМИ апеллируют к магическому и мифологическому слоям сознания, к ба-зовым инстинктам и глубинным уровням психики человека. Созда-ваемые и поддерживаемые ими квазинаучные мифы вполне востребо-ваны широкой аудиторией, однако, феномен типологических характеристик личности, склонных к мифологизации сознания, прак-тически не изучен. Актуально исследовать мифологическое мышле-ние в современном обществе, особенно у молодежи, так как в наши дни современная среда стала предъявлять большинству молодых лю-дей завышенные требования. Многим оказывается не под силу при-способиться с возникшими проблемами самостоятельно, что происхо-дит в большинстве своем в момент крушения устаревших идеалов и

ценностей, традиционного уклада своей жизни. Возникают невротические реакции, аутоагрессия, попытки суицидов. В современном обществе, где все чаще предъявляются требования и рамки, где теряется аутентичность, молодежь ищет выход из ситуации и часто этот выход не соответствует норме данного общества и укладу жизни. В этих условиях в среду молодежи и не только, врываются различные армии новоиспеченных прорицателей, экстрасенсы, колдуны, астрологи и мистические целители. И последствия таких увлечений не всегда известны.

Вместе с тем, в современной молодежной среде в настоящее время наблюдается тенденция приобщения к традиционным религиозным верованиям – православию, исламу, буддизму и др.

Целью данного исследования является поиск ответа на вопрос, какие душевные потребности удовлетворяет вера, какую эмоциональную нагрузку она несет? Каково место веры в смысложизненных ориентациях современных молодых людей? Существуют ли преимущества у верующего над неверующим? Какая потребность руководит верующим в поиске Бога? Является ли религиозность способом снизить свою тревожность, понять смысл своего бытия или поиском новых впечатлений?

В качестве методического инструментария был составлен опросник, включающий вопросы о вере, о принадлежности к той или иной конфессии, о соблюдении религиозных обрядов, о потребностях и целях, которые реализуются посредством веры, о чувствах которые руководят верующим человеком и о преимуществах, которые есть у верующих людей.

Участниками исследования выступили студенты новосибирских ВУЗов и курсанты Военного института, всего 100 испытуемых, из них 20 девушек и 80 юношей, в возрасте 19-22 года. Неверующими себя назвали только 16% испытуемых, при этом половина из них призналась, что несколько раз в год посещают церковь (другой храм). Среди верующих христианской конфессии придерживались 88%, буддизм отметили 5%, ислам 4%, иудаизм 1%, другое 2%. Традиции обрядовости сохраняют и выполняют не все верующие, около 39%, что скорее связано с воспитанием и отсутствием понимания многовекового опыта после разрушения религиозных ценностей в советский период.

Посредством веры в Бога испытуемые реализуют следующие потребности. Большинство респондентов испытывают поддержку и потребность в высшей защите, в ней нуждаются и находят ее - 52%. Потребность ощущать общность и соборность, как и психологическое удовлетворение в команде единомышленников испытывают 2% обследованных. В соблюдении обрядов нуждаются 2%, поиском истины

и правды заинтересован 21% верующих. Мотивом посещения храма или церкви у части верующих выступает чувство поддержки и защиты, около 21%. Еще одной распространенной причиной посещения храма является чувство покоя и умиротворенности, которое там появляется - 49% верующих. С помощью веры осуществляют понимание смысла жизни 34%, второй по популярности целью является надежда на прощение грехов - 32%. Интересует многих так же вопрос о том, имеют ли религиозные люди какие-либо преимущества в сравнении с неверующими людьми. Выявлено что неверующие считают, что человеку религиозному вера помогает преодолеть трудности - 1%, дает возможность не ощущать себя одиноким - 1%. Верующие же отвечают, что вера обеспечивает поддержку в самых трудных жизненных и бытовых ситуациях – 36%, вера помогает преодолевать трудности – 34%, вера учит ответственности и помогает быть более порядочным и честным - 30%.

Таким образом, результаты позволяют понять мотивы религиозности: религиозность является не только чем-то обрядовым, внешним, но несет выраженную психологическую нагрузку; хождение в церковь – это не просто соблюдение традиций, это удовлетворение разнообразных внутренних потребностей. В большинстве случаев верующие удовлетворяют свою потребность в поддержке и защите и перекладывают ответственность на Бога, облегчая, таким образом, жизнь, обретая опору.

Литература

1. Элиаде М. Шаманизм: архаические техники экстаза /Пер. с англ. К. Богуцкий, В. Трилис. Киев: «София», 1998. 384 с.
2. Настольная книга атеиста /под общей редакцией акад. С.Д.Сказкина. М.: Политиздат, 1985. 420 с.

ПСИХОЛОГИЯ МЕТАЭМОЦИЙ

Л. А. Урбанович

Томский Государственный Педагогический Университет

Научный руководитель: Л.В. Ахметова, к.психол.н., доцент

Эмоции в жизни человека играют особенно большую роль. Они являются первой формой связи ребенка с окружающей средой, служат выражением его отношения к предметному миру, толкают к познанию и тем самым способствуют всестороннему развитию, представляют одно из средств общения со взрослыми и со сверстниками.

Актуальность выбранной темы работы обусловлена тем, что для понимания человека мы должны иметь представление не только о его мыслях, но и о эмоциях и чувствах. Только имея представление об эмоциональном опыте человека, мы можем с определенной долей уверенности говорить о том, что мы знаем, каков он. В эмоциональных реакциях проявляются ценности и цели человека. Они отражают базовые биологические тенденции, а так же социально приобретенные представления о мире и о себе. Они раскрывают те аспекты личности, которые человек, возможно, хотел бы скрыть от других. Понимание эмоций - ключ к пониманию личности.

В психологии существует такое понятие как «вторичные эмоции». Его природа заключается в том, что эмоции могут быть обусловлены не только, так сказать «непосредственно» - какими-либо внешними или внутренними факторами эмоциогенного плана, но и самими эмоциями, точнее – их мнемическими репрезентациями. При этом, возникновение той или иной эмоции («вторичной» по своей природе) обуславливается опять – таки эмоцией, а также сопутствующим ей эмоциональным состоянием, ранее переживавшимся индивидом. Механизм такого рода «вторичных эмоций» достаточно сложен и схематически может быть представлен в виде последовательности основных этапов его развертывания (то есть, фактически, в виде специфического процесса): «первичная» эмоция → ее закрепление в эмоциональной памяти → включение сформировавшейся мнемической репрезентации → «вторичная» эмоция. Все это приводит к тому, что возникает «эмоция по поводу эмоции», эмоция «второго порядка», то есть метаэмоция. Так, например, тот страх или то удовольствие («первичные» эмоции), которые переживались когда-либо ранее и которые подверглись фиксации в личном опыте, впоследствии при их актуализации под влиянием, например, тех или иных ассоциаций, аналогий прочее – сами по себе могут приводить и реально приводят к новым эмоциям, но уже – «вторичным». При этом, «пусковым стимулом» для «вторичных» эмоций является не внутреннее или внешнее воздействие, а сами эмоции, которые переживались ранее («первичные» эмоции). Причем, в ряде случаев такого рода, «вторичная» эмоция может быть даже более интенсивной, нежели «первичная», поскольку последняя, являясь непосредственной и, значит не всегда полной и адекватной, может и не вполне «оценивать» истинное значение того или иного события, объекта.

И лишь впоследствии – по прошествии времени это значение раскрывается более полно, что и обеспечивает большую интенсивность «вторичных» эмоций. Возможен, однако, и противоположный вариант, при котором «вторичные» эмоции менее интенсивны, поскольку

они подвергаются компенсации, рационализации, действию «психологических защит» (в особенности это относится к негативным эмоциям – не случайно в естественном языке существуют выражения типа «время лечит»). Именно с этих позиций сами эмоциональные процессы раскрываются как синтез одного из когнитивных процессов (памяти) и собственно эмоциональных процессов и в силу этой причины выступают как синтетические процессуальные образования, то есть как метапроцессы.

С собственно же процессуальной стороны они могут быть проинтерпретированы в свете данного механизма как один из видов метапроцессов в целом.

Общеизвестно, что эмоции как таковые вариативны по «хронологическому» принципу: они могут быть либо ситуативными, краткосрочными («сиюминутными»), либо надситуативными и репрезентируются феноменологически в форме, очень близкой к эмоциональным состояниям. Последние, хотя также являются «переходящими» – возникающими и редуцирующимися, но занимают относительно более длинные интервалы времени, выступая как некоторый «эмоциональный фон» (иногда для его обозначения используется термин «настроение»). Этот фон может быть представлен в разной «тональности», быть более или менее комплексным и по составу интегрируемых в нем парциальных эмоций, быть более или менее ярким и т.д. Однако, он практически всегда имеет место и является несомненной психической реальностью.

В простейшем случае он может быть представлен как континуум, на «полюсах» которого локализуются крайне негативные и крайне позитивные состояния. Однако, поскольку этот фон практически всегда имеет место и поскольку он поэтому «сопровождает» любую деятельность, поведенческую и коммуникативную активность субъекта, то возникающие в ее ходе все иные эмоции не могут им не опосредоваться; он не может не влиять на их характер – их репертуар, степень интенсивности, отношение к ним, форму протекания и др. Фактически, любая эмоция, взятая в реальном жизненном контексте, «в цепи» событий жизнедеятельности субъективно репрезентируется не прямо и непосредственно, не в своей исходной форме, а опосредованно – в «превращенной форме».

Очевидно, таким образом, что и эта – достаточно общая (а не исключено, – и универсальная) закономерность не только может, но и должна быть интерпретирована с позиций понятия метаэмоциональных процессов, поскольку сама ее суть состоит во взаимодействии и интерпретации двух эмоций – ситуативной и надситуативной. Столь же естественно и то, ясно что в основе такого взаимодействия должны

лежать определенные операционные средства, то есть процессуальные механизмы, которые также составляют, на наш взгляд один из видов метаэмоциональных процессов.

Раскрывая конструкт «метаэмоциональные процессы», нельзя оставить без внимания широко развернутые в настоящее время исследования по проблеме эмоционального интеллекта. Основным аспектом является то, что само понятие эмоционального интеллекта является тем – подготовленным всем развитием психологии эмоций и когнитивных процессов – конструктом, который, быть может, в наибольшей степени содействует как решению проблемы метаэмоциональных процессов, так и трансформации «структурно – морфологического» подхода изучения эмоций к иному – процессуально- динамическому подходу.

Мета-поведенческий шаблон. Просто поведенческий шаблон – это запрограммированная поведенческая реакция. Например, рефлекс моргания. Мета-поведенческий шаблон – это активация целой группы поведенческих реакций. А какая из них будет воспроизведена, зависит уже от конкретных стимулов, присутствующих в ситуации. Например, гнев облегчает отталкивание, удары, кусание и т. д.

Можно сказать, что весь поведенческий репертуар организма поделен на регистры. И каждая эмоция активирует один из этих регистров, одновременно тормозя другие. Строго говоря, в основе регистра лежат несколько типовых, прототипных реакций, например бег при страхе. Однако в течение жизни организма в регистр могут добавляться новые реакции, а старые – модифицироваться.

Набор – так называемых «базовых», то есть легко идентифицируемых объективно эмоций немного. А именно – 7, если верить Полу Экману, изучавшему этот вопрос экспериментально.

Базовые эмоции – это врождённые шаблоны, которые заданы от рождения и не нуждаются в обучении. Они характерны для большинства млекопитающих.

Рассмотрение различных эмоциональных явлений, отмечаемых в психологической литературе, дает основание говорить о том, что эмоциональная сфера человека имеет сложное многоуровневое строение и включает в себя (в порядке возрастания биологической и социальной значимости) эмоциональный тон, эмоции, эмоциональные состояния личности, чувства, в результате сочетания которых образуются эмоциональные типы людей.

Литература

1. Анохин П.К. Эмоции // Психология эмоций. Сборник статей под общ. ред. проф. И.Р. Дудич - М.: Академия, 2004. - 314 с.

2. Бажин Е.Ф., Корнеева Т.В., Эткинд А.М. Исследование образного уровня восприятия. // Вопросы психологии. 2004. 4. - С. 24 - 29.
3. Бреслав Г.М. Эмоциональные особенности формирования личности в детстве. - М.: Феникс, 2001. - 230 с.
4. Васильев И.А. Гуманитарная и естественнонаучная парадигмы в исследованиях эмоций. // Психологический журнал. - 2002. - 6. - С. 79-82.
5. Васильев И.А. Роль интеллектуальных эмоций в регуляции мыслительной деятельности // Психологический журнал. - 2001. № 4, С. 49-60.
6. Вилюнас В.К. Основные проблемы психологической теории эмоций. - М.: Наука, 2004. - 341с.
7. Карпов В.А. Психология познания: Метасистемный подход. М.: РАО, 2011.С. 428-437.

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ТРУДОМ У СПЕЦИАЛИСТОВ ПРОФЕССИЙ ТВОРЧЕСКОГО ТИПА

С. Л. Усова

Филиал Российского государственного социального университета
в г. Минске

Научный руководитель: Семёнова Е.М., к. пс. н., доц.

Удовлетворенность трудом в широком смысле понимается как эмоционально-оценочное отношение личности к выполняемой работе и условиям ее протекания. От удовлетворенности трудом, совершенствования форм его организации, гуманизации содержания зависит экономическая эффективность труда.

Удовлетворенность/неудовлетворенность трудом индивида тесно связана с его восприятием жизни в целом, самого себя как личности и коррелирует с его здоровьем (физическим и психологическим). Негативное отношение к работе может быть причиной абсентеизма и излишней мобильности на рынке труда.

Кроме этого, удовлетворенность/неудовлетворенность трудом зависит от того, насколько совместимы для человека ценности конкретного труда и потребности в нем. Среди наиболее важных ценностей, реализация которых способствует удовлетворенности трудом, отмечаются следующие: интерес к работе, удобопонятное и "прозрачное" вознаграждение за труд, благоприятные производственные условия и т.п.

А. Фернхем и М. Захерл (А. Furnham, М. Zacherl, 1986) обнаружили связь ряда личностных особенностей с различными видами удовлетворенности трудом. Люди с высоким уровнем нейротизма, как правило, испытывали значительно меньшую удовлетворенность объемом работы, которую они должны были выполнять, своими коллегами и зарплатой. Лица же с высоким уровнем психотизма были значительно менее удовлетворены своими руководителями, коллегами и характе-

ром работы. Экстраверты, в отличие от лиц с высокими показателями нейротизма, оказались удовлетворены зарплатой.

По сравнению с интровертами экстраверты более склонны выбирать творческие профессии. Так, В. В. Близнова и М. Н. Шевцов (1977) выявили у студентов отделения театральной режиссуры института культуры большую, чем у студентов университета, общительность. Л. Sterne с коллегами (L. Sterne et al., 1983) обнаружили, что экстраверты выбирают профессии с более высокими уровнями творчества и разнообразия. Они менее удовлетворены канцелярской, рутинной работой.

На удовлетворённость трудом творческой личности влияет множество факторов. Человек с творческой направленностью характеризуется высокой экспрессивностью, эмоциональностью, чувствительностью, нонконформностью, неприятием авторитетов, эмоционально сложным взглядом на жизнь; независимостью; гибкостью и оригинальностью мышления. Кроме этого, творческую личность часто отличает интровертированность и высокий нейротизм, что обусловлено сензитивными особенностями нервной системы. Психологи рассматривают творчество как высокий уровень мышления, которое является толчком к деятельности, "результатом которой есть созданные материальные и духовные ценности"[2].

Для творческой личности творческая деятельность является жизненной потребностью, а творческий стиль поведения - наиболее характерный. Человек, время от времени получающий новые результаты, представляет их окружающим. Поэтому, сталкиваясь с оценками полученных им результатов, он может сопоставлять самооценку и оценку результатов своего труда. Возникает вопрос соотнесения того и другого. В это время человек автоматически может переходить в позицию "ребенок" (по Э.Берну). Творческой личности свойственно восприятие оценок окружающих с позиции детской непосредственности. После вдохновения возникает желание поделиться успехом с окружающими. Однако чрезмерное обращение к оценке со стороны окружающих, как отмечает Е. И. Николаева, заставляет человека искать поощрения от окружающих вновь и вновь, перекладывает оценку результатов труда на них, что может быть не совсем адекватным. В то же время самооценка не должна быть оторванной от реальности, в том числе и от оценок окружающих. В прямую зависимость от отзыва самооценку тоже ставить не стоит, даже если в отзыв вносить поправки. Самооценка и восприятие оценок со стороны окружающих в этом случае взаимосвязаны.

Современные исследователи полагают, что удовлетворённость трудом является формой социализации и развития социальной иден-

тичности, она также стимулирует образование новых психологических свойств и качеств.

Литература

1. Ильясов, Ф.Н. Удовлетворенность трудом (анализ структуры, измерение, связь с производственным поведением) / Ф.Н. Ильясов; Под ред. В.Г. Андреевкова. Ашхабад: Ылым (Наука), 1988.
2. Гатанов, Ю.Б. Развитие личности, способной к творческой самореализации / Ю.Б. Гатанов // Психологическая наука и образование, - 1998. - №1 - С. 10 - 14.

РАЗРАБОТКА КОМПЬЮТЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СТИЛЕЙ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ МЕЖЭТНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

У. Баасанжав, Л. В. Ахметова, А.П.Клишин

Томский государственный педагогический университет

Научные руководители: Л. В. Ахметова, к.психол.н., доц., А. П.Клишин

Понятие «стиль учебной деятельности» в сфере психолого-педагогической теории и практики зарубежными и отечественными специалистами трактуется по-разному: а) с позиций когнитивных стилей; б) как множество стилей, проявляющихся в каждой отдельной ситуации обучения; в) как деятельность, формирующаяся под воздействием определенных педагогических технологий обучения и пр. Например, известный американский исследователь В.Стернберг связывает стиль учебной деятельности, в основном, с психофизиологическими и личностными ресурсами, которыми располагает человек в данный момент деятельности. Причем, в зависимости от содержания деятельности «используется» наиболее адекватный, с точки зрения эффективности деятельности, стиль [1]. В.Стернбергом разработана биполярная классификация, в которой стили обучения дифференцированы по следующим основаниям:

- по функциям: законодательный (свой способ, правила), исполнительный (использование уже придуманного), судебный (оценка);
- по форме: иерархический (рационализация), монархический (следует одной главной идеи), олигархический (борьба желаний), анархический (наугад);
- по уровням: глобальный стиль (расширение, обобщение), локальный (детализация);

- по областям: внутренний стиль (интроверт), внешний стиль (экстраверт);
- по тенденциям: консервативный стиль (традиционная деятельность), прогрессивный стиль (стремление к новому).

Широкую популярность имеет также концепция И.Олри-Луис, согласно которой личностные черты индивида, его тип поведения и содержание обучения в совокупности определяют стиль учебной деятельности. По мнению автора с личностными чертами индивида соотносятся конформный, независимый и социабельный стили; поведение рассматривается с точки зрения активности и рефлексивности; с содержанием обучения соотносится глобальный и локальный стили. В зависимости от ситуации, которая, в свою очередь, в большей степени определяется педагогическими методами обучения, стиль обучения может изменяться [2].

В отечественной психологии стиль деятельности определяется в основном совокупностью сенсорно-перцептивных, моторных и умственных целенаправленных действий. Индивидуальный стиль учебной деятельности рассматривается как определенное сочетание этих действий, реализуемых индивидуально-своеобразным способом в процессе деятельности. В.Д.Шадриков, Л.А.Карташева [3,4] включают в понятие учебного стиля деятельности когнитивную сферу личности, основными компонентами которой являются: а) целеполагание (по отношению к задачам образования, к конкретным учебным задачам); б) программирование деятельности (с постановкой вопросов Что?, Как?, Когда? и пр. для достижения поставленной цели); в) информационное обеспечение (база данных, личные знания и опыт, необходимые для освоения предметных, абстрактных знаний для самопознания). На основании различного сочетания когнитивных компонентов (целевых, программных, информационных) авторы различают три индивидуальных стиля обучения. 1. Результативный (информационная основа деятельности редуцирована, рамки исполнительской деятельности ограничены, программа деятельности не развивается, либо представлена слабо, ориентация на минимальный результат). 2. Результативно-нормативный (ориентирован на нормативный результат, развивают программу деятельности, информационное обеспечение представлено слабо). 3. Процессуально-вариативный или поисковый (ориентирован не на результат, а на процесс, на поиск различных способов деятельности, представлена информационная база, выстраивают различные программы деятельности, предпочтительны демократические способы учебного взаимодействия).

Можно и далее продолжить описание характеристик, составляющих особенности стилей учебной деятельности – этот список доволь-

но обширный. Ещё более широкий диапазон представлений специалистов о факторах, влияющих на формирование стиля учебной деятельности, о механизмах формирования стиля учебной деятельности. Однако, в целом, теоретический анализ трудов отечественных и зарубежных исследователей позволяет отметить, что большинство специалистов, в качестве оснований для классификации стилей деятельности используют психологические особенности деятельности человека, его поведение и его отношение к окружающей среде [5]. Нами выявлен ещё один аспект, объединяющий суждения специалистов о стиле учебной деятельности – это структура. Большинство исследователей (К.Гольдштейн, М.Шерер, В.Стернберг и др.) понимают стиль учебной деятельности как систему, имеющую биполярную структуру [6]. Не трудно заметить, что индивидуальный стиль деятельности во многом определяется индивидуально – типологическими регуляторными характеристиками, которые тоже имеют свою структуру, цель, мотивы и функционируют самостоятельно, но как единое целое в ответ на внешние и внутренние раздражители (Рис.1).

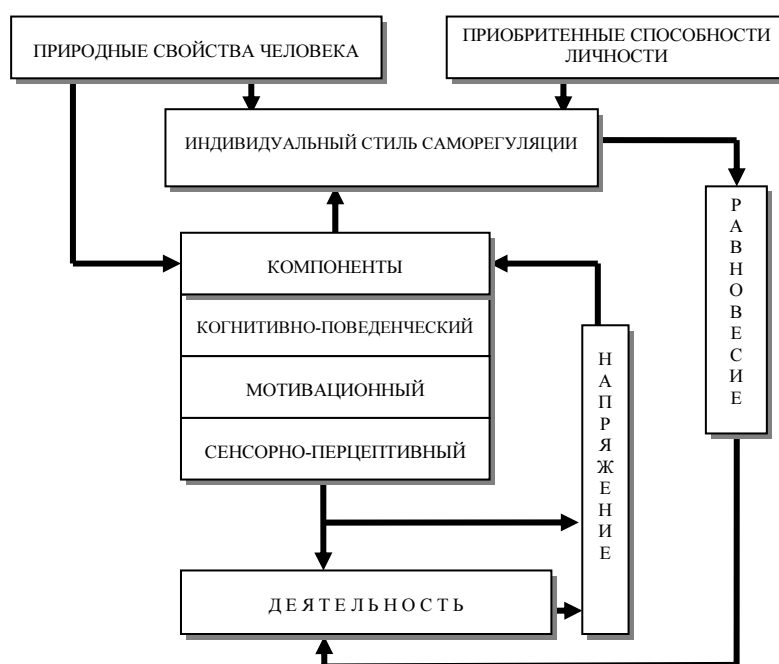


Рис. 1. Психологический механизм формирования стиля деятельности.

Итак, подводя итог теоретическому описанию классификации, структуры, психологии стилей учебной деятельности, можно заключить, что индивидуальный стиль деятельности – это интегральная система, основные компоненты которой представлены перцептивной, мотивационной, когнитивной составляющими. Природные свойства личности влияют на восприятие и когнитивную оценку ситуации.

Субъективные особенности восприятия существенным образом отражаются на эмоционально-мотивационных и когнитивно-поведенческих реакциях личности, которые проявляются непосредственно в ее индивидуальном стиле деятельности (рис. 1).

При разработке компьютерной программы, предназначенной для исследования стилей учебной деятельности иностранных студентов, обучающихся в российских ВУЗах, мы использовали определитель А.Грэгорка. Американский педагог А.Грэгорк разработал двухуровневую биполярную модель стилей учебной деятельности. Первый уровень включает конкретно – последовательный и конкретно – разбросанный стили деятельности. Второй уровень – абстрактно – последовательный и абстрактно – разбросанный стили [7]. Следует заметить, что, работа по созданию компьютерной программы, предназначенной для выявления стилей учебной деятельности, является очередным этапом в системе исследований, посвящённых изучению факторов, и механизмов предопределяющих и регулирующих деятельность человека. В более ранних работах нами было установлено, что индивидуальные половозрастные характеристики влияют на формирование стиля учебной деятельности [8,9]. Например, мальчикам-пятиклассникам с преобладающим конкретно-последовательным стилем деятельности (около 50%) необходимы четкие инструкции к выполнению заданий, продуктивность деятельности существенно возрастает в хорошо организованной учебной обстановке. Однако, в седьмом классе у мальчиков конкретно – последовательный стиль, существенно снижается (27,3%), чаще проявляется конкретно-разбросанный стиль, т.е. увеличивается потребность в самостоятельной, разноплановой, поощряемой часто связанной с риском деятельности (32%). У девочек же, наоборот, от пятого к седьмому классам наблюдается рост конкретно – последовательного стиля деятельности, который является преобладающим у женщин (40,4%) с низким уровнем пластичности в предметной и социальной деятельности. Женщины с высоким уровнем социальной и предметной пластичности как правило (64%) проявляют конкретно-разбросанный стиль деятельности [9]. Отсюда следует, что пластичность как одна из фундаментальных составляющих в структуре темперамента, играет существенную роль в формировании стилей деятельности.

Выбор методики А.Грэгорка для разработки компьютерной программы, не является случайным. Результаты исследования, полученные по методике А.Грэгорка, во-первых, согласуются с половозрастными индивидуально-психологическими особенностями, достоверно значимыми коррелятами которых выступают темпераментальные характеристики, направленность локуса субъективного контроля, ус-

пешная практика педагогической деятельности. Во-вторых, имеют высокую ретестовую надёжность. В-третьих, диагностическая процедура не является трудоемкой, экономна по времени, включает широкий возрастной диапазон.

Разработанная нами компьютерная программа для исследования стилей учебной деятельности на основе определителя А.Грэгорка имеет ряд преимуществ, призвана решать следующие задачи:

- возможность оперативно проводить групповое или индивидуальное исследование;
- возможность исследовать стиль учебной деятельности как российских, так и иностранных (монгольских) студентов;
- возможность коррекции методов обучения на основе данных исследования учебного стиля российских и иностранных студентов;
- возможность мониторинга стиля учебной деятельности с целью поддержания высокого уровня продуктивности учебной деятельности;
- возможность формирования базы данных, с целью научного исследования различных аспектов стиля учебной деятельности как интегрального образования;
- возможность формирования базы данных, с целью построения прогноза адаптации и уровня эффективности учебного взаимодействия.

