



Научно-издательский центр «Социосфера»
Витебский государственный медицинский университет
Сургутский государственный университет
Пензенская государственная технологическая академия

**ПРАКТИКА КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ
В СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЯХ**

Материалы II международной научно-практической
конференции 1–2 декабря 2011 года

Пенза – Сургут – Витебск
2011

УДК 316.77+159.9
ББК 72

П 69 Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях: материалы II международной научно-практической конференции 1–2 декабря 2011 года. – Пенза – Сургут – Витебск: Научно-издательский центр «Социосфера», 2011. – 149 с.

Редакционная коллегия:

Бутенко Надежда Алексеевна, кандидат философских наук, доцент кафедры философии Сургутского государственного университета.

Девярых Сергей Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики Витебского государственного медицинского университета.

Дорошина Илона Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры педагогики и психологии Пензенской государственной технологической академии.

Данный сборник объединяет в себе материалы конференции – научные статьи и тезисные сообщения научных работников и преподавателей. Освещаются вопросы формирования коммуникативной компетентности в рамках образовательного процесса. В некоторых статьях затрагиваются психологические проблемы и факторы коммуникативного поведения. Ряд публикаций посвящен рассмотрению его социокультурных и лингвистических аспектов.

ISBN 978-5-91990-047-4

УДК 316.77+159.9
ББК 72

© Научно-издательский
центр «Социосфера», 2011.
© Коллектив авторов, 2011.

СОДЕРЖАНИЕ

І. ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Чакова И. Н. Эмоциональная культура и общение детей младшего школьного возраста.....	5
Михеева Ю. В., Петрова Л. А. Показатели воспитанности – основа нравственности.....	8
Насирова Н. Р. Психологические аспекты нравственного самосознания личности студента.....	12
Девярых С. Ю. Фамилизм как интегральное личностное образование	16
Голубев В. Н. Стили родительского отношения и развитие коммуникативных умений ребенка.....	19
Королёв М. Г. Источники информации студенческой молодежи по вопросам семьи и родительства.....	22
Ефимова Д. В. Современные особенности профессионального самоопределения старших подростков, развивающихся в норме и с задержкой психического развития	25
Заричная Т. П., Бушуева И. В., Ткаченко Н. А. Психологические особенности коммуникации при изучении провизорами-косметологами «Этико-деонтологических аспектов в отрасли»	30
Коновалова О. В. Стилевые характеристики общения современного педагога.....	32
Абросимова Ю. А. Психосемантика образа интегрированной личности в контексте коммуникативной компетентности.....	36
Ефимова Д. В. Толерантность как компонент современной цивилизованной личности.....	54
Ефимова Д. В. Многоаспектная интолерантность как издержка развития современной цивилизации.....	58
Цветков А. В., Рябинин С. А. Особенности личности лиц, зависимых от интернета	61

II. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Кукарников Д. Г. Власть и коммуникация	72
Ермакова Е. В. Воздействие процессов глобализации на коммуникативное поведение.....	75
Большакова А. Ю. Теория архетипа и проблемы коммуникации	77
Алиева З. М. Проблема коммуникативного поведения человека в творчестве Мухаммеда Икбала.....	88
Шахгусейнова С. А. Искусство – носитель опыта коммуникативного общения	91
Шалимов А. Б. Мем-театр: влияние культуры новых медиа на познание мира человеком	94
Грицков Ю. В., Кузнецова В. В. Возможности применения коммуникативных технологий PR в системе воспитания патриотизма в молодежной среде	97
Османова Ф. И. Лингво-культурологические аспекты метафоризации	102
Субхангулова Л. Г. Лингвокультурологическая концепция обучения башкирскому языку	112
Шафиева Р. Ш. Национально-культурная специфика азербайджанских и чешских сравнительных оборотов с компонентом-фитонимом как объект лингводидактики	113
Околелова О. Н. Моральные суждения как отражение фатической коммуникации в английском и русском языках	122
Ситдикова М. Г. Особенности проявления коммуникативных стратегий в сочинениях выпускников.....	127
Крыцин А. С. Сопоставительный анализ как метод контрастивной лингвистики	135
План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Белоруссии, Казахстана, Ирана, Польши, Украины и Чехии на базе НИЦ «Социосфера» в 2011 году	138
Информация о журнале «Социосфера»	142
Издательские услуги НИЦ «Социосфера»	147

І. ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И ОБЩЕНИЕ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

И. Н. Чакова

Детский сад № 92, г. Оренбург, Россия

Summary. This article describes the relationship of emotional culture and process of communication. Special attention is given to junior school age. Teachers are offered a number of practices conducive to the successful development of students' communication skills and experience of emotional response.