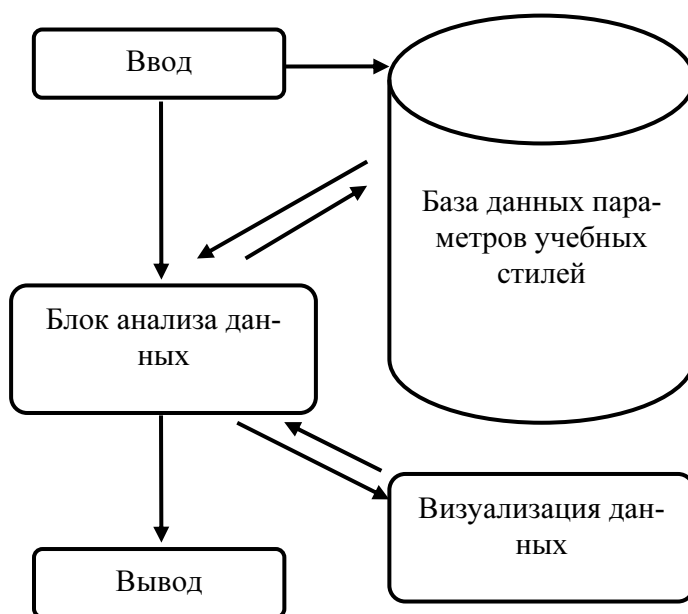


Рис. 2. Блок-схема работы компьютерной программы для исследования индивидуальных учебных стилей.

Для реализации компьютерной программы был выбран язык программирования Pascal, разработка осуществлялась в свободно распространяемой (GNU GPL), интегрированной среде Lazarus для компиля-

тора Free Pascal [10-13]. Lazarus содержит в сравнении с интегрированной средой Delphi, широкий набор визуальных компонент LCL. В настоящее время практически полностью поддерживает элементы интерфейса GTK1 и Win32. Рассматриваемая среда является средой для быстрой разработки приложений (RAD) и имеет собственный формат управления пакетами. Программы, разработанные в интегрированной среде Lazarus, поддерживаются в основных современных операционных системах: Linux, Microsoft Windows, MacOS, FreeBSD, что послужило еще одним важным фактором при выборе инструментария программирования.

Компьютерная программа реализована в виде локального приложения. В качестве СУБД используется свободно распространяемая mysql. Программное приложение оформлено в виде стандартного пакета с главной формой, из которого вызываются необходимые панели (Рис.3).

А понятие	В понятие	С понятие	D понятие
Объективный 3	Оценивающий 2	Чувствительный 4	Интуитивный 1
Педант 3	Исследование 1	Цветной 4	Не боится риска 2
Прочный 4	Качество 3	Некритикующий 2	Проникающий в суть 1
Практичный 3	Рациональный 1	Оживленно 2	Перспектива 4
Скрупулезный 2	Идеи 1	Осознать 4	Творческий 3

ДАЛЬШЕ

Рис. 3. Панель тестирования

В настоящее время реализована панель тестирования, с использованием которой производится тестирование в рамках проводимых нами исследований. На рассматриваемой панели тестируемый производит выбор из списка предлагаемых альтернатив, после чего данные заносятся в базу данных параметров учебных стилей. Отметим, что слова не могут быть оценены одним и тем же баллом в одной горизонтальной графе. В одной горизонтальной графе могут быть только разные баллы и в сумме они должны составлять 10 баллов.

После проведения процедуры тестирования результаты можно вывести на специальную панель (Рис.4), на которой представлены результаты статистической обработки соотношения индивидуальных стилей учебной деятельности. Полученные результаты поступают одновременно и в базу данных параметров учебных стилей.

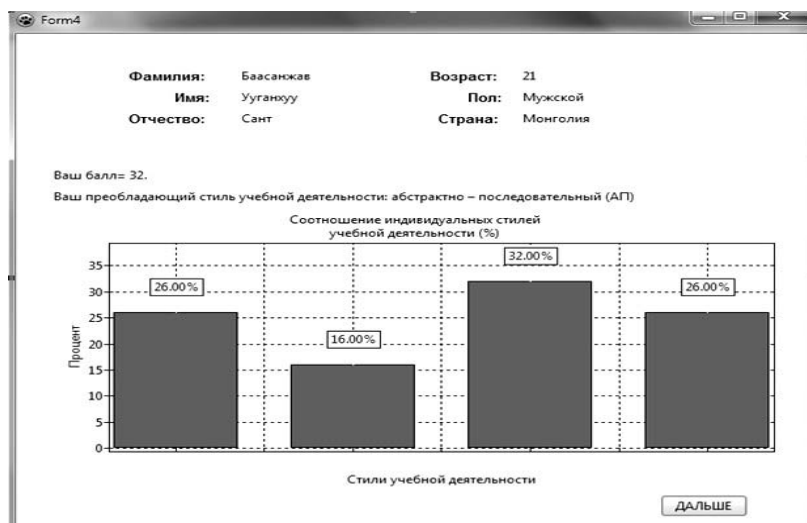


Рис. 4. Панель с выводом результатов тестирования

Разработанная компьютерная программа для исследования стилей учебной деятельности позволила автоматизировать процесс тестирования, сбора и обработки данных, связанных с параметрами учебных стилей. Применение компьютерной программы А.Грэгорка создает условия для исследования, мониторинга динамики адаптации к обучению в ВУЗе не только российских, но и иностранных студентов

Благодаря использованию современных информационных технологий стало возможным создать сетевой аналог программы, который в настоящее время проходит тестирование. В настоящее время компьютерная программа проходит апробацию на базе международной студенческой научно-образовательной лаборатории когнитивно-адаптивных технологий психологии образования при факультете психологии, связей с общественностью, рекламы. Томского государственного педагогического университета.

Литература:

1. Sternberg R.I. Mental Self-government; a theory of intellectual styles and their development, Human development, 1988, 31, p. 197 – 224.
2. Olry-Louis I. Les styles d'apprentissage; les concepts aux mesures. L'Anne Psychologique, 1995, p. 317 – 342.
3. Карташева Л.А. Определение индивидуального стиля обучаемого по содержанию – когнитивным компонентам деятельности. // Когнитивное обучение. - М., 1997. С. 267 – 276.
4. Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. - М., 1986.
5. Ахметова Л.В. Индивидуальный стиль деятельности и стратегия самостоятельной учебной работы / Материалы научно – методической конференции. Томск: ТГПУ. 2000. С. 168 – 174.
6. Goldstein K. and Scheerer M. Abstrakt and konkrete behavior: an experimental study with special tests. // Psychol. Monoqr., 1941. V. 53, N 2.

7. Дмитриев Г.Д. Всем сестрам по серьгам, или учебный стиль ученика: как с ним работать.// Пед. технологии .1998.№ 4.С.212 – 216.
8. Ахметова Л.В., Санталова А.А.Взаимосвязь локуса контроля и стиля учебной деятельности школьников 5 -7-х классов. 111 Сибирская школа молодого ученого. Материалы У региональной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых 25 – 28 декабря 2000 г., Т. 3. -С. 23– 26. Изд. - во ТГПУ, -Томск. - 2001.
9. Ахметова Л.В., Куклина Н.П.Взаимосвязь когнитивного стиля деятельности женщин с пластичностью их поведения. 1У Сибирская школа молодого ученого. Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых 17 – 19 декабря 2001 г. Том 3 Психология и педагогика. Часть 2. Томск, 2002.- С.160-165.
10. Алексеев Е.Р., Чеснокова О.В., Кучер Т.В. Самоучитель по программированию на Free Pascal и Lazarus - УНИТЕХ ДОНЕЦК 2009
11. Вопросы программирования и использования среды Lazarus <http://freepascal.ru/forum/viewforum.php?f=5>
12. Знакомимся: Free Pascal и Lazarus <http://www.winni.narod.ru/FPC/index.html>

РЕКЛАМА И PR В СОВРЕМЕННОМ КОММУНИКА- ТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

О. А. Аникина, Н. Б. Галашова

Томский государственный педагогический университет

В условиях обостряющейся конкуренции организации социально-культурного сервиса и туризма все активнее отслеживают эффективность своих затрат на рекламу. Традиционная реклама с каждым днём дорожает, а её отдача практически повсеместно снижается. В настоящее время люди перегружены рекламной информацией. Интенсивность рекламного шума с каждым днём растёт, и скоро достигнет критической отметки, когда на рекламу просто перестанут обращать внимание. Каждый видит и слышит в среднем 2000 рекламных сообщений в день. Исходя из этого, информационная конкуренция вынуждает организации социально-культурного сервиса и туризма искать иные способы воздействия на аудиторию, поэтому наиболее актуальным становится применение партизанского маркетинга [1]. Но в России этот опыт только внедряется, преимущественно услуги продвигаются традиционными средствами рекламы.

Цель данной статьи - показать возможности применения партизанского маркетинга в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Исходя из цели, можно выделить следующую задачу: обобщение опыта и характеристика методов партизанского маркетинга.

Партизанский маркетинг (*guerrilla marketing*) — это малобюджетные способы рекламы и маркетинга, позволяющие эффективно продвигать товар или услугу, привлекать новых клиентов и увеличивать свою прибыль, не вкладывая или почти не вкладывая денег. Поэтому партизанский маркетинг называют также «малобюджетным маркетингом» или «малозатратным маркетингом». Термин «*guerrilla marketing*» (партизанский маркетинг) ввел в оборот американский маркетинголог Джей Конрад Левинсон в 1951 году. «*Guerrilla*» в переводе с испанского языка – «партизанская война» [2].

К основным методам партизанского маркетинга можно отнести:

- Flashmob - мгновенная толпа

- Ambient media - размещение нестандартной рекламы в городской среде
- Viral Video - Вирусное видео в Интернет
- Viral Game - Вирусная флеш-игра
- People Ad - Размещение рекламного сообщения на людях
- Provocative - провокационный/эпатажный маркетинг
- WOM - реклама из уст в уста, «сарафанное радио»
- Проведение нестандартных акций/представлений [3]

Один из самых любимых «партизанами» способов передачи информации – это проведение акций. Например, немецкая авиакомпания провела первую в истории рекламы партизанскую акцию на борту самолета конкурентов. Основная идея акции - протест против платной услуги выбора места в самолете, из-за которой семьям, не имеющим возможность оплатить ее, приходится сидеть далеко друг от друга. Несколько пассажиров рейса изображали семью, которая вынуждена была общаться табличками, развлекая всех присутствующих на борту самолета. Представление заканчивалось табличкой «В следующий раз полетим рейсами авиакомпании Germanwings» [4].

Ярким примером нестандартной акции в туризме, можно назвать туристское агентство Regatta Expressen в Скандинавии. Его работники организуют театрализованные акции в офисах: например, в «египетские недели» клиента встречают одетые по всей форме египетские жрицы и в декорированном под дворец офисе. Затем клиента посвящают в жрецы.

Так же креативной является акция небольшого швейцарского туристского агентства. В ходе акции по городу было разбросано 5 000 кошельков, в которых лежали визитки агентства. Известно, что кошельки подбирают люди любопытные, склонные к авантюрам и риску – потенциальные клиенты туристического агентства. Попадание в целевую аудиторию оказалось близко к 100% [5].

Что касается, ресторанного бизнеса, то один из ресторанов в Японии Ikkatei Tabiji устраивает на глазах у изумленной публики танец осьминога в рисе. Заказанный клиентом, уже приготовленный к употреблению осьминог поливается соевым соусом. Затем за счёт химической реакции, происходящей на нервных окончаниях щупалец, осьминог начинает «танцевать». Необычные кадры снимают не только туристы, но и представители различных СМИ, демонстрируя их затем по всему миру.

Другой наиболее популярный метод – вирусное видео (Viral Video), распространение которого в Интернете приняло в настоящее время стихийный характер. Пользователи пересылают ссылку на «зацепивший» их ролик посредством ICQ, e-mail, сообщений в социаль-

ных сетях, таким образом, инициируется вирусное распространение. В 2007 году компания Competitrack проанализировала около четырех тысяч образцов вирусных интернет-кампаний с использованием видео и составила топ-10 брендов, наилучшим образом использующих вирусное видео в Интернете. В десятки лидеров оказалась реклама McDonald's для гомосексуалистов, которую на YouTube просмотрело более миллиона пользователей. Сюжет ролика прост: обыкновенный подросток сидит в McDonald's и рассматривает фотографию класса, вдруг звонит его телефон. «Я как раз думал о тебе», – говорит он. «Я тоже скучаю по тебе», – отвечает он, а затем говорит, что он должен идти. Тут как раз его отец подходит к нему с заказанной едой. Отец садится напротив сына и, видя, что сын рассматривал фото класса, замечает, что он в его годы пользовался большой популярностью у девушек. Папа смотрит на фотографию класса сына и говорит, что конечно «это очень плохо», что в классе его сына одни мальчики. Сын улыбается в ответ. После этого показывают лозунг компании: «Приходите такими, какие вы есть». Ролик получил одобрение от общественности и различных организаций [5].

Безусловно, у каждого явления есть свои плюсы и минусы, не исключение и вирусное видео. Очевидными достоинствами являются: во-первых, возможность получить хороший эффект при невысоком бюджете; во-вторых, отсутствие стоимости за размещение; в-третьих, неограниченный срок показа. Кроме этого, создаётся PR-эффект: люди добровольно публикуют информацию о ролике в блогах, форумах, инициируют обсуждения; спонтанные размещения в СМИ. Что касается минусов, то, во-первых, нет никаких гарантий того, что ролик станет вирусом и окупит затраты; и, во-вторых, нет возможности управлять запущенным вирусом.

Кроме вирусного видео, в Интернете пользуются популярностью вирусные флеш-игры (Viral Game), привлекающие потенциальных клиентов. Например, американский сайт Travelpod, на котором выкладываются новости туризма, акции турфирм, отзывы туристов об отелях и курортах, запустил интерактивную игру Traveler IQ, в которой можно проверить свои познания в географии. В игре 12 уровней. Вам даётся название города, острова или исторического места, а вы должны кликнуть по карте в том месте, где, как вам кажется, это находится. На карте появляются два флажка: один в том месте, куда вы кликнули, другой – там, где находится нужный город на самом деле. Затем вам сообщают, на сколько километров вы ошиблись. По статистике сайта в неё сыграло около миллиарда человек [6].

Особую роль в социально-культурном сервисе и туризме играет такой метод партизанского маркетинга, как «сарафанное радио», маркетинг слухов или вирусный маркетинг [7].

В ресторанном бизнесе, необычный слух пустил гамбургский ресторан. Он предлагает посетителям пиццу, которая помимо классических ингредиентов содержит кусочек настоящего золота весом 22 карата. Слухи о «золотой пицце», стоящей 30 евро, сделали заведение популярным, а сама она пользуется неизменным спросом у клиентов.

Так же удачным примером использования «сарафанного радио» можно назвать популярную в США сеть ресторанов, владелец которых тратил очень мало денег на рекламу, но, тем не менее, в его заведениях всегда было много гостей. Каждый раз, открывая новый ресторан, он устраивал в нем большой прием, на который приглашал всех парикмахеров города. Они вкусно ели, веселились за счет хозяина и в прекрасном настроении выходили на следующий день на работу. Затем в течение нескольких недель, как бы, между прочим, рассказывали посетителям о замечательном ресторане, где можно чудесно провести вечер.

Но, «сарафанного радио» не всегда даёт положительный результат и имеет несколько существенных минусов. Во-первых, его сложно контролировать. Во-вторых, слухи могут исказиться до неузнаваемости, реакция трудно прогнозируется, существует высокий риск заработать плохую репутацию. Кроме того, чтобы сообщение заинтересовало людей, оно должно быть оригинальным, иногда даже шокирующим. Лишь немногие решаются подавать свое заведение таким способом.

Ярким примером такого подхода служат нашумевшие скандалы, связанные с открытиями ресторанов «Тинькофф» в российских городах (имеется ввиду драка в Нижнем Новгороде: когда все главные СМИ написали, как Олег Тиньков запустил пивной кружкой в одного из посетителей, а потом оказалось, что владельца вообще не было в ресторане). Привлечение внимания общественности подобным способом - беспроектный, но рискованный ход для открывшегося заведения.

Самым распространенным методом партизанского маркетинга в России и за рубежом является размещение рекламного сообщения на людях (People Ad). Так, например, в Воронеже у входа в ресторан «Гулливёр» появился фантастически высокий человек, одетый, как герой сказки Дж. Свифта. Великан встречал и провожал гостей заведения, пресса отреагировала незамедлительно: в течение нескольких недель по местному телевидению шли репортажи о воронежском Гулливере, газеты пестрели фотографиями гиганта. В итоге ресторан пре-

вратился в местную достопримечательность и стал одним из излюбленных мест посещения для жителей и гостей города. А, по словам владельца, количество посетителей увеличилось на 35%. Стоимость же такой рекламы несоизмеримо меньше суммы, которую пришлось бы выложить за обычную рекламную кампанию [8].

Ещё одним методом партизанского маркетинга, набирающим обороты в настоящее время, можно выделить Flashmob. Флешмоб (от англ. flash mob, flash - вспышка; миг, мгновение; mob - толпа; переводится как «мгновенная толпа») - это заранее спланированная массовая акция, в которой группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия (сценарий), и затем расходится [9].

Ярким примером, демонстрирующим данный метод можно назвать американский ресторан Hot Dog on a Stick, который реализовал флешмоб работников ресторана. Действие происходит в обычный день, когда в ресторане обедают посетители. Внезапно начинает танцевать кассир и петь о своей работе в ресторане, затем к нему присоединяется уборщик ресторана и поёт о своей работе. Следом появляется охранник, менеджер, официант и т.д. По окончании действия все резко возвращаются к своей работе, как ни в чём не бывало. Посетители были обескуражены. Данный метод партизанского маркетинга сработал эффективно, запуская «сарафанное радио» о ресторане и вирусное видео в Интернете, т.к. посетители снимали флешмоб на камеры и распространили в сети. В результате, ресторан стал известен, значительно возросло количество посетителей и, соответственно, продаж.

В итоге, необходимо подчеркнуть, что партизанский маркетинг представляет собой абсолютный отказ от очевидного и истинного, требует нестандартных ходов, новизны решений, более того, достижения высоких результатов в, весьма стесненных, условиях, связанных с ограниченными финансовыми и человеческими ресурсами.

Таким образом, налицо положительная тенденция: партизанский маркетинг достиг той стадии развития, которая характеризуется переходом от традиционных, достаточно прямолинейных методов продвижения товара и услуг в социально-культурном сервисе и туризме к необычным, парадоксальным, основанным на хорошем креативе. Но наряду с этим возникает проблема партизанского маркетинга, которая заключается в том, что его сложно клонировать. Потому что каждое его проявление – это уникальное нестандартное решение. Воспроизвести и растиражировать однажды примененную идею здесь невозможно, поэтому партизанский маркетинг всегда будет оставаться яркой вспышкой на фоне традиции и идеальным средством воздействия на целевую аудиторию.

1. Партизаны рекламных боев // DV-reclama: сайт. Москва, 2005. URL: <http://www.dv-reclama.ru/others/articles/ID=8015> (дата обращения: 12.04.12)
2. Сообщество профессионалов в области маркетинговых коммуникаций // Re-port: Партизанский маркетинг, сайт. Москва, 2005. URL: <http://re-report.ru/articles/37088> (дата обращения: 14.04.12)
3. Классификация приёмов Партизанского Маркетинга // ReKmar: сайт, Новгород, 2007. URL: <http://www.rekmar.com.ua/marketing.statji.0008.htm> (дата обращения: 14.04.12)
4. Партизаны рекламы // Adme: сайт. Москва, 2011. URL: <http://www.adme.ru/kreativnyj-obzor/partizany-reklamy/> (дата обращения: 12.04.12)
5. Реклама McDonald's стала вирусным видео в Интернете // Skuku.net: сайт. Томск, 2010. URL: <http://skuku.net/32690> (дата обращения: 14.04.12)
6. Портал туризма // Travelpod: сайт, 2010. URL: <http://www.travelpod.com/traveler-iq> (дата обращения: 13.04.12)
7. «Сарафанное радио» XXI века в деловом туризме // Businesstravel: сайт, 2012. URL: <http://www.businesstravelrussia.ru/en/rata-news/sarafannoe-radio-xxi-veka-v-delovom-turizme> (дата обращения: 13.04.12)
8. Мастерская Партизанского Маркетинга. Партизанский маркетинг для ресторанов. 2009. URL: <http://www.m-pm.ru> (дата обращения: 12.04.12)
9. Флешмоб // Blogmob: сайт, 2011. URL: http://blogmob.ru/what_is_it/fleshmob_eto/ (дата обращения: 12.04.12)

РАЗВИТИЕ ДЕТСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ PR-ТЕХНОЛОГИЙ

И. А. Баскаков

Сибирский государственный аэрокосмический университет
им. акад. М.Ф. Решетнёва

Научный руководитель: А.В. Михайлов, к.фил.н., доц.

В настоящее время существует ряд социальных проблем, с которыми сталкивается современная Россия. Одно из первых мест, касательно молодёжи, занимает проблема снижения её общекультурного уровня и формирование активной гражданской позиции. Встаёт закономерный вопрос – кому этим заниматься? Логично, что без поддержки со стороны государства здесь не обойтись. Проводить данную работу (причём это должна быть комплексная система) необходимо в период становления человека, который происходит в школе. Человека и гражданина следует воспитывать с 1 класса, но более сложную работу в этом направлении надо проводить со школьниками 14-17 лет (когда ребёнок уже может отвечать за свои поступки и действия). Для того, чтобы создать комфортные условия для максимально полной социализации ребёнка в современном обществе, необходимо найти та-

кой механизм, который будет восприниматься ребёнком как удовольствие, а не как обязанность и в то же время будет выполнять свою функцию. Одним из таких механизмов может являться создание в школе детского общественное объединение.

Детское общественное объединение (ДОО) – это организация молодых граждан РФ, объединённых не только совместной целью, но и совместными интересами, ценностными ориентирами и увлечениями, а также совместной деятельностью по их продвижению, общественному признанию и популяризации.

Чтобы работа в ДОО велась эффективнее, необходимо ввести систему тьюторства для работы с учащимися в средних школах.

Тьюторство - это система наставничества и поддержки молодого человека, способствующая более эффективному распределению личностных ресурсов, самоопределению в профессиональном и культурном отношениях, формированию гражданской позиции.

Тьютор (в переводе с английского tutor) означает «домашний учитель, репетитор, (школьный) наставник, опекун». Главной функцией тьютора является организация посредничества между ребёнком и образовательно-культурным пространством, в котором он находится.

Данная социальная проблема выбрана именно сейчас далеко не случайно. В последнее время наблюдается увеличение числа детей, которым абсолютно неинтересен образовательный процесс и детей, за которыми нынешняя система образования не успевает (дети, которые в своём развитии опередили своих одноклассников). Всё это усугубляется зачастую отсутствием грамотной системы воспитания. ДОО и тьютор призваны помочь этим категориям детей. Для первых – найти им занятие по душе, то, в котором ребёнок сможет проявить себя, возможно раскрыть свои таланты. Тем самым тьютор снижает риски ухода таких детей в маргинальные слои общества. Для вторых, опередивших в развитии детей – создать индивидуальную образовательную программу по интересующим ребёнка дисциплинам (в том числе, находящимися на стыке наук). А работа в ДОО позволит ребёнку под присмотром «взрослого» (тьютор, он конечно, взрослый человек, но молодой, он ближе находится к школьнику, так как сам вчерашний школьник и знает все проблемы и «подводные камни») попробовать свои силы, участвуя в проектах, проводя социальные акции, обучаясь на тренингах и выездных школах.

Вопрос развития общественных связей здесь стоит очень остро. Школьники не пойдут в организацию, о которой ничего не знают или у которой репутация, что там, в лучшем случае, скучно. Поэтому необходимо формировать общественное мнение в пользу, во-первых, существования ДОО в школах, а во-вторых – их максимальной под-

держки и развития. Это будет способствовать увеличению количества участников организации и увеличению направлений деятельности: от небольших локальных школьных акций можно постепенно переходить на уровень проведения районных и/или городских мероприятий, включаться в региональные и федеральные проекты. И, проходя этот путь, участники организации будут лично расти, лучше говорить и держаться на публике, расставаться с закомплексованностью, будет повышаться гражданская позиция и общекультурный уровень, вслед за которым подтянется и успеваемость (потому что ребёнку просто будет стыдно учиться плохо).

Данные тезисы основаны на реальных примерах существующих ДОО в городе Красноярск. Детско-молодёжное общественное объединение «Актив 24» возникло как школьная организация в 2006 году. В 2011 г. оно стало лучшей детской общественной организацией Красноярского края. «Актив 24» входит в сеть регионального молодёжного общественного движения «Краевой школьный парламент» и является базовой организацией. Число школьников, желающих работать в организации с каждым годом увеличивается, более того, есть ребята, которые переводятся из других школ ради организации или обучаясь в других школах посещают все мероприятия. Этого эффекта удалось достигнуть при помощи грамотного построения коммуникационной составляющей работы ДОО как на внутреннюю (ученики конкретной школы, где базируется ДМОО «Актив 24»), так и на внешнюю (ученики других школ, организации-партнёры) аудиторию.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕТЕВОГО ВУЗА НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРСКОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА

С. Е. Шляпников, А. В. Жидков, Д. В. Балдина

Северский Технологический Институт НИЯУ МИФИ

Изучению социального института образования современными исследователями уделяется значительное внимание, так как наличие высшего образования сегодня становится одним из определяющих факторов успешной социализации личности.

Одна из наиболее актуальных проблем, которую ставят перед собой исследователи это социологическое сопровождение образовательных процессов в так называемых сетевых ВУЗов. Это ВУЗы, имеющие обособленные подразделения – «образовательные кластеры» во многих регионах страны. Благодаря большому количеству образовательных кластеров ВУЗы имеют большую сеть образователь-

ных и научно-исследовательских подразделений в разных регионах страны, в которую может быть включено большое количество учащихся.