Key words: communications; communication skills; emotion; emotional culture; emotional sphere; society.

Активное использование технических новинок, несомненно, облегчает жизнь современного человека. Компьютер и телевизор служат источниками информации, «домашние помощники» экономят время и улучшают условия жизни. Но, к сожалению, человек, окружив себя техникой, отдаляется от человека. Процесс живого вербального общения заменяют опосредованные коммуникации в Интернете. При общении в виртуальной реальности эмоции утрачивают свое значение.

И никого уже не удивляет девальвация нравственных ценностей. Явным дефицитом стали сегодня такие чувства, как доброта, великодушие, совесть. Недостаток эмоциональной культуры, проявляясь в бестактности, грубости, равнодушии, приводит к серьезным социальным последствиям – разобщению людей, которые соединены общими целями, родственными отношениями.

Условия жизни современных людей привели к ситуации, когда многие знания и умения, которые до недавнего времени приобретались в житейском опыте, оказываются недостаточными для нормального существования в социуме. Поэтому их формирование становится задачей образования.

Особое значение в этом процессе приобретает умение распознавать эмоции других людей по их внешним проявлениям, способность выражать собственные эмоции так, чтобы другие люди понимали их, управлять собственными эмоциями, справляться со стрессами. Все эти знания, умения и навыки, лежащие в основе эмоциональной культуры, необходимы для процесса общения.

Обучение науке общения начинается в старшем дошкольном возрасте и активно продолжается в младшем школьном.

Младший школьный возраст является сензитивным периодом развития эмоциональной сферы, так как, попав в новые социальные

условия, ребенок начинает по-новому и более внимательно постигать мир, узнавая новое, яркое, эмоционально реагировать; усложняется система взаимоотношений, в его жизнь входит учитель и коллектив одноклассников.

От того, насколько ребенок умеет контролировать свое эмоциональное состояние, зависит построение взаимоотношений с окружающими его сверстниками. Не секрет, что вспылчивому, не сдерживающему свой гнев ребенку гораздо сложнее обрести друзей и найти свое место в новом социуме.

Очень важно, чтобы ребенок не сдерживал свои эмоции, а умел выражать их в социально приемлемой форме. Поэтому основная цель воспитания эмоциональной культуры заключается не в исключении или игнорировании отрицательных эмоций, а в воспитании правильного отношения к их появлению и обучении выражению их с точки зрения норм и правил, принятых в обществе.

Если ребенок умеет определять свое эмоциональное состояние, то при возникновении различных ситуаций в режиме школьной жизни у него появляется возможность регулировать свои аффекты, проявлять эмоциональную устойчивость.

В компании сверстников устанавливаются свои детские правила и нормы поведения, которые дети могут изменять от ситуации к ситуации. Одноклассники договариваются, согласовывают свои интересы. Умение согласовывать действия ведет к развитию умения строить сотрудничество в социуме детей, имеющих разный опыт, мыслящих и чувствующих по-разному. В ходе таких эмоциональных межличностных отношений ребенок пробует занять позицию другого человека и предлагает партнеру примерить свою. Для него приобретают значение эмоции и чувства, которые испытывают к нему. И если основным регулятором отношений между дошкольниками служит удовольствие от совместного времяпровождения, то для школьника важны доброжелательность и расположение, возникшие на основе взаимного доверия и взаимопонимания [2].

У ребенка, хорошо владеющего «языком» эмоций, не возникает проблем в определении эмоционального состояния других людей, что необходимо для продуктивного общения в новом коллективе.

Какие приемы может использовать педагог для развития коммуникативных навыков у детей? Это может быть создание ситуаций, мотивирующих детей на вступление в диалог. Например, коллективная работа, когда в целях получения положительного результата необходимо уметь договориться со всеми участниками процесса.