Важнейшим аспектом развития такой образовательной системы является быстрая реакция на потребности рынка, основанная на усилении кооперации между подразделениями сетевых ВУЗов. И ключевым фактором при такой кооперации станет единая система социологического сопровождения образовательного процесса. За рубежом система социологического сопровождения высших учебных заведений развивается с 70-х годов XX века. Большое внимание этому вопросу уделяли такие известные исследователи как Coleman J., Passeron J., Bourdieu P., Mannheim K., Stuart W., Karier C., Esser H[1]. Западные исследователи считают центральной проблемой социологического и информационного сопровождения образовательных процесса «автономизацию» учебных заведений относительно государства и превращение их в коммерческие предприятия. Также, ведутся дискуссии относительно «независимости» школы и ВУЗов от государства, политики, господствующей идеологии — светской или религиозной, прогрессивной или консервативной. С 90-х годов при учебных заведениях стали создаваться службы социологического и психологического сопровождения, реализующие различные задачи прогнозирования, стоящие перед руководством ВУЗа:

1. Определение социальных приоритетов развития образования.
2. Определить востребованность различных направлений деятельности образовательных учреждений
3. Преимущества данного образовательного учреждения перед другими с точки зрения родителей
4. Мотивы ухода обучающихся, независимых от деятельности ВУЗа
5. Конкурентные преимущества учебных заведений[2]

В отечественной традиции также достаточно развито исследование перспектив развития образовательных учреждений. В частности, можно отметить работы Борисовой Л. Г., Добрыниной В. И., Вершловского С. Г., Григорьева С. И., Зборовского Г. Е., Зиятдиновой Ф. Г., Кухтевич Т. Н., Литовского В. Т., Матвеева В. В., Писарского П. С., Руткевича М. Н., Собкина В. С., Тумалева В. В., Урсу И. С., Ходячего Ф. З., Шуклиной Е. А [3]. и других специалистов по социологии образования и связям с общественностью. В работах российских исследователей ставятся такие проблемы социологического сопровождения как:

1. Уровень знаний, которым обладают учащиеся и студенты, все население страны
2. Обусловленность выбора профессии выбором образования
3. Удовлетворенность учащихся процессом получения знаний
4. Доминирующие жизненные стратегии учащихся

Для решения всего этого комплекса проблем сетевые ВУЗы разрабатывают специальные программы социологического сопровождения. В качестве примера можно рассмотреть деятельность специалистов Северского Технологического Института. Как указывается в Программе создания и развития Национального Исследовательского Ядерного Университета Московского Инженерно-Физического Института (СТИ НИЯУ МИФИ) на 2008-2017 годы, существенное значение для успешного развития имеют качественные преобразования и структура регионального рынка образовательных услуг.

Чтобы учитывать эти факторы в деятельности региональных представительств МИФИ считает необходимым на месте производить постоянный мониторинг образовательных и социально-экономических процессов тем или иным образом влияющих на развитии ВУЗа. Особое внимание в ходе реализации проекта будет обращено на ВУЗы и колледжи расположенные в городах, где предприятия атомной отрасли являются градообразующими. Эти населенные пункты в силу ряда социально-экономических, социально-демографических и социокультурных факторов представляют особый интерес для развития образования в атомной отрасли.

Актуальность развития информационного сопровождения в атомной отрасли также обусловлена следующими факторами:

1. Как приоритет в деятельности МИФИ обозначена интеграция науки и образования как фактор повышения эффективности образовательной деятельности
2. Непосредственная связь подразделений МИФИ с градообразующими предприятиями атомной отрасли и соответственно социокультурной средой «атомных» городов
3. Процессы системной модернизации в системе высшего образования требует комплексного преобразования всей системы управления высшим образованием с внедрением элементов мониторинга качества и приоритетных направлений развития[4]
4. Необходимость выбора эффективной управленческой стратегии в сложившихся социально-экономических условиях
5. Повышение престижа гуманитарного образования среди жителей «атомных» городов приводит к необходимости выяв-

ления факторов повышающих интерес молодежи к техническому образованию

6. Структурные подразделения университета, размещенные в регионах в непосредственной близости от промышленных площадок Росатома, подвергаются значительному конкурентному давлению со стороны мощных образовательных комплексов (СФУ, ТПУ), давно присутствующих в регионе.

В рамках проекта предполагается создание информационно-аналитических центров в каждом ВУЗе, являющемся центром образовательного кластера. В Северском Технологическом Институте уже осуществлено несколько исследований по выявлению структуры предпочтений абитуриентов. На основе проведенных социально-психологических исследований осуществлена сегментация целевых аудиторий, на которые направлена работа специалистов ВУЗа:

1. Студенты. Представляют собой важнейших носителей общественного мнения, сначала в качестве студентов, затем выпускников. Основой эффективного взаимодействия со студентами является свободное общение между администрацией и студентами. Студенты свободно взаимодействующие с администрацией, работа с которыми ведется в рамках индивидуального подхода станут преданными выпускниками, формирующими положительное мнение о СТИ НИЯУ МИФИ у общественности. Поэтому создание профкома и других организаций объединяющих студентов и преподавателей – первоочередная задача.
2. Профессорско-преподавательский состав. Играть решающую роль в образовательном процессе и управлении, а также представляют СТИ НИЯУ МИФИ во внешней среде. Однако они нередко остаются в стороне от решения вопросов, связанных с общественной работой или эффективным представительством института в других организациях и значимых мероприятиях. Поэтому, необходимо последовательное формирование корпоративной культуры ВУЗа, четкое понимание преподавателями и сотрудниками своей миссии, вовлечение в различные формы совместного взаимодействия и досуга наряду со студентами.
3. Выпускники. Большинство учебных заведений стремится добиться лояльности и сотрудничества с успешно реализовавшимися выпускниками. Такое взаимодействие обеспечит не только возможности для трудоустройства, но и укрепит корпоративную культуру за счет создания особой культуры выпускников СТИ НИЯУ МИФИ. Необходимо создавать и

поддерживать ассоциацию выпускников, которая может стать очень ценным ПР-ресурсом.

4. Бизнес. Успешное взаимодействие с бизнесом – это успешное трудоустройство выпускников и востребованность научно – исследовательских работ. Многие учебные заведения обращаются к бизнесу для создания взаимовыгодных отношений. Формы взаимодействия необходимо определить исходя из конкретных перспективных целей СТИ НИЯУ МИФИ. Это могут быть именные стипендии, стажировка и трудоустройство студентов. Необходимо привлекать профильных специалистов и в качестве экспертов относительно организации и содержания учебного процесса. Практика должна определять конкретное содержание учебного процесса.
5. Администрация Северска. Взаимопонимание и поддержка проектов СТИ НИЯУ МИФИ администрацией – одна из важнейших задач ПР. Необходимо постоянно отслеживать законопроекты в области образования, принимаемые администрацией, и оперативно реагировать на них, настаивать на экспертном участии в их разработке. При помощи администрации возможно лоббирование своих интересов и в городских организациях, непосредственно ей подчиненных.
6. Средства Массовой Информации. Сведения из института в СМИ поступают по различным каналам – студенты, родители, преподаватели являются источниками неофициальной, а возможно и негативной информации. Официальная информация, как правило поступает от администрации. ПР должен обеспечить устойчивый канал коммуникации, поставляющий СМИ положительную имиджирующую информацию. Необходимо всегда иметь четкую точку зрения по тем или иным вопросам, которую можно оперативно предоставить журналистам.
7. Родители. Представляют собой группу живо заинтересованную делами учебного заведения. У родителей абитуриентов необходимо формировать положительный имидж СТИ НИЯУ МИФИ поскольку, в силу некоторых социально-психологических причин выбор специальности и ВУЗа делают именно они, а не абитуриенты. Возможно проводить в школах родительские собрания с участием преподавателей и студентов СТИ НИЯУ МИФИ, проводить экскурсии по институту для родителей. Кураторам групп необходимо также поддерживать отношения с родителями, как инструментом

воздействия на студентов с девиантным поведением, неуспевающих по учебным курсам и т.д.

8. Абитуриенты. Поиск потенциальных абитуриентов возможен через образовательные и патриотические программы проводимые СТИ НИЯУ МИФИ. Студенты, в первую очередь обучающиеся по специальности «Социальная работа» могут стать помощниками школьной администрации в организации и проведении патриотических и благотворительных акций. Это не только формирование положительного образа СТИ НИЯУ МИФИ у абитуриентов, но и еще одна форма самоорганизации студентов. Совместно с родителями абитуриенты могут участвовать и в экскурсиях и «Днях открытых дверей». Особый упор в информировании следует сделать на высоко конъюнктурных специальностях.

Подводя итог, можно сказать, что для сетевого ВУЗа сегодня особую значимость приобретает информационно – аналитическое сопровождение, предполагающее как разработку и осуществление информационной политики ВУЗа, так и проведение социально-психологических исследований. Для осуществления информационно-аналитического сопровождения образовательной деятельности, при сетевых ВУЗах необходимо создание единого информационно-аналитического центра, способного решать данные задачи. В рамках деятельности данной структуры необходима реализация следующих направлений:

1. Анализ рынка образовательных услуг в регионах, в которых расположены подразделения сетевого ВУЗа
2. Определение перспектив трудоустройства специалистов в атомной отрасли в соответствии с социально-демографической и социально-экономической ситуацией в регионах
3. Ведение статистики причин отказов в трудоустройстве выпускников ВУЗов
4. Определение прогнозов социально-экономической и социально-демографической ситуации как основы для планирования набора
5. Определение имиджевых характеристик и основных направлений позиционирования сетевого ВУЗа в регионах.
6. Составление планов развития персонала сетевого ВУЗа

Список литературы

1. Abbott A. Department and discipline: Chicago sociology an one hundred. – The University of Chicago Press: Chicago and London, 1999. - 243 p.
2. Мешков А.А. Основные направления исследования инноваций в американской социологии // СОЦИС. – 1996. – № 5. – С. 117-121.
3. Осипов А.М. О развитии отечественной социологии образования. – Материалы II Всероссийский социологический конгресс (Москва, 30 сентября - 2 октября 2003г.) - <http://lib.socio.msu.ru/l/library>
4. Кабалина В.И., Сидорина Т.Ю. Предприятие – город: трансформация социальной инфраструктуры в период реформ // Мир России Том VIII. – 1999. – № 1-2. – С. 167-198.

СТРАТЕГИЯ СОБЛАЗНЕНИЯ В РЕКЛАМЕ

Ж. О. Земец, Н. А. Камарова

Томский государственный педагогический университет

Реклама является артефактом прогресса цивилизации и, несомненно, отражает его тенденции. Цивилизация привела человечество ко множественным трансформациям в различных сферах жизни, а также к переосмыслению человеком многих вещей. Снятие запретов и отмена прежнего уклада жизни сделали из прежнего индивида человека – потребителя не только в отношении товаров и услуг, но и в отношении к другим, и как это не парадоксально, к самому себе. Субъектом современного общества является человек – потребитель, т.к. ценностная доминанта этого общества - бесконечное и нескончаемое потребление. Реклама является одним из основных инструментов, вовлекающих человека в потребление. Специфика рекламы, с одной стороны, демонстрировать вещи, указывать на преимущество перед другими, т.е. основываться на реальности вещи, его прагматической функциональности. С другой стороны, вещи не обладают изначальной безупречностью, их необходимо приукрашивать. Дополнительная привлекательность рекламируемого объекта становится стратегией соблазнения потребителя, которая часто используется в рекламе.

Таким образом, реклама стремится завлечь, создать игру вокруг товара, соблазнить и обольстить потребителя.

Слово «соблазн» имеет разные смысловые пласты. Ядром семантического поля является «нечто прельщающее, влекущее, искушение» (Ожегов), но в центральные смыслы входит и понятие «приманка», т.е. обман, лишение предметной сущности вещи и наделение ее несуществующей. Такая трактовка соблазна представлено в работах Бодрийера и концептуально связано с идеей симулякра, которую в

первую очередь осуществляет реклама. Реклама виртуализует объекты, субъекты и саму реальность. Все становится симулякрами.

Инструментами соблазнения может выступать речь. В философии выделяется два вида текста: текст-удовольствие и текст-наслаждение (Р.Барт). Действительно, с помощью слов человек соблазняет других, словами прикрывается истинное, выдается нечто иное, обманное. Соблазняющая реклама обеспечивает удовольствие от текста, включающего слов – намеков побуждающего характера, вызывающие сильные эмоции и ощущения, например: наслаждайся, почувствуй, желай. Не менее важным компонентом речевого соблазнения является голос: его окраска, тембр, интонация. К примеру, реклама французских духов J'adore, где американская актриса Шарлиз Терон демонстративно избавляется от украшений и роскошного платья, оставив на себе лишь самое драгоценное: аромат. Чувственность героини ролика подкрепляется томным голосом, искушающее – соблазнительной интонацией, низким тембром, которые в комплексе создают ощущение притягательности и шарма. Так тема рекламного сообщения, озвученная подобным образом создает слуховой соблазн.

В качестве инструментов соблазнения выступают и одежда, запах. Но, пожалуй, наиболее часто используемым в рекламе становится тело.

Тело человека есть соединение физического и духовного.

Тело как физическая материя - явленность, заполняющая определенную часть пространства, туловище, корпус. Телом человек наделяется при рождении и не каждый обладает тем телом, которым бы хотел обладать. Поэтому в философию вводится понятие телесности. Отличие телесности от тела заключается в том, что телесность есть продукт нашего строения тела. т.е. Мы сами вправе создавать то тело, которое хотим, изменять физически, внутренне. Примером может служить бодибилдинг, основанный на построении идеального тела. Телесность – еще и явленность духовная, личностная. как духовное тело является обладателем темперамента, характера, неповторимого своеобразия, таланта и иных предрасположений. Духовное тело проявляет в себе множественность чувств, мыслей, суждений и целеполаганий .

В современной рекламе тело выступает только как физический объект. Так, реклама шампуней, кремов, парфюмерии или диетических хлопьев, использует образы роскошных женщин, тем самым обещает покупательницам такое же прелестное тело при приобретении товара. Подобная стратегия соблазнения прекрасным телом другого основывается на представлении, что тело в современном обществе стало объект меновой стоимости. Красивое тело гарантирует получение статуса, материального благополучия, социального одоб-

рения. И инструментом достижения такого тела являются рекламируемые вещи.

Тело в рекламе объект двойственного воздействия. С одной стороны, тело – объект тщательной заботы: его нужно лечить, за ним нужно ухаживать. С другой стороны, тело – объект агрессии. Оно никогда не станет окончательно совершенным, поэтому посредством рекламируемых объектов его нужно менять, совершенствовать.

Превалирование тела только как физического в рекламе позволяет по отношению к нему совершать приемы деконструкции. Реклама представляет отдельные части тела, части совершенные, которые потребитель может получить, покупая те или иные вещи. В итоге в современной рекламе складывается следующая ситуация. Любой человек посредством рекламы может выбирать понравившиеся чужие части тела и конструировать свое совершенное тело.

Но парадокс заключается в том, что конструируя тело, потребитель конструирует только физическое тело, игнорируя при этом духовную, эмоциональную специфичность тела или тела, часть которого была заимствована и использована в составлении совершенного тела

Таким образом, реклама предлагает потребителю «мертвое», лишенное духовных интенций тело.

Но возникает вопрос о возможности соблазна таким телом. Тело в рекламе чаще всего предстает в доминирующем ракурсе – обнажение. Обнажение должно способствовать вызыванию эротических фантазий у потребителя, желание такого тела. Понятное дело, что достигнуть такого тела возможно лишь приобретя то, что продает реклама. Но тело только как физическое тело или как отдельные части тела создают необычный вид соблазна. Тело красиво, но не живое. Потому что тело только как физика есть особое состояние тела – трупное, inferнальность тела усугубляется тем, что оно может выступать как расчлененное. И тогда соблазн в рекламе с использованием тела выступает как вид особого любования, влечения, соблазнения тела, а именно некрофилическое соблазнение.

Литература

1. Бодрийяр Жан. Соблазн: - М.: AD MARGINEM, 2000. – 306с.
2. Грин Роберт. Искусство обольщения для достижения власти: справочный материал. - М.: Рипол Классик, 2006. – 308с.

ЗНАЧЕНИЕ РЕКЛАМЫ В СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. М. Зинина

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Г. А. Добрынина, ст. преподаватель

Реклама страховой компании в СМИ является важной и неотъемлемой частью продвижения предложений и услуг конкретной фирмы: она призвана ознакомить потребителя непосредственно со страховым продуктом, повысить престиж страховой компании в глазах потребителя, подтолкнуть потребителя к совершению конкретных действий – обращению к страховщику за информацией, приобретению страхового продукта. Таким образом, перед ней ставятся *три основные задачи*: изменить представление целевой аудитории о конкретной страховой компании, ознакомить покупателя со страховыми услугами, изменить поведение потребителей в пользу конкретной фирмы.

Целевая аудитория рекламы в СМИ – это потенциальные и фактические страхователи, общественные организации, власти, широкое общественное мнение. Страховая реклама в СМИ должна быть простой, краткой и понятной.

Какие цели преследует страховщик размещением своей рекламы в СМИ? Это может быть продвижение новой гаммы страховой продукции, рассчитанной на определенный сегмент рынка, повышение престижа торговой марки в глазах общественного мнения и т.д.

Какие СМИ наиболее подходят для донесения информации до целевой аудитории? Необходимо определиться как с типом СМИ (телевидение, пресса, радио), так и с их статусом – национальный телеканал, региональная радиостанция или газета и т.д. Выбор осуществляется на основании анализа предпочтений потребителей на конкретном рыночном сегменте, уровня доверия к конкретным средствам информации, а также широты их распространения.

Каков план рекламной кампании? Страховщик должен выделить бюджет, выбрать оптимальное распределение средств между СМИ, определить частоту, ритм и сезонное распределение рекламы, а также требования к ней. Нужно предугадать, какие рекламные аргументы имеют наибольшие шансы на успех.

Каково предполагаемое соотношение прироста страховой премии? На заключительном этапе планирования рекламной кампании предполагается оценка ее экономической эффективности. Это исследование может проводиться на основании тестирования и иных способов определения рыночной реакции на продукт. Если тестирование показывает, что рекламная кампания не даст намеченного результата, ее стратегию лучше изменить с учетом полученных результатов.

Реклама является способом стимулирования продаж, и ее распространение в страховом секторе демонстрирует его рост в экономике, а также появления конкуренции.

Современная страховая реклама в прессе и на телевидении практически полностью относится к имиджевой и нацелена на создание определенного образа процветания и защиты. Каналами распространения имиджевой рекламы страховщика помимо СМИ могут стать публикации книг, съемка фильмов и другие подобные действия, направленные на предоставление потребителю так называемого «не-страхового продукта», например, учебника или справочника, изданного под торговой маркой компании.

Имиджевая реклама страховщика и укрепление престижа его торговой марки особенно важны для компаний, занимающихся прямыми продажами страховой продукции.

Основные виды рекламной продукции, применяемые в практической деятельности страховых компаний: широко используется *печатная реклама* (проспекты, каталоги, плакаты, листовки). Каталогные издания рекламируют конкретные виды страховых продуктов и услуг. Также одним из распространенных средств раскрутки компании является сувенирная реклама. Большое распространение получила рекламная упаковка. Страховые договора, заключенные в компании, упаковываются в папки с фирменным логотипом. В подарок клиенты могут получить ручки, зажигалки, записные книжки, пакеты, календари с фирменным знаком страховой компании.

Наружная реклама является эффективным средством, поскольку она рассчитана, прежде всего, на восприятие широкими слоями населения. Из всего многообразия ее видов компании чаще всего используют различные щиты, транспаранты, фирменные вывески. В связи с тем, что наружная реклама в большинстве случаев воспринимается на значительном расстоянии во время движения (в транспорте или на ходу), она представляет собой, как правило, краткие и выразительные сообщения. В художественном оформлении этих рекламных материалов крупно выделяются основные элементы фирменной символики (товарный знак, фирменной блок и цвета). Рекламные щиты и транспаранты размещаются на основных транспортных магистралях. Последние привлекают своей яркостью – они натянута над проезжей частью и поэтому лучше всего читаемы людьми, находящимися в транспортных средствах. Транспаранты содержат информацию об офисах продаж, а также адреса, контактные телефоны и телефаксы, электронный адрес, сайт компании.

Широкое распространение получила реклама в прессе. По объему затрат она уступает лишь телевизионной рекламе. Промоушн в газе-

тах дешевле телевизионного. Но и качество воспроизведения здесь обычно не такое высокое, поэтому размещенные в прессе рекламные объявления часто менее привлекательны. Макет, как правило, начинается с фирменной символики предприятия, затем следует рекламный текст. Основная текстовая часть, набранная шрифтом помельче, подробно, но не многословно излагает суть рекламного обращения. При рекламировании страховой продукции компании часто используют объявления в виде прайс-листа, то есть с конкретными ценами на текущее число. Но этот вариант хорош тогда, когда цены явно ниже, чем у конкурентов, либо проводится какая-то акция. В конце приводится контактная информация: адрес, телефон, факс, сайт, адрес электронной почты. Рекламу фирмы в Сибири можно встретить почти во всех газетах, например «Автомир», «Кемеровский вестник», «Томский вестник», «Томская неделя», «Телесемь» и др., что неудивительно, ведь на эти деньги живут многие издания.

Радио и телереклама являются, пожалуй, самыми массовыми по охвату аудитории. Они конкурируют с другими средствами массовой информации, постоянно развиваясь и совершенствуясь. Самая распространенная реклама на радио – объявления, зачитываемые диктором. Сибирские страховые компании рекламируются на популярных радиостанциях «Европа плюс», «Авторадио», «Хит-ФМ», «Динамит» и пр. Что же касается ТВ-раскрутки, то она при всех преимуществах (массовый охват аудитории, оперативность, эффект присутствия и участия) является средством достаточно дорогим и имеет тенденцию к росту расценок. Телеролики компаний Сибири можно увидеть на каналах «Первый», «Россия-2», «СТС», «ТВ-2», «ТНТ» и др.

Фирменный стиль страховой компании – важный составной элемент, создающий имидж предприятия для его деловых партнеров и потребителя. *Он проявляется:* в фирменных вывесках, указателях проезда, оформлении офисов, приемных и служебных помещений, спецодежды персонала. При использовании наружной рекламы следует иметь в виду, что, как правило, основной функцией ее объектов является подкрепление и дополнение рекламы, размещаемой в других средствах массовой информации, путем напоминания о марке товара и названии фирмы.

Еще одним важным элементом системы маркетинговой коммуникации, широко используемым при осуществлении комплексной рекламной деятельности, является «паблик рилейшнз», задача которого заключается в создании и сохранении имиджа фирмы. *Для этого используют следующие приёмы:* пропаганду, отклики прессы, спонсорство, участие в выставках и ярмарках, разработка и поддержание фирменного стиля. В настоящее время PR развивается стремительно и

в «маркетинговом наборе» оценивается как сложный, самостоятельный, эффективный и весьма практичный инструмент крупных и влиятельных компаний. Он используется фирмой с целью расширения круга потенциальных покупателей, получения ими широкой информации о товаре.

Большое значение играют шрифт и заголовок рекламного издания. Цель заголовка – привлечь внимание к информации, помещенной в текстовой части. Практика социологических исследований в области рекламы показывает, что в большинстве случаев неприемлемо применение в заголовках глаголов повелительного наклонения типа «заклучайте», «оформляйте», «переоформляйте», «страхуйте», а также слов «надежно», «выгодно», «удобно», которые воспринимаются читателями как слишком навязчивые. Шрифт рекламного текста должен помочь читателю понять идею рекламы, выделить наиболее важные аргументы в пользу заключения договора страхования именно с этой компанией.

За последние годы в связи с обострением конкуренции на рынке практика зарубежного бизнеса выработала новые, более совершенные средства привлечения потенциальных страхователей. К числу таких средств относятся выставки, шествия, цирковые представления, спортивные соревнования и многое другое. Вводятся специальные приемы стимулирования продаж страховых полисов в виде премий, профессиональных конкурсов. Проведение специальных рекламных мероприятий способствует престижу, популярности страхового общества и росту его бизнеса. Рассмотрим эффективные способы поддержания контакта с клиентами, позволяющие увеличить объем реализуемых услуг.

1. Адресная рассылка.

Эффективность этого канала напрямую зависит от следующих факторов:

- а) достоверность адресной базы;
- б) качество используемых презентационных материалов;
- в) активность менеджера по продажам, «отрабатывающего» контакты. Нужно подчеркнуть, что адресная рассылка дает наибольшую отдачу, если используется не как самостоятельный инструмент, а как вспомогательный этап активных продаж.

2. Проведение обучающих семинаров-презентаций для потенциальных клиентов.

Семинары должны включать в себя следующие необходимые элементы:

- а) рассказ о продукте и о тех задачах, которые он помогает решить;

- б) демонстрация демо-версии;
- в) выступление «довольных клиентов», рекомендации;
- г) возможно, некая культурно-развлекательная завершающая часть.

В числе обязательных элементов: раздача презентационно-сувенирных пакетов, а также кофе-брейки и заключительный фуршет.

3. *Реклама на мониторах в местах массового скопления людей* – молодой и быстро растущий сегмент российского рекламного рынка. Ее лучше использовать как дополнение к другим рекламным носителям, чем как основной рекламный канал для продвижения массового продукта/бренда. Вместе с тем реклама на мониторах обладает своими уникальными свойствами и является эффективным дополнением к другим каналам коммуникации с потребителем.

Литература:

1. Добровольное страхование: О. В. Кузнецова — Москва, Юрайт, 2008 г.
2. Зубец А. Н. Маркетинговые исследования страхового рынка. М.: Центр экономики и маркетинга, 2011.
3. Макеева Д.Р. Маркетинговые стратегии в области страхования жизни. Цюрих, 2010.
4. Уэльс У., Мориарти С., Бернетт Дж. (пер. с англ. В. Кузин) Реклама: принципы и практика: учебное пособие. – Спб: ПИТЕР, 2009.
5. Теория и практика страхования: Учеб. пособие. М.: Анкил, 2011.
6. Климова М.А. Московский государственный университет печати. Страхование. Учебное пособие. – <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook111/01/part-006.htm>
7. Дручек Т.П. Страхование. Санкт-Петербург, Академия, 2009.
8. <http://www.allinsurance.ru/>

ИМИДЖ КАК ИНТСРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА Г. ТОМСКА

А. М. Зинина, Н. Б. Галашова

Томский государственный педагогический университет

Корпоративный имидж в сфере театрального искусства проявляется специфично, поскольку продается продукт коллективного творчества и одновременно обеспечивается эстетическое и духовное развитие личности. Театральный коллектив создает особую художественную «продукцию», спектакль, которой нельзя найти аналогов в других видах деятельности.

Процесс формирования имиджа должен быть целенаправленным и управляемым, т.к. в противном случае имидж может сформироваться в сознании общественности стихийно, что негативно влияет на разви-

тие организации. В условиях, когда появляются новые коммерческие учреждения, оказывающие подобные услуги, растет конкуренция и формирование имиджа в сфере культуры становится необходимостью. Формирования имиджа учреждений культуры, так же как и коммерческих организаций, осуществляется с помощью рекламных и PR-мероприятий.

Корпоративный имидж имеет большое значение для всех предприятий, ведь от того, как компания заявила себя на рынке, зависит отношение к ней потребителей, средств массовой информации, правительственных и неправительственных структур. Именно поэтому как крупные предприятия, так и те, кто только начинает свою деятельность, занимаются мониторингом общественного мнения, стремясь сформировать о себе благоприятное впечатление. Согласно одному из существующих определений, корпоративный имидж - это образ организации в представлении групп общественности. Этот образ можно разложить на многие составляющие: внутренние корпоративные связи, внешний имидж и репутацию компании, её взаимодействие с клиентами и многое другое. Гармоничное сочетание этих компонентов гарантирует успех продвижения и утверждения компании на рынке, а также позволяет удерживать положительный корпоративный имидж [2].

В результате проведенного анализа были выявлены формы продвижения Театра драмы. Традиционно драматический театр использует такие инструменты продвижения как собственный сайт с информацией на нём о текущих спектаклях, а также возможностью приобретения билетов он-лайн. Существует реклама в СМИ (радио, телевидение, газеты), баннеры, афиши. Также проводятся творческие встречи, на которых администраторы рассказывают о театре, показывают небольшой фильм о Театре и видео-нарезки из самых популярных спектаклей. До 2003 года в штате театра не было специалистов по рекламе и PR, все функции возлагались на отдел по маркетингу. В настоящее время в Театре есть менеджер по рекламе, который занимается заказом баннеров и печатной продукции, а также пишет рекламные тексты.

Слабым местом в работе маркетингового отдела театра является недостаточная исследовательская база: исследования, проводимые отделом по работе со зрителем, являются несистематическими и носят нерепрезентативный характер. Не разработан план рекламных и PR-мероприятий, их использование носит в основном стихийный и единовременный характер, кроме того, эти мероприятия не согласуются между собой, так как в театре не существует единой коммуникативной стратегии.

Для оценки имиджа театра было проведено анкетирование по восприятию имиджа Театра Драмы г. Томска посетителями театра –

фактически они и составляют лояльную аудиторию и являются одной из целевых групп получателей услуг театра. В анкетировании в общей сложности приняло участие 100 человек, из которых 67 женщин и 33 мужчины.

На первый вопрос анкеты, касающийся того, как давно респонденты посещают Томский Театр Драмы, были получены следующие результаты: 16% являются посетителями Театра менее 1 года, 42% опрошенных посещают Драматический Театр от 1 до 3 лет, 18% - от 3 до 10 лет и 24% являются посетителями данного культурного учреждения уже более 10 лет.

На вопрос «Как часто Вы посещаете театр?» были получены такие ответы: 27% опрошенных ходят в Театр один раз в месяц и чаще, 34% - 2-3 раза в месяц, один раз за полгода посещают Драматический Театр 16% опрошенных, один раз в год и реже посетителями Театра являются 19%, 1 человек зашёл в Театр случайно и 3 человека затруднились ответить на поставленный вопрос.

Ассоциации с Томским театром Драмы у большинства опрошенных возникали следующие: значимая часть культурной жизни города, главный театр города, интересное место отдыха, торжественный холл, где царит спокойная и приветливая атмосфера, большое старинное здание, идея для приятных выходных с молодым человеком, есть куда отправить родителей (билеты - хороший подарок для пары), прекрасные постановки и хорошая игра актёров, отличное место, «пища для ума», обогащение души, эмоции, размышление, культура, развитие, искусство высшей пробы. Однако не абсолютно у всех респондентов сложились положительные ассоциации с Театром Драмы, 1 человек отметил, что «на безрыбье и рак рыба»: когда во всех театрах города смотреть нечего, то выбираешь тот театр, в котором кресла удобнее, т.е. Драматический Театр.

Репертуар Драматического Театра оценивается посетителями так: 47% опрошенных абсолютно довольны репертуаром, большинство - 71% сказали, что в целом их устраивает репертуар, 3% отметили, что репертуар Театра Драмы им не нравится, другие 3% респондентов затруднились дать ответ на этот вопрос.

На вопрос «Что бы Вы хотели изменить в репертуаре Театра Драмы?» 32% опрошенных пожелали видеть в репертуаре больше классических постановок, 11% же хотят увидеть современные интерпретации классических произведений, большинство респондентов – 46% отметили, что в репертуаре должны быть разные спектакли, удовлетворяющие различные вкусы зрителей, ориентированные на разные социальные группы, например, молодежь, 8% абсолютно довольны

тем, что есть, 3% желают видеть на сцене Томского Театра Драмы больше камерных спектаклей.

Информацию о текущих спектаклях большинство опрошенных получают из интернета, сайта Театра Драмы и афиш возле Театра. Примерно одна пятая часть респондентов получают информацию о спектаклях от друзей и знакомых, а также из газет. 7 человек отметили, что черпают такую информацию непосредственно на афишах в здании Театра и 7 человек знакомятся с такой информацией на стендах в учебных заведениях, 4 человека узнают о текущих спектаклях от распространителей билетов Театра Драмы, которые ходят в различные организации.

В одном из вопросов анкеты были предложены 11 высказываний, которые нужно было оценить по пятибалльной шкале (1-совершенно не согласен, 5-полностью согласен). Все опрошенные поставили наивысшую оценку высказыванию о том, что Драматический Театр удобно расположен в городе. Почти все респонденты согласились с тем, что Театр - прекрасное место для культурного времяпрепровождения. Немного меньше баллов получили следующие утверждения о Драматическом Театре: «Всегда интересные спектакли», «Позволяет задуматься о смысле жизни», «Репертуар регулярно обновляется». Ещё чуть менее популярными оказались такие высказывания: «Активно рекламируется», «Мы получаем достаточно информации о театре из СМИ», «Слишком высокие цены на спектакли», «Время от времени я посещаю сайт театра». Меньше всего баллов набрали высказывания о том, что в Драматическом Театре представлены постановки известных режиссеров и то, что в наши дни Театр стал скучнее, чем раньше.

Респондентам было предложено ответить на вопрос: «Что необходимо предпринять администрации театра, чтобы Ваше пребывание в театре было более комфортным?». 22% хотели бы улучшить работу буфета (увеличить количество продавцов, мест в буфете, качество обслуживания), 19% - улучшить работу гардероба (увеличить число работников в гардеробе, качество обслуживания) и большинство-34% желают видеть в холле театральный реквизит (элементы оформления сцены, костюмы и т.п.), 9% подчеркнули, что пребывание в Театре им доставляет огромное удовольствие, 4 % респондентов добавили, что было бы здорово приглашать современных, молодых режиссёров и 2% отметили, что не нужно бояться эпатировать публику.

Возраст респондентов, принявших участие в анкетировании, распределился следующим образом: 25% - молодые люди и девушки в возрасте до 25 лет, 27% - молодые люди и девушки в возрасте от 25 до 35 лет, 21% - женщины и мужчины в возрасте от 35 до 50 лет и 27% - это посетители театра в возрасте от 50 лет и старше.

Начальное, неполное среднее образование у 9% опрошенных, 28% - респонденты со средним, среднее специальным образованием и большинство – 63% люди с высшим, неоконченным высшим образованием и получают высшее образование в настоящее время.

Род деятельности респондентов: 34% - студенты, учащиеся, 21% - пенсионеры, 17% - руководитель предприятия, предприниматели, 9% являются работниками сферы обслуживания, 5% - безработные, временно неработающие люди. Помимо этого 4% являются банковскими работниками, 3% заняты в сфере PR и рекламы и 1 человек – пресс-секретарь крупного учреждения.

Таким образом, можно отметить, что проведенное исследование позволяет оценить существующий имидж Драматического Театра. Даже по мнению постоянных посетителей, имидж театра удовлетворительный, но не вполне позитивный – репертуар ориентирован не на всю публику, большинство зрителей желают расширить число и интерпретацию театральных постановок, приглашать больше современных, молодых режиссёров и актёров, смотреть не только классические произведения, но и современные.

Используемые в работе театра рекламные и PR-коммуникации практически не участвуют в формировании благоприятного имиджа. Следует отметить, что проведенное исследование следует рассматривать как пилотное, в дальнейшем предполагается проведение репрезентативного исследования по оценке имиджа Театра Драмы жителями г.Томска (массовый телефонный или поквартирный опрос по случайной выборке), что позволит выявить восприятие имиджа театра значительно более широкой аудиторией.

Литература

1. О государственной поддержке театрального искусства в РФ. Постановление правительства РФ от 25 марта 1999 г. №329 (с изм. от 23 дек. 2002 г.)// Гарант.
2. Алёшина И.В. Корпоративный имидж – стратегический аспект// Маркетинг в России и за рубежом. 1998. №1. с.5-8.
3. Категории корпоративного имиджа компании [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.psychology.ru/library/1400> (дата обращения: 26.03.2012).

СТРАТЕГИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАЗРЕШЕНИИ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ В ФУТБОЛЬНОМ КЛУБЕ «ТОМЬ» В 2011 ГОДУ

Н. В. Ковалевская

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева

Научный руководитель: А.В. Михайлов, к.филол.н., доц.

Определений кризиса в научной литературе много, и это связано с тем, что каждая наука, рассматривает кризис по-своему. В большинстве определений под кризисом понимается затруднительное положение, непредсказуемая ситуация и проблемы, обострение противоречий, прекращение нормального процесса, что может угрожать жизнестойкости, стабильности и в целом существованию организации. Но, несмотря на то, что кризис чаще всего ассоциируют с негативным явлением, с другой стороны, кризис может предоставить потенциальную возможность выйти на новый уровень развития организации, которая успешно преодолела кризисный период.

Существуют различные классификации кризисов. Такие специалисты в области связей с общественностью, как С. Блэк, С. Катлип, Э. М. Коротков утверждают, что кризисы могут быть неожиданными. В научных трудах Н. Д. Кондратьева, А. С. Ольшевского, Д. Ньюсом, М. Б. Горкиной говорится о том, что кризисы происходят не спонтанно, а системно, с некоторой периодичностью. Исходя из последней точки зрения, менеджмент и пресс-служба клуба могут предугадать появление кризиса, выработать единый план действий и PR мероприятий в ходе кризиса и минимизировать последствия кризиса, которые могут негативно сказаться на репутации клуба.

По мнению профессора А. Н. Чумикова, специалист по коммуникациям должен осуществить ряд информационно-технологических действий, направленных на достижение доверия к организации для преодоления состояния, угрожающего существованию предприятия, его репутации [1,с.146].

Федотова М. Г. также подчеркивает важность антикризисных связей с общественностью в сохранении репутации компании, столкнувшейся с кризисом. Согласно точке зрения Федотовой М. Г. антикризисные связи с общественностью включают в себя, прежде всего, коммуникативную составляющую, и их целью является стабилизация репутации компании.

До наступления кризиса специалист по связям с общественностью должен продумать максимальное количество причин, которые могут спровоцировать кризис, установить контроль всех коммуникативных

каналов, посредством которых целевые аудитории компании получают о ней информацию и провести антикризисный мониторинг. Наличие или отсутствие доброжелательных отношений пресс-службы организации со СМИ может сыграть важную роль в разрешении кризисной ситуации, так как внешние целевые аудитории компании о ходе развития кризиса узнают чаще всего через СМИ.

Кроме этого, специалист по связям с общественностью должен разработать четкую антикризисную программу, в рамках которой должен быть разработан детализированный сценарий действий и должны быть составлены шаблоны PR текстов (пресс-релизы, приглашения на пресс-конференции), которые будут разосланы СМИ в период кризиса. Кроме этого, должен быть выбран ньюсмейкер - авторитетный, уважаемый человек от лица компании, который будет честно говорить об истинных причинах кризиса, о шагах, предпринимаемых сотрудниками компании для выхода из него.

В случае наступления кризисной ситуации необходимо дать проблеме имя, т. е. предложить собственную версию происходящего, пока этого не сделали противники [2,с.219]. Принципы, которыми должен руководствоваться специалист по связям с общественностью в случае наступления кризиса - говорить всё полностью и без промедлений и действовать быстро и аккуратно.

Таким образом, несмотря на то, что предотвратить наступление кризиса специалист в области связей с общественностью не может, он может предпринять ряд шагов, которые позволят преодолеть кризис в кратчайшие сроки и выйти из него с наименьшими потерями.

Клубный спорт, как и другие сферы человеческой жизнедеятельности, не застрахован от кризисов, поэтому роль эффективных антикризисных связей с общественностью, как и антикризисного менеджмента, безусловно, важны для любого футбольного клуба. Футбол, как самый массовый и популярный вид спорта, в России считается спортом №1. Но при этом есть огромное количество факторов, которые могут спровоцировать начало кризиса. Так с кризисом может столкнуться спортивная команда, например, в связи с травмами ведущих игроков или уходом тренера. Причиной кризиса в команде вполне может стать неудачно сыгранный матч или затянувшаяся серия поражений.

Кроме этого, никакой спортивный клуб не застрахован от катастроф. Начиная с 1949 года более 380 спортсменов, включая спортивных журналистов и представителей спортивных клубов, погибло в авиа-, ж/д - и автокатастрофах.

Кризис может развиваться в стенах одного клуба в связи с недофинансированием или по причине неумения клуба зарабатывать само-

стоятельно. Для некоторых российских клубов главный источник финансового благополучия – могучая госструктура. Где-то расходы команды по-прежнему висят грузом на региональном бюджете [3,с.10]. Клубы, представляя собой мыльные пузыри и искусственно созданные образования, остаются сегодня вне экономического поля России [4,с.14].

Зачастую следствием неважной финансовой политики клуба, отсутствием прибыли становится расформирование команды и ликвидация целого клуба. Только за последние два года прекратили своё существование футбольные клубы «Москва», «Сатурн», «Жемчужина-Сочи». В 2011 году проблемы с деньгами в Премьер-лиге испытывали «Томь», «Крылья Советов», «Волга», «Нижний Новгород», «Ростов», «Спартак-Нальчик», «Амкар». В первом дивизионе заявляли о проблемах во владимирском «Торпедо», «Шиннике», «Балтике», «КАМАЗе», «Енисее» [5,с.16].

Отсутствие спонсорской поддержки, отсутствие договоренностей с болельщиками, местными властями, жителями населенного пункта, где базируется клуб, низкая продаваемость спортивной атрибутики, сувенирной продукции, участие представителей клуба в околофутбольных скандалах могут стать поводами для развития кризисной ситуации. Кроме этого, кризис может возникнуть в клубе, например, в случае кадровых перестановок.

Кризис может получить развитие и во всем виде спорта. Такие проблемы, как насилие, хулиганство, расизм, низкая посещаемость игр, низкие рейтинги спортивных телетрансляций, несовершенное законодательство в проведении соревнований затрагивают всю футбольную систему и, к сожалению, носят затяжной характер.

Сегодня в России всё отчетливее виднеется кризис взаимоотношений клубов с болельщиками, и проблема с бытовым хулиганством окончательно выходит из-под контроля, а ведь «фанаты являются главным потребителем футбола, его сердцем и даже экономикой» [6,с.16].

Проблема хулиганства, в свою очередь, тесно связана с расизмом, так как часто у болельщика легко смывается грань между клубным «патриотизмом» и «национализмом». Создание психологического портрета фаната поможет понять причины проявления жестокости среди болельщиков. Присутствие конфликтных менеджеров и стюардов на матче способны уменьшить проявление агрессии фанатов. Постоянный диалог представителей клуба с фанатскими движениями позволит вовремя выяснить причины их возможного недовольства, выслушать пожелания активных болельщиков и предотвратить конфликты болельщиков с клубом.

Проявление насилия, хулиганства и расизма болельщиками во время просмотра спортивных соревнований на стадионах напрямую влияет на посещаемость футбольных матчей. Средняя посещаемость матчей в России составляет 12250 человек. Это лишь 8-ое место в рейтинге по посещаемости европейских лиг. 1-ое место принадлежит Германии, где посещаемость матчей - 42665 человек, что почти в четыре раза больше по сравнению с показателями России, 2-ое место занимает Англия (35294), 3-ее место принадлежит Испании (28221).

Проблему низкой посещаемости матчей поможет решить тесное сотрудничество таких подразделений клуба, как отдел маркетинга, рекламы, PR, отдел по работе с болельщиками и пресс-служба. Специалист по связям с общественностью должен понимать потребности болельщиков, которые уже есть у клуба, и потребности болельщиков потенциальных. Проведение маркетинговых и социологических опросов поможет выявить интересы болельщиков, узнать их пожелания и т.д. Проведение PR-акций или специальных мероприятий в день матча позволяет увеличить количество зрителей. Организация клубного музея, матч-туров, магазинов спортивной атрибутики позволяют увеличивать интерес к самому клубу, к его истории, к его достижениям.

Несмотря на то, что в России 46 миллионов человек интересуются футболом, рейтинги футбольных трансляций неумолимо падают. Так интерес к матчам главной команды страны упал на 36% по сравнению с предыдущим квалификационным турниром, интерес россиян к просмотру на телеэкранах центральных матчей туров Премьер-лиги за последние пять лет (2007-2011 гг.) уменьшился на 64%. Решить проблему низких рейтингов телетрансляций спортивных матчей может организация собственного телевизионного канала.

Кроме этого, сегодня можно говорить и о назревающем кризисе футбольного законодательства, так как, например, организаторы и участники договорных матчей, зачинщики беспорядков на стадионах чаще всего остаются безнаказанными.

Разрешение любого из вышеперечисленных кризисов должно быть системным, комплексным. На разрешение некоторых из них может уйти несколько лет. Немаловажную роль играет изучение зарубежного опыта в решении данных проблем.

В 2011 году один из клубов Премьер-лиги ФК «Томь» столкнулся с кризисом, причиной наступления которого стало отсутствие налаженных взаимоотношений с такими целевыми аудиториями клуба, как спонсоры, СМИ, представители власти и жители Томска. Для налаживания взаимоотношений с данными группами общественности пресс-службой клуба были предприняты следующие шаги: оперативная организация пресс-конференций с топ-менеджерами клуба, доведение

официальной позиции клуба посредством комментирования кризисной ситуации представителями «Томи» в СМИ, постоянное обновление новостей на официальном сайте ФК «Томь». Был организован городской митинг в поддержку томского футбольного клуба. Кроме этого, пресс-служба осуществляла постоянный мониторинг СМИ, отслеживала мнения о клубе в социальных сетях и блогах. Пресс-службой и другими подразделениями «Томи» поощрялись инициативы Клуба болельщиков, футбольных школ и других спортивных организаций в поддержке клуба. Организация постоянного потока позитивных новостей, борьба со слухами, нейтрализация негативных поводов в сети Интернет имели не меньшее значение в преодолении кризиса.

Безусловно, в преодолении многих кризисных ситуаций, с которыми сталкиваются спортивные клубы, первостепенную роль играет государственная власть, например, в лице министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ. Но и сами спортивные клубы, осознавая наличие проблем в спорте, могут выступать с инициативами улучшения различных аспектов спортивной сферы, быть инициаторами обсуждения проблем, а их пресс-службы и отдельные представители — высказывать в СМИ точку зрения об их решении.

От своевременных и эффективных действий сотрудников пресс-служб зависит имидж клуба, и главная задача специалиста по связям с общественностью – не делать вид, что кризисной ситуации нет, наоборот, заранее распланировать примерные действия, которые будут приниматься в случае наступления кризиса. Действовать агрессивно и быстро, взаимодействуя с внутренними подразделениями клуба – отделом маркетинга, отделом по работе с болельщиками, юридическим отделом, высшим руководством и т.д., — а также с внешними аудиториями, мнение которых учитывается общественностью, когда клуб оказывается в кризисе – СМИ, официальные и неофициальные клубы болельщиков, властные структуры, лидеры мнений, известные болельщики и т.д.

Литература

1. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью. Паблик рилейшнз. М.: Дело, 2001. 232 с.
2. Гундарин, М.В. Книга руководителя отдела PR. СПб.: Питер, 2006. 365 с.
3. Сергеев, Д. В рейтингах финансовой устойчивости мы еще долго не увидим российских клубов // Футбол как дело, 2011. № 3. С. 10.
4. Наумов, Н. Как я руководил «Локомотивом» // Советский спорт-Футбол, 2011. № 35 (378). С. 14-15.
5. Малосолов, А. Безденежье // Российская газета, 2011. № 5623. С. 16

6. Зарудный, П. Давайте без фанатизма // Российская газета, 2011. Федеральный выпуск № 5644 (268). С. 16.

РЕКЛАМА В СФЕРЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

А. С. Котович

Кузбасский государственный технический университет имени

Т. Ф. Горбачёва

Филиал ГУ КузГТУ в г. Новокузнецке

Научный руководитель: Т.Л. Лейниш, к.п.н., доцент.

Реклама, как всем известно, двигатель торговли. Однако, это требует доказательств. Реклама прочно вошла в жизнь каждого современного человека. Она окружает нас повсюду: с телевизионных экранов, со страниц газет и журналов, транспорта, баннеров на улицах и автомобилях. Широкий и бурный информационный поток уносит потребителя в океан услуг и товаров. Например: «Fanta. Вливайся!» или «Rich. Жизнь - хорошая штука. Как ни крути».

Реклама выступает неотъемлемым условием успешной конкуренции. С одной стороны, она содержит в себе определенную информацию, а с другой – служит ориентиром для потребителей. Реклама - это система мер целенаправленного воздействия на потребителя, формирующая и регулирующая движение товара и услуг на рынке.

Кроме того, реклама не даёт рынку застаиваться. Ведь только с помощью рекламы новый производитель может получить доступ на уже сформировавшийся рынок. Реклама способствует конкуренции, обеспечивает доступ на рынок новых производителей, оживляя и расширяя сам рынок товаров и услуг.

Конкуренция – это не просто экономическая категория. Она входит в число основных человеческих потребностей. Многочисленные социологические исследования показали, что наибольшее удовлетворение при достижении успеха или определенных целей человек испытывает не в условиях «свободы от погони за успехом», но при победе над соперниками. Как нельзя исключить конкуренцию из повседневной жизни человека без ущерба для его личности, так нельзя исключить конкуренцию и из экономики без ущерба для последней.

Конкуренция и реклама не могут существовать друг без друга. Занимаются рекламой и такие государственные институты и организации, как политические партии, профсоюзы, религиозные объединения, армия и даже само государство.

В конечном итоге это цель любой экономики, любого народного хозяйства. Современный туризм также невозможно представить без

рекламы. Это настолько емкий и многоаспектный вид рыночной деятельности, что его часто выделяют в самостоятельное направление.

Средства, применяемые в рекламе, очень разнообразны. Информация воздействует на потребителя на сознательном и бессознательном уровне. Для этого используются и сложные технические средства, и работа специалистов-психологов. С одной стороны, работая в сфере услуг, специалист должен владеть техникой подачи информации, с другой, необходимо быть крайне осторожным, имея дело с психоэмоциональной стороной личности и общества. Предлагая туристические услуги, мы должны знать методы воздействия рекламы и средства мотивации потребителей.

Тотальное воздействие рекламы на всех потребителей невозможно, и её главной задачей является поиск потребителей, готовых принять новые сведения. А это предполагает определение мотивов и желаний потребителей.

По мнению американского психолога А. Маслоу, использование потребностей базового уровня (биогенных) дает наибольший результат – это потребности в еде, питье, здоровье, безопасности, комфортности жилища и т.д. Далее при удовлетворении базового уровня потребностей появляется более высокий уровень - желание созерцать прекрасное: искусство, архитектуру, природу и т.д. И это не может не учитываться в рекламе туристических услуг. Так, турфирмам, рекламируя свои услуги, необходимо органично сочетать воздействие на разные уровни мотивации, рекламируя прекрасное, обеспечивать подсознательное чувство безопасности и комфорта у клиентов.

Как правильно построить рекламный текст? Во-первых, он должен привлекать внимание. Это может быть яркое, оригинальное высказывание, то, что привлечет внимание. Например: «Indesit. Мы работаем, вы отдыхаете».

Во-вторых, рекламный текст обязательно должен вызвать интерес у потенциального клиента. Обычно интересы связаны с неудовлетворенными потребностями, осознанными или неосознанными. Например, «Нельзя умереть, не увидев Париж!» или «Отдохнуть – не работать!»

В-третьих, реклама формирует желание удовлетворить свою потребность, осуществить мечту. На подсознательном уровне это действует на человека так: «Как не хватает мне для счастья именно этого!». Например: «L`Oreal. Париж. Ведь Вы этого достойны!»

В-четвёртых, рекламный слоган внушает, что желание можно легко осуществить, например: «798-98-98. Семь цифр Вашего умопомрачительного отдыха».

Все эти правила построения рекламы важны и неразрывны, так как являются единым психологическим процессом.

Сравним для примера две рекламы и проанализируем способы подачи информации (рис. 1 и рис. 2).



Рисунок 1 – реклама турфирмы «Нева»

МАКСИМУМ Туристическая фирма **Максимум**
Тел. 547-06-60, 547-06-61
г. Сергиев Посад, пр. Красной Армии, 171 (гост. «Загорск»), оф. 331

МАЙСКИЕ ПРАЗДНИКИ

С-Петербург 30 апреля - 4 мая - 6800 руб 7 - 11 мая - 6800 руб	Для тех, кто думает о своем здоровье: <i>Санатории в Белоруссии:</i> «Буг» - 16100 руб (14 дн.) «Криница» - 13200 руб (12 дн.), «Белая Русь» - 16000 руб (12 дн.) <i>Санатории в Подмоскowie:</i> «Ерино», «Дорохово», «Ершово»
Брест-Беловежская пуца - 4800 руб (2 дн.)	
Н. Новгород-Дивеево - 6300 руб (3 дн.)	
Дом отдыха «Подмосковье» - 4200 руб (3 дн.)	
Лунево на Волге – 3200 руб (4 дн.)	
Сан. «Зеленый городок» в Иваново - 4000 руб	
КАЗАНЬ	15-18 мая – 4 000 руб

Рисунок 2 – реклама турфирмы «Максимум»

На рисунке 1 предложено неожиданное решение с мягкой и пушистой текстурой, оригинальное сочетание национального орнамента и самолета, качественная бумага и печать останавливают взгляд. На рисунке 2 выбор цветовой гаммы ассоциируется с низким качеством.