Это может быть театрализация. При этом эмоции очень тесно переплетаются с навыками общения. Активно используются мимика и жесты. Чтобы усложнить процесс, можно предложить договориться о выборе будущей роли с рядом сидящим ребенком, а не с тем, с

кем хочется. Таким образом отрабатывается навык ведения позитивного диалога.

Очень широко могут использоваться игровые упражнения. В сборниках Р. Р. Калининой [3], Г. Б. Мониной, Е. К. Лютовой [4] и других авторов предлагаются специальные игровые упражнения, развивающие коммуникативные навыки, эмоциональную сферу и способствующие сплочению детского коллектива.

Интересен прием моделирования, или ролевого проигрывания ситуаций. Отличие от театрализации заключается в том, что группе детей предлагается лишь начало истории, а продолжить ее путем инсценирования необходимо самостоятельно. Остальные дети выступают в роли зрителей, но при желании могут обыграть свои варианты. При этом хорошо прослеживается уровень эмоциональной культуры учащихся.

В младшем школьном возрасте ребенок накапливает опыт положительного взаимодействия со сверстниками. Это общение требует согласования точек зрения, и потому дети вынуждены проявлять некоторую изобретательность в понимании друг друга, иначе контакты быстро распадаются. Сверстник в большей степени, чем взрослый, учит ребенка учитывать интересы и желания партнера [1].

Отсутствие гибкости в процессе общения делает ребенка одиноким, лишает его радости общения, веселых игр и занятий.

Таким образом, способность выразить тонкие и сложные чувства, понять другого, выразить свое отношение к происходящему является основой для развития согласованности в общении.

Библиографический список

1. Ветрова В. В. Уроки психологического здоровья. – М.: Педагогическое Общество России, 2000. – 186 с.
2. Кабанова М. Н. Готовимся к школе. – М.: Олма-Пресс, 2003. – 224 с.
3. Калинина Р. Р. Тренинг развития личности дошкольника. – СПб.: Речь, 2002. – 155 с.
4. Лютова Е., Мониная Г. Шпаргалка для взрослых. – СПб.: Речь, 2002. – 135 с.

ПОКАЗАТЕЛИ ВОСПИТАННОСТИ – ОСНОВА ПРАВСТВЕННОСТИ

Ю. В. Михеева, Л. А. Петрова

Центр детского творчества «Сулпан»,

г. Уфа, Республика Башкортостан, Россия

Объединение детских, подростковых, молодежных клубов
«Йэшлек», г. Уфа, Республика Башкортостан, Россия

Summary. Considering innovative technologies and diagnostic toolkit for formation of healthy moral generation, we had been developed a key, to diagnostics of indicators of good breeding allowing to trace certain distortions in morals.

Key words: morals; spirituality; system; generation; perfection; society.

Национальные интересы современной России заключаются в духовном обновлении общества, в утверждении идеалов нравственности и гуманизма. Духовное единение народа и объединяющие людей моральные ценности – это такой же важный фактор развития, как политическая и экономическая стабильность. Общество способно ставить и решать масштабные задачи, когда у него есть общая система нравственных ориентиров [3, с. 5]. Будущее нашего мира зависит от того, какими нравственными идеалами, нормами вдохновляется и руководствуется подрастающее поколение, молодежь.

Из вышесказанного следует, что в нашем обществе для формирования высоконравственного поколения необходимо совершенствование образовательного и учебно-воспитательного процесса, причем не только через инновационные технологии, но и с использованием диагностического инструментария.

По мнению А. З. Рахимова, нравственность представляет собой совокупность норм и правил, регулирующих отношения людей в обществе на основе общественного мнения, которые или стимулируют, или тормозят их поведение и деятельность [4, с. 74].

С точки зрения Г. Р. Шафиковой, нравственность рассматривается как одно из измерений духовности [6, с. 16].

Духовность – это стремление человека соотносить свое конечное во времени и пространстве существование с вечностью, выйти за границы своего бытия [2, с. 53].

Духовность есть любовь к качеству и воля к совершенству во всех областях жизни [5, с. 337].

В. Л. Бенин указывает, что «„нравственность” уже понятие морали» [1, с. 29].

По нашему мнению, нравственность в человеке наблюдается в определенном показателе воспитанности, который включает требовательное отношение не только к себе, но и окружающим, чувство ответственности, любознательность, трудолюбие, бережливость,

гражданственность при обязательном соблюдении общественно-нравственных норм поведения.