Первый рисунок содержит компактную информацию, с ключевыми словами: «хорошее настроение», «семейный курорт», что в сочетании с рисунком вызывает приятную ассоциацию праздника. На втором рисунке - большое количество информация, каждая строчка в которой старается перекричать другую, отбивает желание дочитать до конца. Желательно, чтобы такие материалы были хорошо иллюстри-

рованы: объемный текст без иллюстраций не производит должного впечатления.

При взгляде на рисунок 1 возникает подсознательное желание уютного семейного праздника: Нового года, Рождества в новой сказочной атмосфере. А вот рисунок 2 – это пример рекламы, которая не вызывает доверия и не формирует желание.

Реклама на рисунке 2 содержит запоминающиеся реквизиты, фирменную символику, логотипы солидных деловых партнеров, что обещает гарантию отличного отдыха. Авторы рекламы на рисунке 2 стараются привлечь низкой ценой. Но это неубедительно. Правильней было бы, низкую стоимость тура сделать приятной неожиданностью при оформлении путевки.

Следовательно, реклама, как и любой другой вид маркетинговых коммуникаций, играет важную роль в реализации стратегии туристской фирмы. Она оказывает социально-культурное и психологическое воздействие на общество. Цивилизованная реклама – это не манипулирование общественным сознанием, а формирование актуальных, направленных на саморазвитие потребностей человека. Реклама дает потребителю новые знания, опыт, усиливает удовлетворенность от покупки. В наши дни, когда темпы развития туристской рекламы в России значительно отстают от темпов развития самого рынка туристских услуг, расширения ассортимента и роста конкурирующих фирм, проблема качества создания, внедрения и востребованности такой рекламы, несомненно, является актуальной. Рекламная деятельность необходима для формирования положительного имиджа турагентства, для возникновения доверия со стороны потребителей. Значит, для продвижения туристических услуг необходимо организовывать эффективную рекламную деятельность. Исходя из этого, мы можем говорить о том, что рекламная деятельность нацелена, прежде всего, на оказание влияния на потребителя туристических услуг, а, следовательно, она оказывает неоценимую роль в развитии туристического бизнеса.

Литература

1. Геращенко, Л. Психология рекламы : учеб. пособие [Текст] / Л. Геращенко. – М. : АСТ ; Астрель; Владимир: ВКТ, 2008. – 299 с.
2. Денисон, Д. Учебник по рекламе [Текст] / Д. Денисон, Л. Тоби – Минск : СЛК, 2006. – 320 с.
3. Дурович, А. П. Реклама в туризме [Текст] / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2003. – 312 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] / Н. С. Морозова – М., 2003. – 336 с.

5. О рекламе [Текст] : федер. Закон Рос. Федерации : [от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ]. – URL : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=116655>. – Загл. с экрана.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕРЧАНДАЙЗИНГА ПРОДУКТОВЫХ СУПЕРМАРКЕТОВ Г.ТОМСКА

В. М. Лупак, Н. Б. Галашова

Томский государственный педагогический университет

Розничная торговля является важным звеном на рынке товаров. На современном этапе развития рынок розничной торговли представлен большим количеством торговых точек различного типа. Одним из наиболее распространенных видов розничной торговли на сегодняшний день являются магазины-самообслуживания, т.е. супермаркеты [1].

Основной целью супермаркета является привлечение наибольшего количества покупателей, переключение их внимания от конкурентов. В большинстве случаев данная задача решается с помощью установления сравнительно низких цен. Однако существует и другой фактор, а именно имидж супермаркета, создание которого осуществляется с помощью рекламы [2].

Прямая реклама является мощным инструментом увеличения продаж. Посредством телевидения, радио, печатных СМИ и т.д. рекламодатель способен регулярно воздействовать на потребителя, Но, несмотря на это усилий Atl-рекламы не достаточно для полного формирования имиджа супермаркета, т.к. большое значение в успехе супермаркета играет ряд факторов связанных с его персональной характеристикой.

В условиях усиления конкурентного давления, в особенности увеличения значимости неценовых факторов конкуренции, одновременно с возрастанием роли маркетинга увеличилась роль маркетинговых коммуникаций. Вследствие чего увеличивается значение мерчандайзинга как средства маркетинговой коммуникации [3].

Сущность его заключается в развитии популярности марок путем воздействия на потребителя, а также в проведении специальных работ по размещению и выкладке товара, оформлению мест продаж, и созданию эффективного запаса.

Однако предприятия розничной торговли не всегда грамотно применяют маркетинговые инструменты воздействия на покупателя. В частности не в полной мере оценена роль мерчандайзинга [4].

Гипотеза нашего исследования – в продуктовых супермаркетах г.Томска стандарты мерчандайзинга соблюдаются лишь частично.

Целью данного исследования – провести сравнительный анализ мерчандайзинга продуктовых супермаркетов г.Томска.

Задачи данного исследования:

1. Охарактеризовать стандарты мерчандайзинга;
2. Провести аудит соответствия стандартам мерчандайзинга продуктовых супермаркетов г.Томска;
3. Выявить мнение потребителей о супермаркетах г. Томска.

Объектом исследования являются продуктовые супермаркеты г. Томска, предметом – инструменты мерчандайзинга, применяемые в супермаркетах г.Томска.

В качестве генеральной совокупности выступают все продовольственные супермаркеты г.Томска. Выборку составили 4 сетевых супермаркета, а именно супермаркет «Фуд Сити» в торговом центре «Манеж», «Палата» в торговом центре «Город», «Холлидей» в гипермаркете «Томь» и «Быстроном» в торговом центре «Мегаполис». Выборка серийная, т.е. отбор строится по принципу выделения групп единиц, внутри которых обследованию подвергаются все единицы. В качестве группировочного признака выступают такие факторы как целевая аудитория супермаркета и цены на товар. Для проведения исследования была выбрана группа супермаркетов рассчитанных на среднеобеспеченного потребителя. Для проведения аудита соответствия стандартам мерчандайзинга супермаркетов был использован метод «тайный покупатель».

Итак, сначала нами были определены стандарты мерчандайзинга, объединенные в отдельные группы параметров. Таким образом, каждый отдельный параметр в данных группах оценивался по пятибалльной шкале для каждого супермаркета.

Важно было оценить характеристики супермаркета в соответствии со стандартами мерчандайзинга. Общее количество баллов – 170.

Таким образом, были получены следующие результаты: супермаркет «Фуд Сити» - 164 б., «Палата» - 129 б., «Холлидей» - 109 б., «Быстроном» - 151 б.

Основными недостатками супермаркета «Фуд Сити» являются размещение ценников (из-за небольшого места, отведенного на полках, не всегда ясно на какой товар указывает цена), а также недостаточная ширина прохода перед узлом расчета. Остальные стандарты мерчандайзинга соблюдаются в полной мере.

Супермаркеты «Палата» имеет достаточное количество недостатков. Одним из основных недостатков является неудобное расположение магазина и плохая обозримость, в связи с его размещением. Кроме того, площадь супермаркета и ширина проходов выше нормы. Также необходимо отметить такие недостатки как: незаполненные полки с

товаром, несимметричность и небрежность конструкций, низкая скорость обслуживания, размещение отдела хлебобулочных изделий в середине зала, что позволяет покупателю сразу последовать на кассу.

Что касается супермаркета «Холлидей», то необходимо подчеркнуть такие недостатки как: неудобное размещение магазина и соответственно плохая обозримость, площадь торгового зала и ширина проходов превышают нормы, в связи с чем нарушается обозримость указателей и вывесок, что затрудняет поиск нужного отдела, незаполненность полок с товаром, не достаточная чистота полок и самого торгового зала, недостаточность рекламно-информационных материалов, неудовлетворительное состояние конструкций и камер хранения, недостаточное разнообразие конструкций и низкая скорость обслуживания.

Супермаркет «Быстроном» отличается оригинальностью планировки здания магазина, это обусловлено наличием двух входных зон с разных сторон супермаркета с наличием узла расчета. Таким образом, покупатель, который входит через первый проход, сразу попадает в отдел хлебобулочных изделий, что является нарушением стандарта мерчендайзинга. Важно отметить, что данный вход размещен ближе к автобусной остановке. При входе в супермаркет с другой стороны данный параметр не нарушается. В не зависимости от стороны входа данный супермаркет имеет такие основные недостатки как: недостаточная ширина проходов, длина торгового зала превышает норму, размещение отделов с товаром параллельно друг другу, что затрудняет обозримость и поиск необходимого отдела. Кроме того, в супермаркете имеется большое количество незаполненных конструкций для дополнительных точек продаж, которые ограничивают возможность покупателей подойти к полкам с товаром. Также отмечается низкая скорость обслуживания, при этом данный супермаркет является единственным, в котором кассиры складывают приобретенные товары в пакет.

Общим недостатком для всех супермаркетов является не удобное размещение ценников. Парковочные автостоянки являются оптимальными у всех супермаркетов.

Таким образом, наиболее организованным супермаркетом с точки зрения стандартов мерчендайзинга является супермаркет «Фуд Сити».

Далее было необходимо соотнести полученные результаты аудита с потребительским отношением к данным супермаркетам.

В качестве генеральной совокупности выступают все посетители супермаркетов. Выборку составили 120 респондентов, посещающих супермаркеты, жители города Томска. Выборка стихийная, т.е. отбор строится по принципу добровольности вхождения единиц генераль-

ной совокупности в выборочную. Респонденты были разделены на четыре равные группы (30 человек): посетители каждого из протестированных супермаркетов. Для изучения восприятия потребителей супермаркетов использовался метод полуструктурированного интервью.

Итак, первыми вопросами интервью определялись частота посещения конкретного супермаркета, а также посещение других супермаркетов. Итоги выявления частоты посещений супермаркетов можно увидеть на графике (приложение 1), где преобладающее количество посещений соотносится с наибольшей площадью на диаграмме. Таким образом, график показывает, что большинство посетителей супермаркета «Фуд Сити» посещают его ежедневно (13 человек) или два-три раза в неделю (11 человек), «Палата» - один раз в неделю (15 человек) или один раз в месяц (12 человек), «Быстроном» имеет приблизительно одинаковые результаты в диапазоне от 6 до 10 человек (10 – два-три раза в неделю), посетители супермаркета «Холлидей» ответили, случайно зашли в данный супермаркет (16 человек).

Полученные данные при определении частоты посещений конкретного супермаркета целесообразно соотнести с данными о посещении других супермаркетов, которые выявлялись с помощью вопроса «посещаете ли вы другие супермаркеты и почему?». Результаты выявления данных о посещениях супермаркетов отражены на графике (приложение 2), на котором видно, что наибольшее количество лояльных покупателей имеет супермаркет «Фуд Сити», а именно 16 человек не посещают другие супермаркеты, за исключением данного, что обусловлено удобным размещением в спальном районе города. Основными причинами лояльности к супермаркету «Фуд Сити» являются близкое расположение к дому, удобная планировка и приятная атмосфера магазина. Причиной посещения других супермаркетов является относительно высокая цена на товары в указанном супермаркете.

Супермаркет «Палата» имеет противоположные результаты, т.е. причиной посещения супермаркета «Палата» является низкая цена на товары. На графике количество лояльных покупателей данного супермаркета достигает отметки 9 человек.

Что касается супермаркета «Холлидей», то можно заметить, что он вообще не имеет лояльных посетителей из-за неудобного размещения, неудовлетворительной атмосферой магазина, а также сравнительно высоких цен.

Супермаркет «Быстроном» также имеет достаточное количество лояльных посетителей, а именно 11 человек, в связи с относительно низкими ценами на товар и достаточным уровнем комфорта.

Далее опрашиваемым посетителям было предложено самостоятельно оценить некоторые из стандартов мерчандайзинга по пяти-

балльной шкале, в результате чего был получен следующий график (см. приложение 3).

На графике видно, что самое наилучшее восприятие посетителей имеет супермаркет «Фуд Сити», отмеченный красной линией на графике, который имеет высокие показатели по всем параметрам за исключением цены и размещения ценников.

Супермаркет «Холлидей» имеет самые низкие оценки потребителей, что ясно отражено на графике, связанные с расположением магазина, атмосферой и планировкой, уровнем комфорта и аккуратностью. При этом цены супермаркета соотносимы с ценами «Фуд Сити», т.е. достаточно высокие.

Кривая, отражающая данные интервью относящихся к супермаркету «Палата» также расположена существенно ниже показателей супермаркета «Фуд Сити», что является следствием низких оценок посетителей с точки зрения мерчандайзинга, но при этом занимает самую высокую оценку покупателей с точки зрения цен на товары.

Супермаркет «Быстроном» имеет относительно высокие оценки стандартов мерчандайзинга, а также низкие цены, что также можно проследить на графике.

В результате сопоставления оценок аудита мерчандайзинга и анализа восприятия посетителей супермаркетов, было выявлено, что полученные с помощью разных маркетинговых методов сбора информации, данные совпадают.

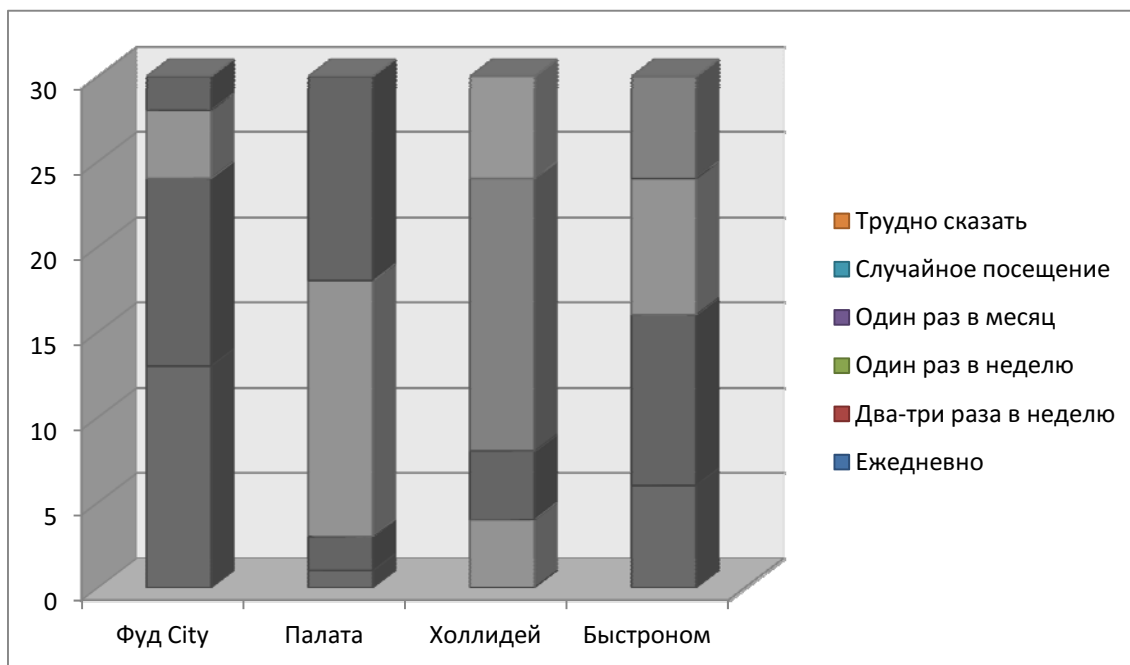
Результаты опроса посетителей супермаркетов подтверждают, что правильный подход к организации мерчандайзинга способствует созданию наиболее привлекательной атмосферы торговой точки, создает необходимый уровень комфорта, делает положительным восприятие магазина, тем самым формируя желаемый образ супермаркета, что, в свою очередь, привлекает наибольшее количество клиентов. При этом нивелируется такой важный фактор выбора супермаркета как «цены».

Однако не все требования к мерчандайзингу соблюдаются в томских супермаркетах, например супермаркет «Палата», существенно отстающий от конкурентов по таким параметрам как зонирование пространства торгового зала, организация выкладки и размещения товара, качество обслуживания, использование POS- материалов. Но его несомненным конкурентным преимуществом являются «цены», что компенсирует имеющиеся недостатки.

ПРИЛОЖЕНИЯ

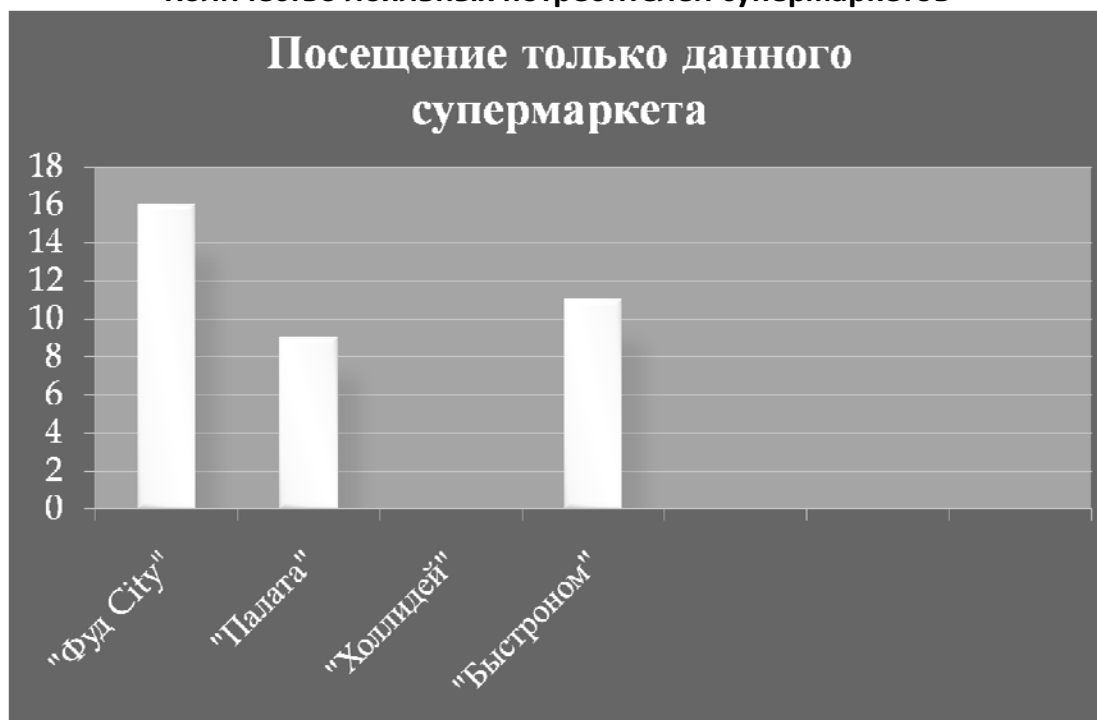
Приложение 1

Частота посещения супермаркетов

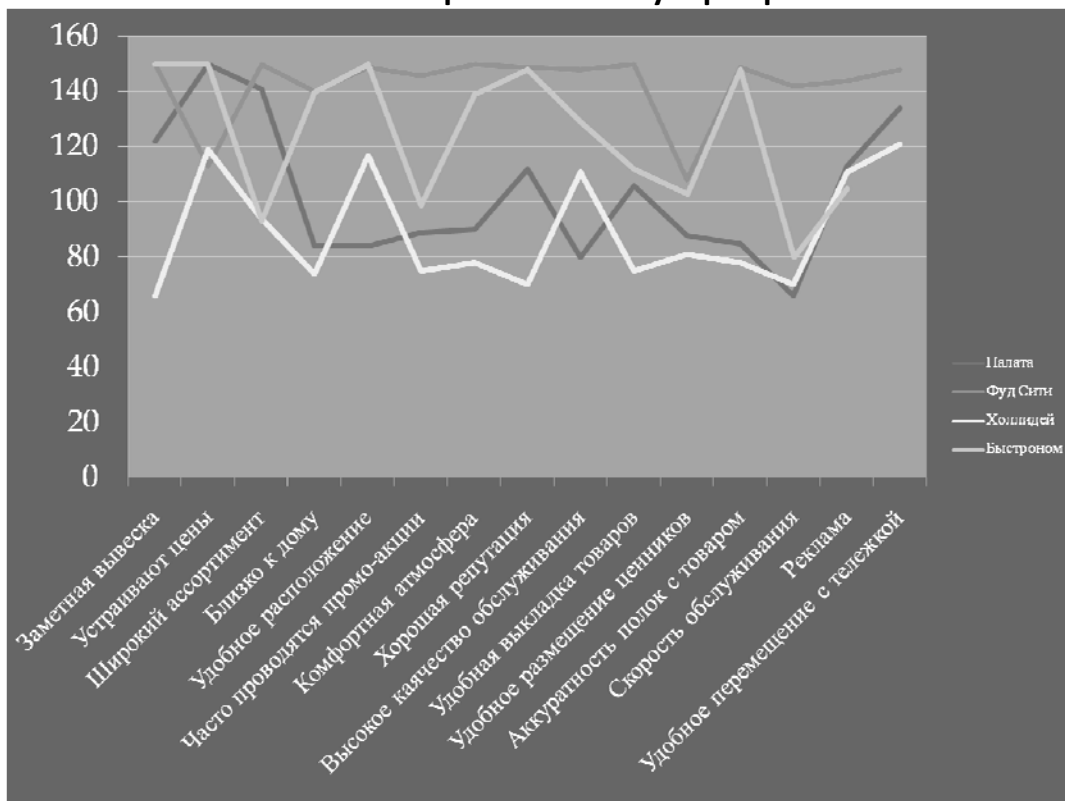


Приложение 2

Количество лояльных потребителей супермаркетов



Отношение потребителей к супермаркетам



Литература

1. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта [Электронный ресурс] // Маркетинг розничной торговли: [сайт]. [2009]. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m11/5.htm> (дата обращения: 21.04.2012).
2. Рубин Дж. Место и роль розничной торговли // Практический маркетинг: сетевая книга. 2003. URL: http://www.smartcat.ru/Marketing/PracticalMarketingB_shtml (дата обращения: 21.04.2012).
3. Громик А.В. Значение мерчандайзинга в организации розничной торговли // Социосфера: научно-издательский центр. 2011. URL: http://sociosfera.ucoz.ru/publ/konferencii_2011/novye_podkhody_v_ekonomike_i_upravlenii/znachenie_merchandajzinga_v_organizacijakh_rozничной_torgovli/42-1-0-780 (дата обращения: 19.04.2012).
4. Обязательные правила мерчандайзинга // Умный мерчандайзинг. Основы мерчандайзинга: информационный ресурс. 2012. URL: <http://merchendize.ru/vykladka-tovara/obyazatelnye-pravila-merchandajzinga/> (дата обращения 18.04.2012).

ТЕСТИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ ОБНОВЛЕННОЙ ЭТИКЕТКИ ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ «БОНАКВА»

В. В. Мезенцева, Н. Б. Галашова

Томский государственный педагогический университет

Наблюдая за развитием рынка можно заметить, как быстро меняется конкурентная среда: появляются новые бренды. Изменяются существующие. Меняются и потребители: их вкусы. Понятия о моде, о полезных свойствах продуктов и т.д. Все это приводит к необходимости внесения периодических изменений в бренд.

Комплекс мероприятий по изменению бренда, либо его составляющих: названия, логотипа, визуального оформления бренда с изменением позиционирования, изменение целостной идеологии бренда называется ребрендингом. Предпосылками ребрендинга могут быть новая бизнес-стратегия компании, смена целевой аудитории и ценностей.

Существенное отличие ребрендинга от брендинга заключается в том, что если в первом случае – это работа по созданию марки «с нуля», где вы вольны выбрать рыночную нишу, целевую аудиторию, позиционирование, разработать атрибуты бренда, в частности название и дизайн, то во втором вы имеете дело с определенной данностью – уже существующим брендом.

Решаться на достаточно затратное репозиционирование бренда, а именно эту цель и преследует ребрендинг, имеет смысл в случаях, когда бренд стал неактуален на рынке – ценности, на которые он опирался, перестали котироваться в обществе; увеличение объема продаж; идеология бренда не соответствует предпочтениям целевой аудитории, на которую он ориентирован. А также если бренд сформировал негативный имидж; изменилась его роль в портфеле брендов компании (появился более успешный бренд, ориентированный на эту же целевую аудиторию); перед брендом поставлены задачи по освоению новых рынков, выходу на новую экономическую ступень.[2, С. 65-66]

Очень важно уже в начальной стадии ребрендинга понимать, какие атрибуты бренда должны подвергнуться корректировке и насколько масштабными должны быть изменения.

Ребрендинг может включать изменение и корректировку достаточного количества атрибутов бренда (причем как по-отдельности, так и в совокупности). Одними из главных являются переориентация на другую целевую аудиторию и смена дизайна смена названия, а также смена названия (в случае если торговая марка или бренд вызывают негативную реакцию у потребителей).

Ребрендинг - инструмент позволяющий решить многие проблемы, связанные с имиджем. Но необходимо понимать, что успех бренда на рынке складывается не только из имиджевых характеристик, но и таких важных составляющих как качество продукта или отношение персонала, соответствие ожидаемым характеристикам, условия продажи, хранения и эксплуатации. И в случае, если продукт некачественный, его невозможно найти в магазине или он обманывает ожидания потребителей – никакой ребрендинг не поможет поднять продажи.

В данном исследовании целью являлось выявление отношения молодежи к ребрендингу торговой марки «БонАква» и к марке в целом.

В этом исследовании ставились две задачи:

1. Рассмотреть концепцию ребрендинга торговой марки «БонАква»;
2. Протестировать отношение молодежи г. Томска к обновленной этикетке торговой марки «БонАква».

Бутилированная столовая вода с недавнего времени стала неотъемлемой частью нашей жизни. Казалось, еще недавно было в диковину покупать обыкновенную питьевую воду и употреблять ее вместо привычной воды из-под крана или кипяченной из чайника.

Бутилированная вода под торговой маркой БонАква появилась в Германии в 1988 и постепенно распространилась по всему Европейскому рынку. На сегодняшний день она производится и успешно продается не только в Европе, но и во многих странах мира. Чистая питьевая вода БонАква появилась на российском рынке в 1994 году и сегодня является вторым самым продаваемым брендом компании Соса-Сола в России, а также лидером российского рынка бутилированных вод.

Большинство уже знакомо с измененной этикеткой торговой марки БонАква. Для того чтобы узнать как воспринимают обновленную этикетку студенты ТГПУ было проведено количественное исследование рынка питьевой воды. Опрос проходил методом личного интервью со студентами ТГПУ. В начале опроса ставилась задача о том, насколько студенты вовлечены в потребление минеральной и питьевой воды.

Известность различных марок минеральной воды среди студентов ТГПУ определялась в данном опросе на уровне спонтанного знания марок: респондентам было предложено перечислить все марки питьевой воды, которые они знают. По результатам опроса самыми известными марками минеральной и питьевой воды стали «БонАква» (40%), «Карачинская»(25%), «Аква Минерале»(20%).

При выявлении предпочтений во время покупки минеральной и питьевой воды стало ясно, что питьевую воду БонАква не только знают, но и постоянно приобретают около 39% респондентов.

Также был задан вопрос о частоте приобретения студентами минеральной и питьевой воды. Большинство респондентов покупают воду 2-3 раза в неделю. Самым приемлемым объемом бутылки минеральной и питьевой воды респонденты считают 0,5 л.

Следует отметить, что основными факторами, влияющими на решение о покупке минеральной и питьевой воды являются название и объем бутылки. Также наиважнейшим фактором для студентов является степень газированности воды. Больше 50% респондентов предпочитают негазированную воду.

Вторым блоком опроса являлось выявление восприятия торговой марки «БонАква» в целом. Для этого респондентам были предложены высказывания, с которыми они должны были согласиться или не согласиться.

С первым высказыванием что «БонАква – это питьевая вода на каждый день» согласились 64% опрошенных; с высказыванием что «БонАква – это дешевая вода» -40%; «БонАква широко рекламируется» согласились всего 24% респондентов; с высказыванием о том что «БонАква есть всегда в моем магазине» согласны 92% и с тем, что «Этой марке могут доверять» 76%.

Таким образом, после исследования двух блоков опроса стало ясно, то студенты ТГПУ не только знают о торговой марке, о торговой марке «БонАква», но и предпочитают ее другим маркам. И из вышесказанного, о том, что дана торговая марка, рекламируется не сильно широко, можно предположить, что ребрендинг стал хорошим ходом для привлечения внимания.

Последним блоком опроса являлось выяснение отношения респондентов к изменению этикетки торговой марки «БонАква».

Для этого им был задан вопрос о том «Знают ли они об обновленной этикетке торговой марки БонАква?». 80% опрошенных знакомы с изменениями, а вот 20% даже не слышали о них. На вопрос «Нравится ли вам новая этикетка?» отрицательно ответили 64% респондентов. А вот 16 % опрошенных сказали, что обновленная этикетка им нравится.

Самым важным вопросом являлся вопрос о том, «Какие ассоциации приходят при виде обновленной этикетки торговой марки БонАква?». Обработывая ответы студентов ТГПУ, получилось объединить их в 4 самых популярных. Больше всего процентов набрал ответ «Новая этикетка торговой марки БонАква напоминает детскую воду»(32%). Затем, что «Этикетка торговой марки БонАква является

подделкой»(28%). Третьим по популярности стал ответ «Этикетка стала невзрачной и дешевой»- так ответили 14%. И 10% опрошенных ответили, что этикетка не вызывает у них негативных ассоциаций и нравится им.

Как отметил пресс-секретарь Соса-Сола Владимир Кравцов: «Задачи редизайна заключаются в том, чтобы сделать Вонаква максимально отличной от конкурентов и выделяющейся на полке. Новый дизайн Вонаква выглядит более ярко и современно. Измененный логотип привлекает внимание к бренду, а цвета упаковки помогают легко различить тип воды. Тестирование показало, что новый дизайн воспринимается потребителями намного лучше текущего».

Подводя итоги исследования, следует отметить, что ребрендинг торговой марки «БонАква» вызвал негативные эмоции у целевой аудитории. Безусловно была решена задача отстройки от конкурентов и создана яркая визуальная идентификация бренда. Но вновь разработанная концепция не усилила восприятие ТМ «БонАква». По мнению опрошенных дизайн этикетки стал более «дешевым и стерильным», и, вероятно, лишь продуманные рекламные коммуникации будут способствовать появлению желаемых владельцам бренда ассоциаций.

Литература

1. Годин, А.М. Бренддинг: учебное пособие/А.А. Дмитриев, И.Б. Бабленков. – М.: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К», 2004. – 364 с.
2. Бренддинг : учебное пособие/ С.В. Карпова. – М.: КНОРУС, 2008. – 224 с.
3. Формирование бренда средствами рекламы и PR: учебное пособие/ В.Л. Музыкант. – М.: Экономитсь, 2004. – 606 с.
4. Овчинникова, О.Г. Ребрендинг/ О.Г. Овчинникова. – М.: Альфа-пресс, 2007. – 168 с.
5. БонАква изменила логотип и дизайн бутылки [Электронный ресурс]//упаковка. – URL: <http://www.adme.ru/pack/bonakva-izmenila-logotip-i-dizajn-butylki-341255>: (10.04.2012).

РОЛЬ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В КОНСТРУИРОВАНИИ ОСНОВ СОЛИДАРНОГО ОБЩЕСТВЕННОГО СУЩЕСТВОВАНИЯ

Н. Н. Мещерякова

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Со времен Э. Дюркгейма в социологии укрепилось понимание того, что солидарное общественное существование обеспечивается ценностями, нормами, обычаями, традициями, - тем, что он в совокупности называл коллективным сознанием. И чем большее количество

членов общества разделяет эти ценности и нормы, тем более прочной является эта солидарность.

Но современное российское общество – это социальная система длительное время находящаяся в состоянии аномии, рассогласованности ценностно-нормативной составляющей общественной жизни, что является угрозой для целостности этой системы как таковой [1].

Единственной институционализированной силой, которая может осуществлять целенаправленное формирование нравственных основ солидарного общественного существования является институт образования. Прагматизация содержания культурного опыта, призывы «Растить грамотного потребителя!», - сродни попытке перепилить сук, на котором все мы сидим.

Сегодня мы наблюдаем разрушение традиционных каналов передачи культурного опыта. Семья на настоящий момент – слабо институционализированный канал первичной социализации индивида. В прошлом этот процесс в семьях контролировала церковь, каждое воскресенье собирая свою паству на проповедь, точно обозначая ценностные и нормативные вешки социального пространства. Сегодня в христианском мире связь между церковью и семьей стала слабее, соответственно, какие и каким образом ценности и нормы прививаются в семьях, общество фактически контролировать не может, и в этом вопросе сильно «проигрывает» исламскому миру.

Система образования, которая на настоящий момент является единственным организованным институтом передачи культурного опыта от поколения к поколению, все более делает крен в сторону специализации, профилизации и пр., ослабляя свое влияние на формирование мировоззренческих аспектов личности.

Искусство сегодняшнего дня прямо отказывается целенаправленно участвовать в формировании ценностно-нормативного ядра личности. Исследователи говорят о коммерциализации искусства и его отказе от формирования общественных связей, и добродетелей. Добавим, что в искусстве изменился характер отношений по линии художник – зритель. Если в традиционном искусстве зритель должен был увидеть, понять тот смысл, который художник вложил в произведение, в искусстве модерна смысл произведения рождался в момент восприятия его зрителем, то сегодня объект делает произведением искусства контекст. Липкая бумага, обсиженная мухами, на окне у бабушки в деревне остается тем, чем является, а она же, помещенная в выставочный зал, становится предметом искусства. Знаком данный предмет остался, а смысла не передает.

СМИ более «озабочены» формированием нашего потребительского спроса, чем нравственности. Социальные последствия формирова-

ния целого поколения в культуре потребления очевидно прослеживаются в беспорядках, охвативших Лондон и другие города Британии в августе 2011 г. Анализируя причины погромов, глава правительства называл, прежде всего, недоработку полиции с уличными бандами и, как следствие, разгул криминала. Архиепископ Кентерберийский говорил о кризисе духовности и связывал его с системой образования, которая за последние два десятилетия стала «инструментальной» и не ориентирована на воспитание, передачу системы ценностей общества подрастающим поколениям. Я же предлагаю обратить внимание еще и на утрату «социального» в этом движении. Уличные протесты для британцев не новость. Более того, это составной элемент их национальной гордости. И так возможно отстаивать свои интересы. Но коренное отличие последних массовых уличных волнений в том, что они не являются способом борьбы за свои коллективные права. Никаких требований не выдвигается, молодые люди решили силой взять себе то, что не могут получить законным путем, и не какие соображения морали их не останавливают. Что это все? Предметы роскоши. Не за расширение политических прав они борются, не за рабочие места, а за то, чтобы занять «достойное место» в системе потребления. Этим начинает сегодня измеряться социальный статус человека. И это следствие массивной маркетинговой атаки на общество через СМИ. Сегодня средства массовой информации успешно конкурируют и выигрывают борьбу за то, чтобы быть важнейшим каналом социализации. Но это требует переосмысление того, в чем заключается их социальная ответственность.

Между тем, пока мы будем считать, что целенаправленное формирование нравственности чуть ли не возрождение тоталитарных порядков, навязывание идеологий [2, с. 83], «воспитывать» входящие в жизнь поколения будут негласно сложившиеся социальные практики. Как показало крупномасштабное исследование на всероссийской выборке, проведенное Институтом социологии РАН «Двадцать лет реформ глазами россиян» [3, с. 223], молодые россияне в возрасте до 35 лет лишь отчасти разделяют свойственные остальному ценностные установки населению установки. Приемлемой практикой для них является практика сознательного обмана кого-то для достижения своих целей. Прибегали к ней – 41–45% молодёжи. Не являются они и противниками дачи взяток. Таким образом, молодые россияне активно включены в поле неправовых и социально не одобряемых взаимодействий, а их толерантность к таким практикам действительно выше, чем у тех, кто старше 35 лет.

В этой связи, признавая изменение совокупности ценностных ориентаций культуры, под давлением нового определения социальной си-

туации, что вызывает особую тревогу исследователей? Это, прежде всего, разрушение общих оснований морали, общих ценностей, которые, как говорит Ф. Фукуяма, только и делают возможными коллективные действия [4, с. 178, 179]. Распад общих ценностей, которые не разделяли бы, а связывали поколения и общество в целом, представляет собой потерю «социального капитала» – основы консолидации общества, без которого оно не может существовать. Моральная свобода, лишенная оснований, теряет всеобщность, присущую морали.

Итак, к значимым выводам доклада относятся:

1. Солидарное существование общества обеспечивается ценностно-нормативным консенсусом.
2. Российское общество находится в состоянии кризиса ценностно-нормативных оснований солидарного общественного существования или состоянии социальной аномии.
3. Единственным социальным институтом, в рамках которого происходит целенаправленная передача культурного опыта, является образование.
4. Выхолащивать его воспитательную функцию опасно.

Человеческое сознание не выносит пустоты, оно нуждается в модели мира, которая, во-первых, обеспечивала бы целостность сознания и как самосознания, и как общественного сознания. То и другое равно необходимо для сохранения своей социальной идентичности, и целостности общественной системы. Мы не имеем в рамках современного общества какого-то иного институционализированного канала передачи социально приемлемых норм общественного существования, сплывающих это общество ценностей, кроме как система образования всех ее уровней и ступеней. И отказываться пытаться влиять в ее рамках на их формирование, значит ставить под угрозу существование общественной системы как целого. Социальный и культурный опыт не наследуется каждым последующим поколением на генном уровне. Историю нашей нравственной жизни каждый раз приходится начинать заново.

Литература

1. Мещерякова Н. Н. Аномия как проявление социоэнтропийного роста // Социология власти. 2011. №. 4. С. 83-91. (Статья)
2. См.: Федотова В.Г. Хорошее общество. М.: Прогресс-Традиция, 2005. 544 с. (Монография)
3. Двадцать лет реформ глазами россиян (опыт многолетних социологических замеров). М.: Институт социологии РАН. 2011. 304с. (Аналитический доклад)

4. Фукуяма Ф. Социальный капитал // Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу? М.: Московская школа политических исследований, 2002. 315 с. (Монография)

К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ АНАЛИЗА АГТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ СМИ

А. Н. Николаева, Р. А. Топчий

Томский государственный педагогический университет

Обращаясь к понятию методологии научного исследования, как оно трактуется в отечественной традиции изучения социальных явлений, целесообразно выделить три его значения, каждое из которых соответствует определенному уровню научного подхода: общую методологию - некоторый общефилософский подход, общий способ познания, принимаемый исследователем; частную (или специальную) методологию - совокупность методологических принципов, применяемых в данной области знания; конкретную методологию - совокупность конкретных методических приемов исследования. Здесь нами будут рассмотрены некоторые аспекты анализа агитационных материалов с точки зрения третьего подхода – конкретной методологии.

Под агитационной литературой принято понимать совокупность художественных и иных литературных произведений, которые, воздействуя на чувства, воображение и волю людей, побуждают их к определенным поступкам, действиям [1]. Сам термин агитация происходит от латинского слова «*agitatio*» и означает приведение в движение. Таким образом, агитационная литература, является одним из средств политического воздействия на массы, оружие борьбы классов и их партий. Она выражается в распространении какой-либо идеи или лозунга, побуждающего массы к активному действию. Отечественная школа изучения коммуникации относила агитацию к числу кратких, «одноактных» воздействий, касающихся конкретных поводов.

При этом принято выделять художественную и нехудожественную агитационную литературу. Под агитационным художественным произведением в собственном смысле подразумевается произведение-призыв, откликающееся на злобу дня, на политические события (отсюда художественная агитационная литература называется ещё политической поэзией). К художественной агитационной литературе можно отнести произведение Чернышевского «Что делать», и даже в «Божественной комедии» Данте, присутствуют агитационные воззвания, актуальные для того времени.

Независимо от своей словесной формы, целью агитации, как и любого коммуникационного акта, является эффективное влияние на аудиторию. Чтобы данная цель была достигнута, необходимо быть с точностью уверенным, что мысли коммуникатора находятся с аудиторией в одном и том же понятийном поле. Понять, насколько эффективны используемые агитационные материалы, возможно с помощью проведения качественных исследований. При этом, ответы на вопросы насколько эффективна МК и стоит ли она затраченных усилий, часто расходятся у разных исследователей.

Так, американский политолог Г.Д. Лассуэлл, был уверен во всемогуществе масс-медиа и однозначно возможном достижении максимальной эффективности коммуникационного воздействия. Развивая данную точку зрения, им была выдвинута концепция «волшебной пули», по своей сути означающая, что коммуникация, подобно пуле, безошибочно действует на аудиторию, а индивиды не только не в силах ей противостоять, но и реагируют на нее одинаково [4, с.30].

В своей работе «Психопатология политики», Г.Д. Лассуэлл отражает облик агитатора, с точки зрения целей, преследуемых им. Так, неотъемлемой чертой агитатора является стремление добиться эмоционального отклика публики, что представляет для него высшую ценность. При этом неважно, нападает он на социальные институты или защищает их.

Другой точки зрения придерживался американский социолог П. Лазерсфельд. Он предложил свою метафору, подчеркивающую слабость воздействия МК на аудиторию. По его мнению, коммуникаторам очень сложно достичь умов реципиентов сквозь «бутылочное горлышко убеждения». Это по своей сути означает, что реципиенты, окруженные сложным социальным контекстом, становятся сложной добычей для массового коммуникационного воздействия. И достижение максимальной эффективности коммуникационного процесса возможно при «переводе коммуникационного процесса из массового в межличностный регистр» [4, С.32].

Из этого следует, что журналистское произведение должно строиться по заранее спланированной схеме, исходя из целей и ожидаемого эффекта воздействия на аудиторию. Для этого необходимо понимать, как правильно выстроить структуру агитационного произведения. И, несмотря на различие во мнениях о возможной эффективности массовой коммуникации, необходимо рассмотреть подходы, позволяющие на конкретном примере определить эффективность коммуникационного процесса, в частности эффективность воздействия агитационных материалов СМИ.

Один из возможных вариантов предвидения эффективности воздействия агитационных материалов, было выведено из определения американца Б. Берельсона: «определенные виды коммуникации по отношению к определенным темам, привлекая внимание определенных групп людей, при определенных условиях, способны оказать определенное воздействие» [4, с.36]. Отсюда следует, что достаточно определить несколько конкретных переменных, на которые и будет направлено агитационное воздействие, чтобы с немалой долей вероятности можно было определить эффективность агитационных материалов по отношению к конкретной аудитории. Все это можно выразить в уравнении: $X+Y+Z+N=E$, где X – определенные виды коммуникации, Y – определенные темы, Z – определенные группы людей, чье внимание необходимо привлечь, N – определенные условия и E – определенное воздействие. Конечно, данная схема не является универсальной, однако может быть использована, если переменные могут быть точно определены агитатором, а реципиенты известны.

В качестве другого метода оценки агитационного произведения может выступать метод шкалирования. Данный метод предполагает оценку самими испытуемыми каких-либо объектов внешнего мира, событий жизни, и т.д. Он заключается в «приписывании кодов, шифров, баллов, рангов, чисел вариантам ответов вопросов анкеты на основе моделирования отношений между эмпирическими объектами». Чаще всего данные измерения осуществляются с помощью порядковой шкалы, или шкалы порядков. Число градаций порядковой шкалы зависит при этом от выбора исследователя, однако она не должна превышать пяти пунктов [5, с.52]. Может быть также применена графически представленная шкала с вербально описанными крайними градациями шкал. Данный вид шкал был разработан Л. Терстоуном, и полюса данной шкалы обычно выражают крайне благожелательное и крайне негативное отношение к объекту установки [6, С.184]. Используя данный метод важно помнить, что количественное различие имеет смысл только в рамках одного и того же качества. При этом испытуемому дается бланк с определенными шкалами, полюса которых обозначены краткими или развернутыми названиями. Шкалы могут быть даны в графической, словесной или числовой форме [7, с.85]. Применяя данный метод, мы можем оценить эффективность воздействия изучаемого агитационного сообщения на интересующую нас целевую аудиторию, опираясь на ощущения самих испытуемых. При этом важно уделять большое внимание формулировке поставленных вопросов, размеру шага ранжирования, а также отдавать отчет о субъ-

ективности восприятия вербальной интерпретации крайних значений шкал [5, с.55].

Частным случаем шкалирования, позволяющим оценить эффективность агитационных материалов, путем построения индивидуальных или групповых семантических пространств, является метод семантического дифференциала Ч. Осгуда. Данный метод относится к группе проективных методов. Он позволяет оценить восприятие аудиторией того или иного материала, путем присвоения ему соответствующей оценки, расположенной на определенном полюсе шкалы. При этом размеры групп испытуемых могут быть чрезвычайно различны: от одного человека (индивидуальное семантическое пространство) до репрезентативных выборок, представляющих большие социальные группы или целые нации. А число объектов и пробных шкал возможно в диапазоне от нескольких десятков до сотен. Размер семантических пространств также может быть различен. Суть метода состоит в оценке тех или иных событий, явлений, объектов по ряду биполярных (трех-, пяти-, семибальных) шкал [8, с.136]. Полюса шкал задаются с помощью преимущественно антонимичных прилагательных.

Предполагается, что человек способен оценить изучаемый объект, соотнося интенсивность внутреннего переживания по поводу объекта с заданной оценочной шкалой. Деления шкалы фиксируют различные степени данного качества объекта [9, с.150].

Метод семантического дифференциала основывается на явлении синестезии (когда одни чувственные восприятия возникают под воздействием других) и предназначен для выявления эмоциональной стороны смысла, воспринимаемых индивидом объектов. Это позволяет достичь следующих результатов: выявить те факторы, в рамках которых индивид оценивает объекты, раскрыть эмоциональную окраску смыслов, найти наиболее значимые смысловые пространства для каждой исследуемой группы, а также выделить типичное в восприятии объектов и, соответственно, людей, имеющих сходную картину изучаемых смыслов [9, с.151].

В современных исследованиях часто используют денотативные шкалы. Они не всегда состоят только из прилагательных-антонимов, но и могут быть представлены в виде словосочетаний, фраз, которые выражают ожидания, характеристики продукта СМИ, как негативные, так и положительные. Данный метод также может позволить ответить на вопрос о том, насколько представленный продукт СМИ отличается от уже имеющихся, его преимущества, недостатки, в какую сторону его стоит модифицировать [9, с.153].

Следующим методом, применяемым для оценки материалов СМИ, в частности агитации и пропаганды, является метод контент-анализа.

Данный метод анализа текста получил широкое распространение в конце 19 начале 20 века, в качестве способа анализа содержания текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции [10]. Единственным ограничением для применения данного метода анализа в отношении агитационных материалов является наличие материального носителя информации. Потому именно данный метод нашел широкое применение. При этом различают количественный (содержательный) и качественный методы. Содержательный контент-анализ, позволяет выявить смысл, содержание агитационных материалов, возможные намерения, преследуемые автором источника при написании текста, оценить способы подачи материала и анализ преобладающих в СМИ направлений, определить отношение СМИ к лидерам, организациям, идеям, а также выявить оценочную направленность характера публикации. При этом для исследователя наиболее важной и сложной задачей является выявление контекстуального употребления единиц анализа. Для этого часто, в рамках данного метода проводятся метод Q-сортировки и шкалирование методом парного сравнения, позволяющие оценить значение и интенсивность используемых единиц.

Если же основной задачей оценки агитационных материалов СМИ является не смысл, содержание публикации, а форма ее подачи, размер и частота публикаций, то целесообразно применить качественный или структурный контент-анализ. Исследование агитационных материалов методом структурного контент-анализа позволит выявить периодичность распространения интересующей исследователя идеи, оценить роль массовых коммуникаций в оформлении, распространении и воспроизводстве исследуемой символики или лозунгов, определить рейтинг лидеров, организаций, партий по частоте упоминания [11].

В качестве еще одного метода оценки агитационных материалов СМИ может быть представлен социолингвистический анализ текста. Он эффективно используется для изучения языка прессы, как в историческом, так и в современном аспектах. Данный метод позволяет выявить причинные связи в тексте между языком и фактами общественной жизни и может быть использован для оценки так называемой скрытой агитации. Исследуемый материал при этом не отделен от социальных реалий. Так, язык, стиль газеты или публикации, речевые обороты и иные упоминаемые фразы соотносятся, в частности, с политическими реалиями. Из чего впоследствии могут быть сделаны выводы о политической направленности публикации, пропаганде в материале какой-либо идеи и так далее. Данный метод анализа позволяет выявить агитационную направленность материала и благодаря возможности исследования и учета эмоционально окрашенной лекси-

ки. Таким образом, при анализе агитационных материалов применяется обширный и многообразный арсенал научных методов, специальных методик, логических и технических средств познания. Обсуждаемые методологические принципы определенным образом сопряжены друг с другом и актуализируются в зависимости от предполагаемых целей проводимого анализа, приобретая различный удельный вес при объяснении процессов происходящих в разные периоды жизни социальных групп.

Литература

1. Теория коммуникации [Электронный ресурс] // Г. Почепцов. – Режим доступа: http://psychologi.net.ru/book3_isk_ob/pochepcov.html (21.04.12).
2. Агитационная литература [Электронный ресурс] // Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (22.03.12).
3. Ситников, А. П. Победа без победителей: очерки теории прагматических коммуникаций / А. П. Ситников, М. В. Гундарин. - М.:ИМИДЖ-Контакт, 2003.-250с.
4. Татарова, Г. Г. Методология анализа данных в социологии / Г. Г. Татарова. — М.: NOTA BENE, 1999. — 224с.
5. Девятко, И. Ф. Методы социологического исследования: учебное пособие для вузов / И. Ф. Девятко.-4-е изд.-М.:Книжный дом Университет, 2006. – 293с.
6. Минаева, Н. С. Методы социальной психологии: учебное пособие для вузов / Н. С. Минаева, Д. В. Пивоваров, Э. Л. Боднар [и др.] ; под общ. ред. Н. С. Минаевой. - М.:Академический Проект ,2007. – 349с.
7. Хозиев, В. Б. Практикум по общей психологии: учебное пособие для вузов / В. Б. Хозиев. -5-е изд., стереотип.-М.:Академия, 2009. – 271с.
8. Кузьмина, О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга: учебное пособие / О. Г. Кузьмина. - М.:Дашков и К, 2008. – 186с.
9. Контент-анализ [Электронный ресурс] // Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (05.04.12).
10. Дмитриев, И. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры
11. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/k-a.htm> (10.04.12).
12. Корносенко, С. Г. Социология журналистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://llbooktoday.com/book_509.html (11.04.12).

КОНЦЕПТ «ЖЕНЩИНА» В СОВРЕМЕННОЙ ГЕНДЕРНОЙ ПОЭТИКЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕН)

Л. Г. Обрусник

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель доц. И.П.Селезнева КГПУ им. В.П. Астафьева

Основным акцентом гендерных исследований в лингвистике является намерение выяснить, как гендер присутствует, конструируется, воспроизводится в языке и коммуникациях[1]. В рамках гендерных исследований, которые сейчас перешли границы только женских, выделяют два ведущих методологических подхода. Первый тип методологии основан на признании отсутствия различий между женским и мужским типами субъективности. Такой подход характерен для американской феминистской традиции.

Другой тип методологии исходит из признания различий внутри структур мужской и женской идентичности, что соответствует европейской, больше французской, традиции феминитской теории и практики.[2]. Вторым подходом используется для поиска и обоснования гендерной ассиметрии в целом круге наук.

Лингвистическое описание гендера производится с целью подчеркнуть социальные аспекты пола, связанные с ним культурные традиции и стереотипы, фиксируемые языковыми средствами.

Гендер, как социокультурный конструкт, отражает представления народов о женственности и мужественности, имеющиеся у разных народов в сказках, поэзии песнях, бытовом языке. В массовом сознании присутствуют гендерные стереотипы – упрощенные и заостренные представления о свойствах и качествах лиц разного пола [1].

В наших исследованиях был проведен анализ концепта «женщина» в англоязычных песнях различных направлений.

В работе использовались качественные (описательный, сравнительный), количественный методы исследования.

Необходимо отметить, что гендерная характеристика концепта «женщина» давалась с позиций противоположного пола, то есть с позиции мужчин. Авторами и исполнителями анализируемых песен были мужчины.

Из 300 проанализированных нами англоязычных песен трех музыкальных направлений (100 по каждому музыкальному направлению) только в некоторых оказалось представлено присутствие «женщины», выраженное в форме обращения или названного образа, символа. В большинстве песен присутствие женщины и посвящение ей можно было понять только в контексте всей песни.

Для исследования выбраны музыкальные направления Rock, Pop и Hip – Hop. Во всех направлениях изучались песни, исполняемые мужскими группами или индивидуальными исполнителями-мужчинами.