Учитывая вышесказанное, нами был разработан ключ к диагностике показателей воспитанности для детей 7–11 лет.

Таблица 1

Показатели воспитанности

№ п/п	Показатели воспитанности	Признаки проявления различных уровней воспитанности		
		3 – высокий	2 – средний	1 – низкий
1	Гражданственность	свойственна ребенку, который готов и способен активно участвовать в делах коллектива, сознательно и с удовольствием выполняет свои обязанности	без интереса, с психологическим недоверием и с значительным нарушением норм поведения участвует в мероприятиях	у ребенка присутствует безучастность, безразличность, равнодушие к участию в жизни окружающих
2	Ответственность	надежность, честность в отношении себя и других; это осознание и готовность признать, что результат (реакции), который ты получаешь в ходе твоих поступков и действий, и есть следствие твоих поступков	владение основными навыками, умениями объяснять и показывать, как он добился этого результата	ребенок не подчиняется и не способен соблюдать этические нормы, направленные на благо собственное и окружающих
3	Бережливость	не портит имущество, бережно относится к природе. Активен в	предусматривает заботливое отношение к матери-	неряшлив, требует постоянного контроля в поддержа-

		поддержании чистоты и порядка	альным и духовным благам не только имущества окружающих, но и к собственному	нии чистоты и порядка
4	Любознательность	внутренняя заинтересованность в получении новой информации не только с целью удовлетворения познавательной потребности, но и готовность прислушиваться к опытным советам знающих людей	активный интерес к окружающему миру, явлениям, людям. Осознает личную и общественную значимость знаний	не осознает значение знаний, получает знания без интереса с уверенной позиции, что это ему не нужно
5	Трудолюбие	это ярко выраженное позитивное отношение личности к трудовой деятельности, с одной стороны, отчетливо проявляющееся на поведенческом уровне, а с другой – на определенном этапе личностного развития формирующееся как одна из стержневых черт личности. Ребенок адекватно оценива-	наличие не только желания старательно и добросовестно трудиться, но и адекватная реакция в случае необходимости оказания помощи в совместном деле при успешном его завершении	трудится при наличии побуждений и контроля со стороны взрослых

		ет свой вклад в решение общегрупповой задачи, иногда даже приуменьшая свой вклад в ее успешное выполнение		
6	Требовательность к себе, стремление к самосовершенствованию	объективно оценивает свои познавательные возможности и черты характера. Настойчиво работает над собой	в определенные моменты адекватно оценивает свои возможности и периодически под давлением окружающих без интереса требователен к себе	несамокритичен, работать над собой не умеет, нуждается в постоянной поддержке со стороны окружающих

Результаты данной анкеты позволяют выявить у ребенка показатель воспитанности. При его низких и средних уровнях педагогу необходимо обратиться к психологу, который проведет коррекционную работу, способствующую устранению нарушений в поведении.

Библиографический список

1. Возвращение к нравственности: в помощь учителю / сост. и науч. ред. Г. П. Ников – Уфа: Башгоспединститут, 1993. – 137 с.
2. Кондрашов В. А., Чичина Е. А. Этика. Эстетика. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 512 с.
3. Милеев А. В. Формирование ценностной направленности студента – будущего учителя: монография. – Самара: Изд-во СГПУ, 2009. – 113 с.
4. Рахимов А. З. Нравология: учеб. пособие. – Казань: Творчество, 2006. – 546 с.
5. Слободчиков В. И., Исаев Е. И. Основы психологической антропологии. Психология человека: Введение в психологию субъективности: учеб. пособие для вузов. – М.: Школа-Пресс, 1985. – 384 с.
6. Шафикова Г. Р., Бондаренко Г. В. История психологии нравственности. Религиозно-философские аспекты (от древности до современной психологии): монография. – Уфа, 2007. – 330 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НРАВСТВЕННОГО САМОСОЗНАНИЯ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА

Н. Р. Насирова
Бакинский государственный университет,
г. Баку, Азербайджан

Summary. The urgency of ethno psychological aspects of moral consciousness of the student's person is caused not only practical needs formations of highly skilled experts, but also that in the conditions of dynamical development of public relations the moral shape and consciousness level every of the person is exposed to the big changes.