Для современного рока характерна поэзия, уходящая традиционных тем развлекательной музыки и злободневности и тяготеющая к философски-мировоззренческим «вечным темам», фантастической и фантазийной тематике. Слова, передающие сложные и иногда непонятные описания, касающиеся таких тем, как история, религия, фантазии война, сумасшествие, научная фантастика (3)

В целом, тексты рок- песен достаточно редко затрагивают традиционные темы популярной музыки, вроде любви, танцев, машин, секса. [4]

POP-музыка- направление современной музыки, вид современной массовой культуры. Это не просто популярная музыка, а еще и основывающаяся на традиционных для западного мира поп-ритмах. В системе художественных приоритетов молодежной аудитории часто именно поп-музыка занимает ведущую позицию. Несмотря на невысокий художественного уровень [5].

Музыка Hip-Hop достаточно разнообразна. Она может быть проста, но в то же время интересна и мелодична. Её основу составляет бит - ритм песни. В соревнованиях двух реперов происходит подача зарифмованного текста на определённую тему, в том числе, это может быть тема лирики и любви.

Для дальнейшего анализа представленности концепта «женщина» в музыкальной поэтике, необходимо обратиться к классической английской семантике поля «женщина».

В семантическом поле английского языка выделяют женщин по разным характеристикам: возрасту, роли, степени родства, семейному положению и др. [6]. Данные семантические категории представлены в таблице №1.

Таблица 1

Семантические составляющие поля «Женщина» в английском языке

обращения традиционные	Квази-бращения (обывательства)	внешность	поведение	социал. роль	порочность	Семейное положение
Мисс миссис	Грязная тварь	Куколка Красивая девушка непривлекательная	Слабая Беспомощная глупая	профессия	проститутка	Жена Мать Хранительница очага

В данных категориях однозначно положительные коннотации образа женщины, по данным исследователей, сохранены в основном в связи традиционными ролями: семья или профессия [6].

Используя приведенную выше аналогию, в процессе наших исследований мы выделили категории (концепты) «женщины» в песенной поэтике изучаемых музыкальных направлений. Они довольно ограничены (собственная систематика) и представлены в таблице №2

Таблица 2

**Гендерные концепты «женщины»
в музыкальной поэтике, выраженные в обращениях**

Любимая женщина	Женщина объект сексуального желания	Женщина предмет ненависти	Другое
“You are my love” “You are my everything” “You were the only” “Honey, you are the sea” “My dear”	“Beautiful girl” “Baby” “Little mama” “Chick” “Hit stuff” “Sexy mama” “Sexy seniorita” “My fire”	“You are scum” “Animal” “You fake god damnation “ “Fake” “Bitch”	“Mu sun” “My Mona Lisa” “Beautiful monster “ “Desert rose” “An angel on my Shoulder” “My dream”

По встретившимся в литературе данным, важным признаком, определяющим роль женщины в обществе, является форма обращения к ней [7]. В таблице №2 мы постарались выбрать критерии для различных категорий концептов «женщина» в музыкальной поэтике выбранных направлений. Однако, вынуждены были выделить категорию «Другое», так как обозначенные в ней обращения к женщине были представлены единичными случаями, примерами уникальности автора, и должны анализироваться в контексте всей песни.

В песнях разных музыкальных направлений обращает на себя внимание частое употребление обращений к женщине: «девочка», «малышка», «детка»:

-Hip-Hop- 33 раза в 95% песнях, с имеющимися обращениями к женщине;

- Pop – 23 раза из 68% песен;

-Rock - 4 раза из 19% песен, с имеющимися обращениями к женщинам.

Использование обращений к женщине как к ребенку, предполагает наличие мужского стереотипа, согласно которому «разум женщины находится на менее продвинутой стадии формирования»[2]. С другой стороны можно встретить обращения, свидетельствующие о любви: дорогая, ангел, красавица. В редких случаях встречались негативные сравнения в контексте личной драмы автора и исполнителя.

Из предыдущего текста статьи видно, что меньше всего то или иное обращение к женщине встречалось в направлении Rock – в 19 % песен. Все таки мы распределили соотношение категорий концептов «женщина» в данном направлении:

- концепт любимая женщина - 8 в 19% песен;
- концепт женщина как сексуальный объект - 4 в 19% песен;
- концепт объект ненависти - 7 в 19% песен.

Направление Hip-Hop характеризуется довольно упрощенным текстом и однообразными преобладающими обращениями. Доля песен с обращениями к женщине (девушке) 95%.

- концепт любимая женщина – по нашим данным, не представлен;
- концепт женщина – как сексуальный объект и/или объект ненависти, что порой трудно различимо, – 37 в 95% изученных песен.

Часто обращения к женщине в данном музыкальном направлении представлены ненормативной лексикой. Преобладающим концептом женщины в этом направлении является женщина, как сексуальный объект.

В поэтике направления Pop масса песен, исполняемых не только мужчинами, но и женщинами. В нашей выборке исследовались песни в мужском исполнении. Доля песен с обращениями к женщинам составила 68%. Концепты по гендерным категориям распределились следующим образом:

- концепт любимая женщина -36 обращений в 68% песнях;
- концепт женщина как сексуальный объект – 31 обращение из 68% изученных песен;

концепт женщина как объект ненависти- в наших исследованиях не обнаружен.

Таким образом, в выбранных музыкальных направлениях с позиций гендерных исследований были выявлены следующие особенности:

- андроцентричность текстов данных музыкальных направлений – о себе-самом (мужчине);

- вторичность женского образа в данной песенной поэтике – женщина присутствует «в мере ее значения для мужчины»;

- основной вывод, касающийся концепта «женщина» в музыкальной поэтике выбранных направлений, подтверждаемый количественным анализом, может быть сформулирован следующим образом: в большей степени концепт «женщина» представлен в значении « женщина как сексуальный объект».

Литература

1. А. Кирилина, М.Томская Отечественные записки, №2 (22) 2005, с 1-4 <http://www.strana-oz.ru>

2. Барышникова Г.В. Гендерные различия эмоционального коммуникативного поведения художественных партнеров. Автореф. дисс... канд. фил наук. 2004 .
3. Сыров В.Н. Стилиевые метаморфозы рока. — СПб.: Композитор, 2008. — 312 с.
4. Козлов А. С. Рок : Истоки и развитие. - М. : Мега-Сервис, 1998. - 192 с.,
5. Давлетшина Д.М Музыкальная культура как фактор формирования духовных ценностей студенческой молодежи в современных условиях: Автореф. дисс.... канд. социол. наук. - Казань, 1998.
6. Никольская В.А. Английская паремология с точки зрения гендерной теории//Гендер: язык, культура, коммуникации.М.:МГЛУ,2002. с 64-66
7. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. М: 1999,с 89

АНАЛИЗ КРИТЕРИЕВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА «ПАЛЕКС-ТУР» НА ОСНОВЕ ЕГО РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. А. Планкина, Н. Б. Галашова

Томский государственный педагогический университет

Деятельность любой туристской фирмы невозможна без рекламы. Как свидетельствует мировая практика, сфера туризма является одним из крупнейших рекламодателей. Опыт работы зарубежных туристских фирм показывает, что в среднем 5-6 % получаемых доходов от своей деятельности они расходуют на рекламу турпоездов. Туристская реклама представляет собой систему оплачиваемых мероприятий, направленных на доведение специально подготовленной, умело обработанной информации о турах и туруслугах или товаров для туризма и отдыха потребителя. Основная цель, стоящая перед туристской рекламой - вызвать интерес потенциального покупателя тура, обратить его внимание на товар или услугу, создать благоприятное мнение о потребительских свойствах товара, о деятельности и возможностях туристского предприятия. Реклама удовлетворяет познавательный интерес потребителя, указывает на новые туры, помогает преодолеть возникающие порой настроенное или предвзятое отношение к предмету рекламы, его происхождению и свойствам. В настоящее время, вопросы, связанные с разработкой печатной рекламы на предприятиях туризма, находятся в центре внимания специалистов-практиков и ученых. Это обусловлено тем, что в рыночных условиях предприятия туризма должны качественно удовлетворять потребности населения в туруслугах, что возможно только при правильной маркетинговой и рекламной политике. Целью данной статьи является исследование критериев конкурентоспособности фирмы «Палекс-Тур» на основе её рекламной деятельности. Для достижения поставленной цели, определим взаимосвязанные задачи: опреде-

ление рекламы в туризме; рассмотрение целей рекламной деятельности турфирмы; определение деятельности «Палекс-Тур». [3, с 35]

Рассмотрим деятельность «Палекс-Тур». Агентство создано группой профессионалов, имеющих опыт в туризме более 10 лет. Турагентство располагается по адресу: г. Томск, ул. Алексея Беленца, 10 (ост. Киномир). «Палекс-Тур» в настоящее время успешно функционирует на рынке туризма благодаря накопленной в течение 10 лет клиентской базы, опыту и знаниям сотрудников в сфере туризма, наработанным связям с представителями туруслуг, выгодному и удобному месторасположению - почти в самом центре города. Целью компании является организация продажи туристских услуг. Под продажей туруслуг подразумевается предложение стандартных пакетов туруслуг туроператора и все связанные с ним операции, а также предложение индивидуальных туров.

«Палекс-Тур» приобретает туры у туроператора и реализует их потребителю. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно. Главной рыночной ролью туристского агентства является соединение поставщиков услуг с клиентами-туристами, порой сильно разобщенных как во времени, так и территориально. Это специфический туристский вид бизнеса. Здесь важен правильный выбор поставщиков услуг, основанный на профессиональных знаниях туристского рынка, бизнеса, особенностей и рычагов его развития и управления. Компания предлагает целый комплекс туруслуг, что является одним из привлекающих потенциальных туристов и путешественников факторов. Это организация различного вида туров: как стандартных и нестандартных, так и индивидуальных туров.

Проанализируем рекламную деятельность «Палекс-Тур». Агентство ведет активную рекламную политику, разрабатывает информационные материалы (листовки, брошюры), которые дают возможность клиенту получить достаточный объем информации для принятия решения о выборе направления и конкретного тура. Приобретая туристическую путевку, клиенты подписывают с туристической фирмой договор, в котором указан тщательно отработанный набор условий, что позволяет предупредить возможные недочеты и конфликты в обслуживании.

«Палекс-Тур» использует дополнительные методы привлечения клиентов: существует гибкая система скидок, каждому клиенту при получении путевки менеджером вручается рекламная продукция - пакет, флаер или ручка с адресом и телефоном туристической фирмы.

Рекламная деятельность туристической фирмы представлена следующим образом. Прямая реклама: по почте, (обычно на Новый год по-

здравляет всех своих клиентов); лично вручаемые рекламные материалы, информационные письма, листовки, флаеры. Осуществляется реклама в прессе.

Важную роль в потреблении газетной рекламы играет ее привычность. Плюсом газетной рекламы является ее ненавязчивость. Она не перебивает информационный поток, как радио или ТВ. Люди читают ее по собственной воле.

«Палекс-Тур» публикует рекламу в местных газетах.

Для рекламы своей фирмы «Палекс-Тур» использует наружную рекламу в виде щитов. И, наконец, Интернет реклама – баннеры и web-сайт <http://www.palex-tour.ru>.

Анализируя представленные данные, опишем рейтинг критериев конкурентоспособности турфирмы «Палекс-Тур». [6]

Для того чтобы объективно оценить конкурентоспособность изготавливаемого турпродукта нужно использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель. Так, был определен перечень параметров, существенных с точки зрения покупателей. В процессе покупки потребитель осуществляет выбор товара, устанавливает отличительные признаки, характеризующие превосходство данного турпродукта над аналогичными по значению товарами конкурентов, находящимися на рынке. Приобретая товар, покупатель тем самым оценивает его привлекательность, возможную степень удовлетворения своей конкретной потребности и свою готовность нести затраты, связанные с приобретением и использованием данного товара.

Следовательно, совокупность качественных и стоимостных характеристик товара способствует созданию превосходства данной услуги перед конкурентами в удовлетворении конкретной потребности покупателя, что позволяет количественно оценить конкурентоспособность турпакета.

Поскольку конкурентоспособность товара характеризует степень соответствия качества данного товара показателям качества аналогичного по назначению товара конкурента, то оценка конкурентоспособности товара подразумевает сопоставление показателей качества продукции предприятия с аналогичными показателями товара конкурента. [3, с 62]

Ориентация на завоевание все новых рынков, удовлетворение запросов покупателей посредством дифференциации продукта побуждает фирму «Палекс-Тур» к стремлению отвечать потребительским предпочтениям, а также к работе над упрощением процесса информирования потребителей о предлагаемой продукции. Рекламная активность фирмы, как один из инструментов маркетинга, способствует распространению сведений о качестве продукта, сокращая дистанцию между производителем и потребителем. В условиях растущей конкуренции покупатель

заинтересован в расширении своей информированности о качестве продукта.

Одним из преимуществ турфирмы является удобство расположения офиса, наличие стоянки для автомобилей, это играет немаловажную роль. Турагентство расположено в центральной части города, недалеко от торговых центров, к офису можно доехать любым удобным клиенту транспортом. Фасад офиса турагентства имеет хороший вид, яркую вывеску, уличную рекламную витрину и удобный вход с улицы.

Внутреннее помещение функционально удобно для посетителей, работающего персонала и имеет эстетичный вид. Современные модульные столы для приема посетителей, оборудованные компьютерной техникой и другие декоративные усовершенствования, вежливое обращение и квалифицированные объяснения персонала способствует привлечению большего количества туристов к приобретению туров.

Итак, к основным преимуществам фирмы «Палекс-Тур» относятся: удобное расположение фирмы, сотрудничество с лучшими международными туроператорами; профессиональный и творческий подход к организации отдыха клиентов. Кроме продажи стандартных туров, агентство предлагает разнообразные дополнительные услуги, которые дают клиентам возможность самостоятельно спланировать свой отпуск.

Основными направлениями управления конкурентоспособностью фирмы на рынке туризма, является: внимания к формированию имиджа и повышение эффективности менеджмента путем отправления сотрудников на семинары по продажам, поскольку главной задачей является грамотное и достоверное информирование потенциальных клиентов, обратившихся в турфирму. [2, с 47]

Таким образом, предприятие является конкурентоспособным. В условиях усиления конкурентной борьбы на томском рынке оно обращает пристальное внимание на различные методы маркетинговых исследований, в том числе и рекламы с целью минимизации затрат на поиск эффективных стратегий, позволяющих прочно удерживать рыночные позиции и наращивать объем сбыта, сохраняя существующих потребителей и привлекая новых. Маркетинговые исследования однозначно необходимы для успешной работы фирмы. В зависимости оттого, что привлекает туристов, и как они путешествуют, можно составить классификацию по видам туризма. Все маркетинговые усилия должны быть направлены на формирование сильных и прочных предпочтений у действительных и потенциальных клиентов. В туристской фирме «Палекс-Тур» обслуживающий персонал стремится превзойти конкурентов путем максимального повышения качества характеристик своей деятельности, поскольку хорошее отношение общественности - величайшее преимущество организации, какое только у нее может быть. Положи-

тельно настроенная по отношению к фирме и хорошо информированная общественность является одним из решающих факторов ее выживания, развития и совершенствования.

Рекламная деятельность в области туризма осуществляется на макро- и микроуровнях. Реклама на макроуровне представляет собой рекламу страны в целом как туристской дестинации, а также рекламу отдельных регионов страны. Она проводится органами государственной власти - министерствами, управлениями, комитетами. Рекламу на макроуровне осуществляют также региональные, муниципальные органы управления туризмом и ассоциации. Реклама на микроуровне проводится туристскими фирмами, гостиницами и другими предприятиями туристской индустрии. [1, с 96]

Отмечают следующие взаимосвязанные цели у рекламы турфирмы: создание осведомленности о самой турфирме и ее услугах; формирование благосклонности потенциальных клиентов именно к данному турагентству; создание предпочтения рекламируемых услуг перед аналогичными; формирование убежденности у потенциального клиента в том, что именно данную услугу ему целесообразно и необходимо приобрести; побуждение к приобретению рекламируемой услуги; стимулирование эксплуатации услуг; стремление сделать данного потребителя постоянным клиентом турфирмы; формирование у других фирм образа надежного партнера; помощь потребителю в выборе туруслуг.

Турагентство «Палекс-Тур» предоставляет широчайший выбор групповых и индивидуальных маршрутов по всему миру, включая и богатые экскурсионные программы, и спокойный отдых на морских курортах, и лечение и оздоровление. Это может быть и недорогой маршрут, и VIP-тур. Возможно бронирование номеров категории «люкс» в лучших отелях мира, лимузин - сервис, аренда яхты, роскошной виллы и многое другое под девизом «нет ничего невозможного». В «Палекс-Тур» созданы все условия и накоплен богатый опыт работы по обслуживанию индивидуальных туристов. [6]

Миссия турагентства заключается в удовлетворении растущей потребности томичей в качественно организованном отдыхе путем предоставления туристских услуг, а также в поиске дополнительных возможностей для развития турбизнеса. Цель «Палекс-Тур» - организовать отдых таким образом, чтобы в дальнейшем при планировании поездки не осталось сомнений, к кому обратиться. Главное, чтобы потребитель стал постоянным клиентом и другом.

Литература

1. Морозов, М. А., Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме/ М.А.Морозов, Н.С.Морозова. – М.: Академия, 2005, 336 с.

2. Хотинская, Г. И., Харитоновна, Т. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий (на примере предприятий сферы услуг)/ Г.И.Хотинская, Т.В. Харитоновна – М.: Дело и Сервис (ДИС), 2007. 240 с.
3. Морган Н., Причард А. Реклама в туризме и отдыхе Юнити-Дана, 2004, 496 с.
4. Дурович А.П. Реклама в туризме: учеб. пособие — 4-е издание/ А.П.Дурович. – Минск: «Новое знание», 2008, 222 с.
5. otpusk // Турфирмы Томска: авиабилеты, визы, путевки и туры из Томска URL: <http://www.otpusk.tomsk.ru/firms/catalog/> (Дата обращения: 07.04.2012)
6. palex // Палекс-Тур URL: <http://www.palex-tour.ru> (Дата обращения: 10.04.2012)
7. inventech // Конкуренентоспособность предприятия URL: <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0041/> (Дата обращения: 12.04.2012)

ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ КАК СРЕДСТВО РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КАНАЛОВ В Г.ТОМСКЕ

А. Ф. Смирнова

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: А. П. Глухов, к.филос.н., доц.

За более чем 60 лет регулярного вещания в России телевидение как одно из самых популярных средств массовой коммуникации совершило техноэволюцию. Начиная с 1939 г. с черно-белого вещания центрального телевидения СССР на ультракоротких волнах нескольких телевизионных программ на одном канале, заканчивая цифровым телевещанием. Телевидение и до сегодняшнего дня остается самым популярным средством массовой коммуникации в России. Однако новые технологии не стоят на месте и в добавление к традиционным СМИ постепенно внедряется новое глобальное СМК – Интернет. По данным Фонда «Общественное мнение» с каждым годом количество Интернет-пользователей в России стремительно растет. Так, проникновение Интернет весной 2011 года составило 46% или 52,9 млн. человек, что составляет 1/3 населения страны [1]. Интернет-пользователь становится все моложе, а доступ к всемирной паутине – проще. Каждый современный мобильный телефон имеет возможность выхода в Интернет, также в крупных городах получает все большее развитие система широкополосного доступа в сеть Интернет и мобильный Интернет, все чаще в городах в общественных местах, на определенных территориях и даже в транспорте имеется wi-fi-доступ (бесплатный беспроводной Интернет).

На сегодняшний день Интернет и телевидение тесно связаны между собой. Телевидение – постоянно трансформирующееся средство массо-

вой коммуникации, активно применяющее современные технологии. Телеканалам в условиях новой информационной медиасреды, когда молодежь все чаще испытывает потребность в ресурсах Интернет, необходимо оказывать самим себе дополнительную рекламную и маркетинговую поддержку. Для этого новым телеканалам, ориентированным на конкретную целевую аудиторию со своими потребностями, предпочтениями, необходимо создавать собственные официальные сайты. Через подобные сайты телеканалы могут оказывать себе дополнительное рекламное продвижение. Данную точку зрения не раз выражали в своих публикациях американские специалисты по связям с общественностью, в частности Роб Браун – известный канадский PR-специалист, блоггер и публицист. В своих статьях он неоднократно говорит о том, что Интернет-среда требует других рекламных инструментов: мультимедийности – видео, музыки, интерактивности – форумов для обсуждений, социальных сетей. Что в этой новой среде следует работать по другому, используя тонкие ненавязчивые инструменты воздействия на аудиторию, такие как: форумы, где люди сами могут оставлять любые комментарии относительно любых продуктов канала, социальные сети, где человеку дается широкий круг возможностей. Под воздействием меняющегося общества создается новая Интернет-среда, в которой появляются Интернет-версии печатных СМИ, телеканалов, радиовещания. Создается новая Интернет-структура для новых типов коммуникаций (Интернет-среда) [2]. Новые телеканалы стараются максимально активно использовать новую медиасреду. Примером создания таких телеканалов для определенной целевой аудитории будут являться: СТС, ТНТ, МУЗ ТВ. Вещание данных телеканалов ориентировано на молодого зрителя, который проводит большое количество свободного времени в Интернет. Для этих сайтов очень важным моментом является рекламное продвижение именно через Интернет – в нем находится их зритель, их аудитория. Учитывая данную особенность своего зрителя, каналы обзаводятся своими корпоративными сайтами. Свои Интернет-сайты есть почти у каждого общенационального телеканала в России, есть такие сайты и у региональных телеканалов. На них потенциальный зритель получает дополнительную информацию об интересующей его программе или сериалах канала посредством рекламного информирования: через контекстную рекламу, которая позволяет юзеру при наборе запроса на интересующий сериал или программу в поисковых системах, перенаправиться первой же ссылкой на официальный сайт канала, транслирующий данный сериал; через баннерную рекламу, когда пользователь находится, например, на развлекательном портале, кликает на баннер программы определенного канала и его также перенаправляет на корпоративный сайт данного канала; новостная реклама, когда в тех же поисковых сис-

темах в разделах новостей находится анонс предстоящей вечерней серии рейтингового сериала телеканала. Сами сайты данных каналов построены с учетом особенностей и предпочтений целевой аудитории, на которую сайт рассчитан. Сайт изначально создается в поддержку канала, однако, затем может перерасти в самостоятельный продукт. Вы всегда можете посмотреть на сайте пропущенную серию вашего любимого сериала, передачи или фильм, кроме того, на некоторых сайтах вы сами для себя можете строить расписание сетки вещания (наиболее ярким примером является интернет-телеканал «Дождь») – очень удобно для тех, кто часто находится в дороге, отъезде, смотреть по ноутбуку, нетбуку, айфону, айпаду.

С целью выявления вышеобозначенных современных инструментов продвижения телеканалов нами было проведено исследование с применением качественного контент-анализа. Для анализа были отобраны две телекомпании федерального значения и одна - местного, наиболее подходящих по типу данного исследования – СТС, ТНТ и ТВ2.

Телеканал и его сайт между собой являются партнерами, выполняя функцию взаимопромещения – cross promotion. На телеканалах, обычно в конце транслирования передачи дается информация о том, что эту передачу, а также другие данного канала можно посмотреть на их официальном сайте. В свою очередь, на сайте размещены анонсы предстоящих программ, обсуждения, или афиша телевизионной премьеры.

Раньше, до появления Интернета телеканалы использовали достаточно традиционные способы собственного рекламного продвижения. Это могли быть баннеры на улицах, печатные рекламные буклеты, анонсы на радио и на собственном канале. Сейчас способы рекламного продвижения стали более тонкими по отношению к потребителю. Ранее присутствовала мономедийность (предпочтительное использование одного медиа носителя, например, печатной рекламы), сейчас – мультимедийность (одновременное использование видео, музыки, графических изображений).

В ходе анализа литературы было выявлено и выделено несколько способов рекламного продвижения: существующее перенаправление юзеров через контекстную рекламу, вирусный маркетинг (ссылки на группы любителей определенной программы канала в популярных соц-сетях), рекламные баннеры, форумы – talk ability. Последнее представляет собой активное обсуждение пользователями анонсов передач, прошедшие или будущие серии сериалов канала, т.е. обсуждение вокруг ТВ-продукта. А также рекламное продвижение в популярный в России социальных сетях. Первостепенной задачей телеканалов в данной среде будет являться перенаправление людей на свой сайт посредством кон-

текстной и баннерной рекламы, следующим этапом- непосредственная работа с людьми уже на самом сайте.

У телеканалов СТС и ТНТ есть несколько схожих характеристик в оформлении сайта, в содержании и инструментах рекламного продвижения. Каналы являются развлекательными, ориентированы на молодую аудиторию 18-35 лет.

И канал СТС, ТНТ на главных страницах своих сайтов имеют большие баннеры самых рейтинговых сериалов, идущих на канале в данный период. Для СТС это комедийный сериал «Светофор», для ТНТ новый сериал «Деффчонки». Сайты делают акцент на них, так как данные сериалы имеют высокие рейтинги.

Далее стоит отметить наличие на обоих сайтах элементов вирусного маркетинга. Имеются ссылки на самые популярные в России социальные сети с пометкой «Мне нравится!» (Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Twitter). Суть данного продвижения состоит в том, что пользователи соцсетей сами между собой выполняют функцию рекламного продвижения. Пользователь Петров отметил сериал «Деффчонки» телеканала ТНТ пометкой «Мне нравится!» в социальной сети Facebook, следом это подхватывается пользователем Ивановым, Смирновым, что в итоге образует подобие снежного кома. На официальных страницах телеканала СТС Вконтакте зарегистрированы 723719 участников. Высоко развиты элементы мультимедийности – есть видео, музыка, фото и интерактивности – коммуникация ведется по 322 темам для обсуждения. Немаловажным для продвижения канала является наличие на его сайте форумов для обсуждений сериалов, программ, фильмов, актеров.

Контекстное рекламное продвижение телеканала происходит через seo- оптимизацию [3]. Это позволяет пользователю через любую поисковую систему (Яндекс, Google, Mail.ru) находить интересующий его продукт телеканала. Первые же ссылки «перебросят» юзера на официальный сайт канала, на котором транслируется искомый объект. По такому принципу работают и СТС, и ТНТ.

Отдельного внимания заслуживают разделы обсуждений на данных сайтах – форумы. Это один из самых мощных примеров рекламного продвижения. Форумы на сайтах существуют для того, чтобы человек мог поделиться своими впечатлениями относительно конкретного ТВ-продукта. Особенность также состоит в том, что в обсуждении принимают участие одновременно достаточно много человек. Тема может быть поднята одна, а затем сместиться в другом направлении. На форумах каналов СТС и ТНТ представлены не только комментарии телезрителей, но также фото актеров, интервью с ними, видео со съемок.

У телеканала ТНТ на сайте присутствует раздел под названием «ТНТ в цифрах» для определенной целевой аудитории – потенциальных

рекламодателей, которым информация данного характера является интересной. В разделе описаны рейтинги канала за первый квартал 2012 года в цифрах. Это дополнительный источник рекламного продвижения. Сайт предоставляет информацию рекламодателю, таким образом продвигая свой канал.

Таким образом, телеканалы ТНТ и СТС являются хорошими примерами сочетания мультимедийности и интерактивности новой медиасреды на своих корпоративных сайтах. Для рекламного продвижения своих каналов используют новые ненавязчивые, тонкие методы воздействия на аудиторию.

На уровне нашего региона не все функции рекламного продвижения в Интернет- сайтах томских телекомпаний используются эффективно, но в Томске имеются каналы, использующие в своей практике данные инструменты продвижения. Наиболее удачным примером будет являться официальный сайт телекомпания ТВ2 Томск.

Группа сайтов телекомпания ТВ2 состоит из 3 блоков: агентство новостей ТВ2, телекомпания ТВ2, доска объявлений г. Томска «Строка.ру».

На сайт агентства новостей ТВ2 можно попасть путем использования контекстной рекламы, набрав запрос самой популярной программы канала «Час пик» в Яндекс или в Google. Первой же ссылкой человек попадает на сайт.

Следующим инструментом рекламного воздействия будет являться использование компанией вирусного маркетинга через соцсети. У телекомпания есть своя страница в Вконтакте (211 участников) и в Facebook, где выложены видео выпусков новостей («Час пик»), темы для обсуждения, фотографии ведущих, интервью.

Также телекомпания ТВ2 на главной странице своего сайта опубликовала flash- презентацией фотографии самых топовых ведущих канала ТВ2 Томск: Полина Оськина, Мелани Бачина, Юлия Мучник, Андрей Мурашов, Алексей Колосов, Наталья Пелых. Т.к. сайт является более информативным, чем развлекательным, на нем нет характерной развлекательным сайтам графического оформления и широкой мультимедийности.

На сайте отсутствует форум для обсуждения – это безусловный минус, потому как лишает канала дополнительной возможности рекламного продвижения. Здесь в качестве инструмента продвижения используется блоггинг (ссылки на известных блоггеров в России), однако, непосредственно к телеканалу данный метод отношения не имеет.

Несмотря на это, сайт содержит другие элементы, которых нет на сайтах каналов ТНТ и СТС, например социальную рекламу в защиту окружающей среды под лозунгом «Что будет с нашей планетой – нам не

фиолетово!», а также собственный проект канала, приуроченный ко дню празднования 9 мая «Бессмертный полк». Эти инструменты также можно отнести к способам рекламного воздействия.

Таким образом, новая Интернет- среда требует иного с ней обращения, других приемов взаимодействия с аудиторией посредством интерактива, использования мультимедийных возможностей. Рекламодатели, в том числе ТВ-компании осуществляют свою рекламную политику и используют новые рекламные возможности, способы взаимодействия с юзером. В число новых инструментов рекламного продвижения входят такие средства как контекстная реклама, вирусный маркетинг, рекламные баннеры, форумы-обсуждения talk ability, сообщества в популярный соцсетях.

Литература

1. Интернет в России [сайт] URL: ru.wikipedia.org/wiki/интернет_в_россии. (19.08.2011).
2. Браун Р. Как использовать социальные медиа в режиме 2.0. [электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.marketjournal.com/mikroekonomika/2.html>
3. Поисковая оптимизация [сайт] URL: [:ru.wikipedia.org/wiki/поисковая_оптимизация](http://ru.wikipedia.org/wiki/поисковая_оптимизация). (10.02.2010).
4. Казалупова А.А. Мониторинг социальных сетей[сайт] URL: : <http://www.advertology.ru/article42419.htm>
5. Лебедев Павел Видеохостинг [сайт] URL: [:http://www.advertology.ru/article62264.htm](http://www.advertology.ru/article62264.htm) (03.06.2008)
6. Телеконтент пошел вразнос в Интернете[сайт] URL: : <http://www.advertology.ru/article80082.htm> (24.05.2010)
7. Елена Рыцарева Труженики мышки и клавиатуры [сайт] URL: : <http://www.sostav.ru/articles/2010/08/04/ko3/> (04.08.2010).
8. Целевая аудитория: определение, этапы, методы исследования [сайт] URL: : [httpHYPERLINK "http://www.aup.ru/books/m160":// www.ESO-Online.ru](http://www.aup.ru/books/m160) (10.05.2010)

МИРОМОДЕЛИРОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

Ю. И. Хамчиновская, Н. А. Камарова

Томский государственный педагогический университет

С появлением массовой культуры реклама стала неотъемлемым ее компонентом, являясь, по сей день, носителем господствующего стиля эпохи. Однако на данный момент мы становимся свидетелями чего-то качественного нового, когда реклама не просто содержит в себе черты того или нового общества, культуры и искусства, но и сама формирует их. По мнению некоторых футурологов и социологов, философов

таких как Ф. Фукуяма, Ж. Бодрийяр, И. Ильин, в настоящее время мы живем в эпоху постиндустриального общества. Особенностью этого общества является постмодернистская философия жизни.

Постмодернизм зародился в период последних десятилетий века прошедшего, продолжив развиваться и диктовать моду уже в веке XXI в различных сферах современной культуры. Как и любое культурное направление, постмодернизм обладает рядом характерных признаков [1].

Первый признак – неверие в возможность дать конечное и полное описание реальности. На протяжении истории человеческой мысли каждая эпоха пыталась создать исчерпывающую модель действительности, но все эти попытки являлись лишь одним из многочисленных вариантов. Исходя из этого, постмодернисты приходят к выводу, что все предыдущие и последующие варианты миромоделирования лишь искажение реальности, а сама реальность остается сама по себе.

Второй признак – относительность ценностной системы. Нет четкого представления о том, какая из ценностей – положительная или отрицательная. Оценочные модусы ценностей варьируются от эпохи, культуры, общества. А значит, нет универсальных ценностей.

Третья черта постмодернизма – пластичность общественного и индивидуального сознания. Сознание заполняется идеологией своего времени и любой человек изначально лишается самостоятельности. Поэтому человеку можно вменить любое представление о реальности и о самом себе.

Постмодернизм вводит и раскрывает такое важное понятие как симулякр (от лат. *simulacrum* – «образ», «подобие»). Практически весь современный мир, по мнению Ж. Бодрийяра, функционирует как мир «кажимостей», видимостей, симулякров – фантомов сознания, мало соотносимых с реальностью, но воспринимаемых гораздо реальней, чем сама реальность. В толковании Бодрийяра симулякр выступает как объект потребления, объект-знак. Поэтому реальность явлена не как реальность, а как знак реальности [2].

Особенно важен последний аспект, т.к. именно он непосредственно влияет на формирование у людей информационных образов. Но симулякр подменяет реальность, моделируя абсолютно новый мир. И эти «подмены» постепенно вытесняют собой действительную реальность, вытаскивая человека из реальной коммуникации и помещая его в коммуникацию виртуальную. Сам человек постепенно перестает функционировать как субъект, он превращается в человека-объекта, который, подобно вещи, выполняет определенную функцию, фигурируя в виртуальной реальности.

По мнению Ж. Бодрийяра реклама в первую очередь меняет истинный смысл вещей, наделяя их знаками и симулякрами. Т.е. проис-

ходит изменение предметного значения вещи. В этом случае они обретают несвойственную им функциональность, надеясь определенными нерелевантными признаками.

Но на данный момент реклама не ограничивается подменой смысла только одной вещи. Она создает целые симулятивные пространства, моделируя самостоятельные реальности. Например, в рекламе турпакетов страна предстает как некий стереотип, выжимка из культурного, исторического своеобразия.

Однако реклама подменяет не только существующую реальность, но и прошлое и будущее. Это может быть как обычная стилизация под популярные сейчас эпохи, так и обращение к традициям в разных интерпретациях. Т.е. происходит некое смещение времени, когда рекламируемый объект помещается в нехарактерное для него смоделированное пространство.

В итоге современное рекламное сообщение строится в первую очередь на создании виртуальной реальности, способной подменить собой реальность настоящую.

Подобные подмены оборачиваются следующим:

1. Для успешного продвижения рекламируемого объекта необходимо манипулировать симулярами разных уровней сложности и уметь выстраивать их в целостную систему, образующую новую реальность, гораздо более привлекательную, чем существующая повседневность.
2. Но данная привлекательная реальность не является единственно возможной, она сменяется множеством других. В результате формируется невозможность в конечном счете создать реальность реальности, все попытки – это только знаки реальности, мнимости ее, что приводит к утрате реальности как таковой.
3. А если не существует хоть какая-то реальность, то где разместиться человеку. Он лишается самого себя, блуждая в поисках себя в несуществующих рекламных мирах и не находя себя, лишь на время обретая себя как знак, как виртуальность себя.

Литература

1. И. Ильин «Путь к очевидности»; изд. Русский колокол, 2005 г.
2. Ж. Бодрийяр «Общество потребления»; Санкт-Петербург, 2000 г.

ПОЛИТИКА И ПЕРСОНАЛИИ В ПЕРЦЕПТИВНОМ ПОЛЕ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА ТОМСКА

И. В. Шомас

Томский государственный педагогический университет

Научный руководитель: Т.А.Булатова, к.м.н., доц.

Восприятие политического лидера массовой аудиторией происходит в процессе его коммуникации с массовой аудиторией: через СМИ, на массовых мероприятиях, встречах, митингах, политических собраниях.

Общение является одной из основных форм коммуникации политических лидеров, возросла роль и значение качества общения для профессионального успеха. Карьера лидера зависит от эффективности общения с электоральной аудиторией. Общение лидеров стало намного разнообразнее.[2,11] В постоянную практику вошли различные модели общения, которые при помощи психологических механизмов влияния создают основу позитивного отношения масс, в карьере любого политического лидера. Вместе с тем происходят интенсивные изменения технологий и форм общения, что позволяет говорить о сложившихся в моделях психологического общения политических лидеров. Для того чтобы успешно конкурировать, лидер должен постоянно повышать эффективность общения, опираясь на изучение психологических механизмов положенных в основу выбранной и используемой модели. [2,9,11]

Каждый политический лидер обладает специфическими чертами характера, апробированными методами воздействия на массы, способами достижения поставленных целей.[1,2,5] Исходя из различных критериев, можно выделить разные типы политических лидеров. По масштабности различают лидеров общенациональных, определенного класса, тех или иных социальных слоев.[6,8] Одна из распространенных классификаций: лидеры разделялись на львов и лис (Парето). Тип политика-лисы соединяет в себе такие качества, как умение лавировать, предугадывать ход событий, скрывать свои истинные цели, намерения, быть хитрым, осторожным, уметь не попасть в расставленные капканы, запутать свои следы. Политики-львы чаще всего действуют прямолинейно, методом силового давления и чаще всего попадают в калкан. Их основной принцип — сокрушить противника в решающий момент в открытом бою. Идеальный тип — политик, обладающий сокрушающей силой и твердостью льва, ловкостью и хитростью лисы.[2,6]. Любому политику необходимо уметь общаться с аудиторией, будущими электоральными массами.

Помимо владения функциями общения каждому человеку, а тем более политическому лидеру, для эффективного взаимодействия не-

обходимо оперировать всем многообразием существующих моделей общения. Чаще всего в коммуникации выделяют синтоническую, убеждающую, экспрессивную и внушающую (суггестивную) модель общения.[1,2,4,6,9, 10,11]

Для изучения психологии восприятия политики, локальной политики и отдельных представителей политики г.Томска массовой аудиторией, был проведен социологический опрос, общая выборка составила 100 человек. В процессе исследования были выделены следующие сегменты по социодемографическим параметрам:

- молодёжь (от 18 до 25 лет) -38 человек ;
- люди среднего возраста (от 25 до 40 лет) – 30 ;
- люди от 40 и старше – 32 человека;

Из 100 опрошенных человек женщин и мужчин было примерно поровну.

Первый вопрос «Интересуетесь ли Вы политикой?» был задан горожанам с целью определить когнитивную составляющую вовлеченности населения в политику. Представление ответов в % и диаграммах удобно для восприятия, однако характеризует лишь тенденцию, так как общий объем выборки по выделенным сегментам не достигал 100 человек.

Исходя из результатов, полученных от респондентов оказалось, что из трёх выделенных возрастных групп политикой больше интересуются люди среднего возраста(76,76%). На второй позиции оказалась молодежь(60,53%). И на третьей позиции люди старшего возраста(53,13%).

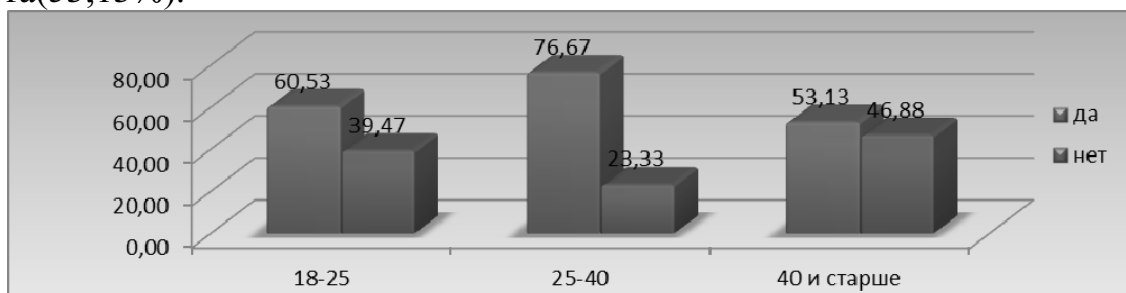
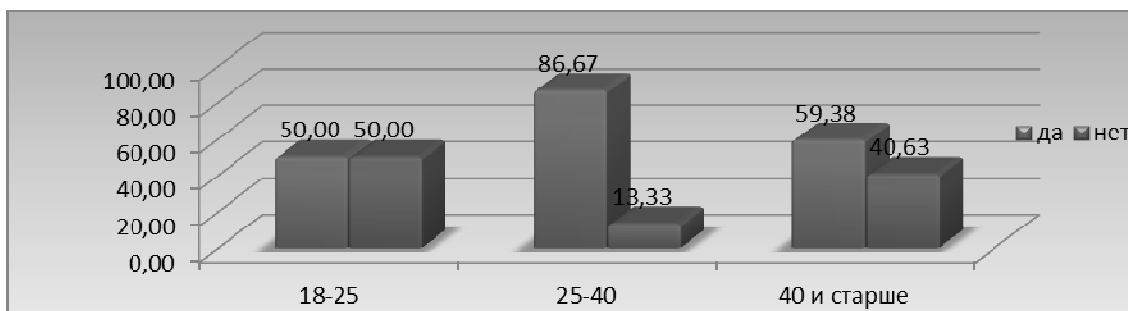


Рис.1 Распределение ответов респондентов по вопросу №1: Интересуетесь ли Вы политикой?

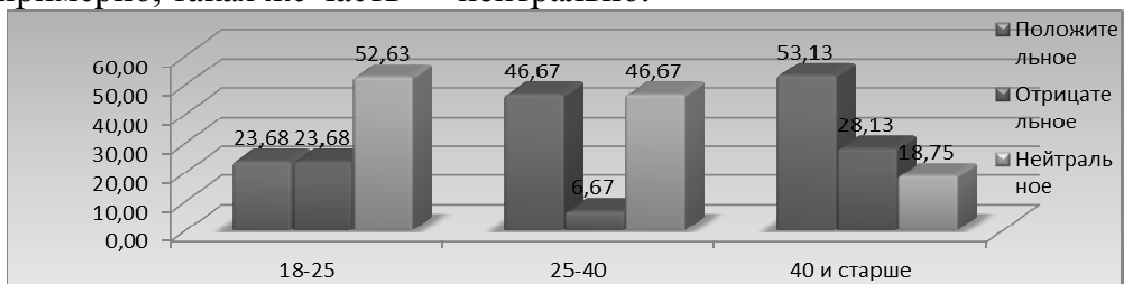
Вопрос №2 «Вы интересуетесь политикой Томска? Результаты показали , что больший интерес к политике просматривается у людей среднего возраста (86,67%). У молодежи интерес к политике вообще (большой политике) больше, чем конкретно к городской политике. А людей среднего возраста и старшего(почти половину), наоборот, больше интересует Томская политика.



**Рис.2 Распределение ответов респондентов по вопросу №2:
Вы интересуетесь политикой Томска?**

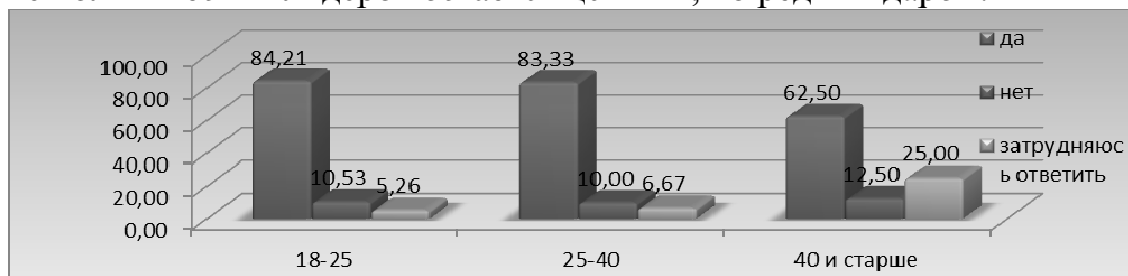
В вопросе №3 «Ваше отношение к политикам?» наблюдается расхождение во мнениях людей разных возрастных сегментов. Больше половины молодежи нейтрально относится к политикам, остальная часть делиться поровну на тех кто относится положительно или отрицательно. У людей среднего возраста, сложился паритет между положительным и нейтральным отношением. Доля людей с отрицательным отношением весьма мала.

Половина старшего поколения в целом положительно относится к политикам, Однако примерно четверть - настроены отрицательно и примерно, такая же часть — нейтрально.



**Рис.3 Распределение ответов респондентов по вопросу №3:
Ваше отношение к политикам?**

В вопросе №4 «Согласны ли Вы с мнением, что политики, которые способны зажечь толпу своими речами, более успешны в своем деле? С этим мнением в равной степени согласилась большая часть молодежи (84,21%), респондентов среднего возраста (83,33%) и люди старшего возраста. Тем самым нужно признать, что харизма в имидже политических лидеров остается ценным, но редким даром.

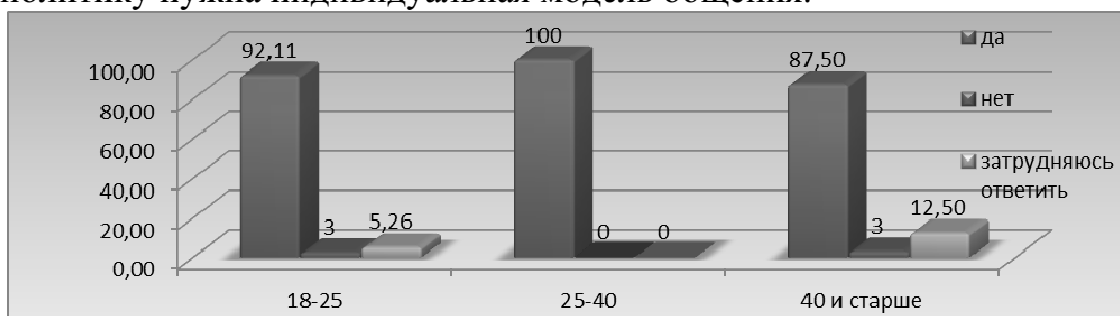


**Рис.4 Распределение ответов респондентов по вопросу №4:
Согласны ли Вы с мнением, что политики, которые способны зажечь толпу своими речами, более успешны в своем деле?**

Вопрос №5: Почему, по вашему мнению, мало женщин политиков?

Этот вопрос был задан с попыткой узнать, какие психологические характеристики женщин не укладываются в требования современной политической конъюнктуры. Ответы продемонстрировали, что российская аудитория, видимо, долго не увидит женщину в образе реального, серьезно действующего политика. Менталитету современной России не сможет противостоять патриархальная психологическая модель. Этот вопрос был открытый, и респонденты высказывали свое мнение, по этому поводу. Прозвучал даже лозунг “Свободу женщинам!”. С другой стороны, было высказано мнение, что женщина должна сидеть дома, «потому что нужно кормить детей». Но в основном сложились мнения, что “не женское это дело”, что женщины слишком эмоциональны и порой не контролируют свои эмоции.

В вопросе №6: Важно ли иметь политику свою индивидуальную модель общения? Практически все пришли к консенсусу, что все-таки политику нужна индивидуальная модель общения.



**Рис.6 распределение ответов респондентов по вопросу №6
Важно ли иметь политику свою индивидуальную модель общения?**

Интересно, было определить мнение людей по поводу способов общения (модели общения) политиков с аудиторией. Для этого был задан вопрос №7 «Важно ли политику иметь свою индивидуальную модель общения с людьми?»

Большинство респондентов дали положительный ответ.

К вопросу №7: Какие, по вашему мнению, из перечисленных черт подходят тому или иному политику?

Таблица 1

Распределение коммуникативных характеристик политиков г. Томска по результатам анкетирования респондентов

	Мэр г. Томска Николайчук Николай Алексеевич	Председатель Думы г. Томска Ильиных Сергей Евгеньевич	Губернатор Томской области Кресс Виктор Мельхиорович
--	--	--	---

Его речи вызывают бурю эмоций	92	79	84
В его речах наблюдается повышенная эмоциональность, впечатлительность	23	46	38
Речи сопровождаются фактической информацией	77	85	40
Убедителен, его речь вызывает восторг	63	38	49
В его речах чувствуется уверенность	54	51	84
Речи сопровождаются обильной жестикой	33	47	27
Апеллирует к эмоциями слушателя	51	42	55
Вызывает доверие к своим словам в речах	34	22	38

В вопросе №7 у разных политиков респонденты отмечают разные стороны политического образа (существуют как бы "пакеты качеств"). Это говорит о том, что в сознании населения не существует единого образа политического лидера. Такое осознание невозможно было бы, скажем, во времена И. Сталина, когда доминирующим был образ универсального, лично контролирующего все сферы жизни общества лидера. Выделены категориальные структуры, в рамках которых происходит восприятие образов политиков среди респондентов: Данные характеристики являются обобщенными инвариантами восприятия – установками, принадлежащими некоему коллективному субъекту. Значение полученных результатов в том, что они позволяют представить те характеристики, по которым в первую очередь оцениваются политики в массовом сознании людей. Например по нашим данным, мэра Н.Николайчука оценили, как эмоционального на митингах, но в целом , сдержанного лидера, который умеет убеждать и отстаивать свое мнение. Председателя Думы г. Томска С. Ильиных оценили, так же как и Н.Николайчука, но ему не так доверяют, так как он, по мнению респондентов, бывает чересчур эмоциональным, и содержание его речей не всегда оправдано. Губернатора В.М. Кресса больше оценили как лидера использующего, по нашей интерпретации ответов респондентов, внушающую модель общения.

Таким образом, наше пилотное исследование подтвердило заинтересованность масс в политической сфере жизни. Можно утверждать, что в сознании людей сложилось в целом положительное отношение к политикам, как к людям, способным реально влиять на изменения в стране, регионе, городе. Среди опрошенных респондентов сложился свой образ политического лидера. Однако, образ реального политика содержит, в целом, как положительные черты, так и частью населения, воспринимается негативно. Индивидуальность политика, проявляющаяся в его общении с народом, приветствуется людьми. Существуют и особенно влиятельные модели экспрессивного общения, к которым относится харизматическая, присущая людям определенного темперамента и волевых свойств.

Сегодня массовое сознание активно включаются в политические процессы, мониторинг этого состояния представляет предмет и интерес для дальнейшего изучения.

Литература

1. Авцинова Г. [Электронный ресурс]: "Типология политического лидера".- URL: <http://psyfactor.org/polit3.htm> (дата обращения 07.04.2012)
2. Баранова О. В. [Электронный ресурс]: Диссертация "Повышение эффективности общения современных политических лидеров".-URL: http://planetadisser.com/see/dis_72391.html (дата обращения 07.04.2012).
3. Википедия [Электронный ресурс]: URL: <http://ru.wikipedia.org/> (дата обращения 25.04.2012).
4. Дейвис Ф. Ваш абсолютный имидж. Книга для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин. // Пер. с англ. М., 1997.
5. Инесса Гольдберг, Николай Денисенков "Психологический портрет Путина".-URL: <http://psyfactor.org/lib/putin3.htm> (дата обращения 07.04.2012).
6. Климова С.Г., Якушева Т.В. Образы политиков в представлении россиян // ПОЛИС: Политические исследования. 2000. № 6.
7. Московичи С. М. 67. Век толп Исторический трактат психологии масс. // Пер. с фр. М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998.
8. Ольшанский Д.В. "Основы политической психологии" Учебное пособие для вузов // Ольшанский Д.В. Екатеринбург: Деловая книга, 2001. .
9. Панфилова А.П. "Теория и практика общения": учебное пособие для студентов сред. учеб. заведений // А.П. Панфилов. – М.: Издательский центр «Академия», 2007.
10. Скопылатов И.А., О.Ю. Ефремов "Управление персоналом" // – СПб.: Изд-во Смольного ун-та, 2000.
11. Леонтьев А.А. Деятельность общения как объект научного исследования // Психология общения. — М.: Смысл, 1999.

Научное издание

**II Всероссийский фестиваль науки
XVI Международная конференция
студентов, аспирантов и молодых ученых
«Наука и образование»,
посвященная 110-летию ТГПУ
(23–27 апреля 2012г.)**

В 5 ТОМАХ

**ТОМ III
ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ**

**ЧАСТЬ 2
ПСИХОЛОГИЯ.
РЕКЛАМА. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Технические редакторы: П. А. Шевченко, В. Ю. Горбунов
Ответственный за выпуск: Л. В. Домбраускайте

Подписано в печать: 04.07.2012

Сдано в печать: 16.07.2012

Тираж: 100 экз.

Заказ: 668/Н

Формат: 60x84^{1/16}

Бумага: офсетная

Печать: трафаретная

Уч. изд. л.: 21,5

Усл.-печ. л.: 18,7

Гарнитура: Times NR

Издательство Томского государственного
педагогического университета

634061, г. Томск, ул. Киевская, 60. Тел.: (382-2) 52-12-93

e-mail: tipograf@tspu.edu.ru

Отпечатано в типографии ТГПУ,
г. Томск, ул. Герцена, 49. Тел.: (382-2) 52-12-93