Key words: student's youth; moral consciousness; psychological aspects of moral consciousness.

Известно, что люди одного поколения всегда несут на себе печать своего времени. Социальные условия, особенности и уровень национального самосознания, а также задачи эпохи определяют жизненные цели, формируют уровень самосознания людей. Отношение студента к своему поколению, его нравственной сфере также связано с общим мироощущением и направленностью его мыслей и идеалов.

Для раскрытия духовного мира современной студенческой молодежи большое значение имеет изучение содержания его нравственного идеала и особенностей его самосознания в процессе становления личности. Следует отметить, что в нравственном идеале молодежи в целом отражается жизненная позиция личности по отношению как к своему индивидуальному росту, так и к духовному миру своего народа. Познавая и оценивая себя с позиций нравственного идеала, студенты, критически относясь к своей личности, образу жизни и возможностям, стремятся произвести перестройку своего духовного облика с целью сближения со своим нравственным идеалом.

Процесс формирования морального облика, особенно нравственных качеств подрастающего поколения – довольно сложная и многогранная проблема, которая привлекала внимание многих исследователей. В частности, к этой проблеме обращались в России Л. М. Дробижева, А. Т. Здравомыслов, И. С. Кон, Б. Ф. Поршнев, З. В. Синкевич, Ф. К. Дашдамиров, О. И. Дреев, Г. В. Каранацвили, Т. Д. Марцинковская, К. Н. Хабибулин и др. Из представителей психологической науки мирового уровня следует назвать Э. Эриксона.

В зависимости от характера, уровня интеллектуального развития и культуры, ценностных ориентаций, от мировоззрения, уровня адекватного самоотражения и самосознания, ряда других факторов формируется образ «Я» и у студенческой молодежи.

Известно, что для правильного формирования образа собственного «Я» у студенческой молодежи необходимо наличие высо-

кого нравственного идеала, который обычно ориентируется на видных общественных деятелей (поэтов, писателей, ученых и т. д.). Сравнивая свое «Я» с идеальным образом «Я», молодой человек стремится стать ближе к своему идеалу. Для понимания смысла нравственного поведения вообще человека и в частности студенческий молодежи необходимо знать, каков эталон человека, в том числе и у студенческой молодежи, и каково соотношение между эталоном и собственным образом «Я».

Есть ли стремление у студенческой молодежи стать ближе к своему нравственному эталону, и каков мотив данного стремления? На этом этапе критическое отношение к своей личности выступает как необходимое условие самосознания и оценки своего «Я» у студенческой молодежи. Оно же является основой для создания собственных мотивов нравственного самосознания. Высокоразвитая критичность мышления в известном смысле образует вершину личностных качеств человека, и особенно у студенческой молодежи.

Известно, что одно и то же действие, в зависимости от определяющих его мотивов и преследуемых целей, может приобретать различные значения. Поэтому характеристика поведения личности студента, основанная на внешней результативной стороне, в значительной степени формальна. Более того, важным является изучение мотивационной сферы личности представителя студенческой молодежи, т. е. раскрытие мотивов, побуждающих ее к тем или иным поступкам. Мотивы могут воплощать в себе подлинно общественные потребности личности, но могут и представлять эгоистические интересы. Все это находит свое отражение в моральной сфере студентов и в наибольшей степени их нравственном идеале. Знание нравственного идеала дает возможность прогнозировать моральный облик будущего специалиста, что в значительной степени касается студенческой молодежи.

Следует иметь в виду, что развитие и формирование моральных качеств у подрастающего поколения, особенно у студенческой молодежи, зависит от множества факторов социально-психологического плана. Здесь существенную роль играет то, насколько молодые люди глубоко осознают значение этнических особенностей своего народа, насколько знакомы с особенностями национального самосознания не только своего народа, но и своих сверстников, и, самое главное, насколько глубоко знакомы с историей развития и становления национального самосознания своего народа. Исследования показывают, что большинство молодых современников с удовлетворением думают о своем поколении. Они, можно сказать, даже гордятся своей принадлежностью к нему. Чувство общности, причастности к его делам дает молодым людям силу, уверенность в осуществлении своих целей и планов. Наряду с этим им свойственно критическое и требовательное отношение к ровесникам. Они строго и принципиально оценивают со-

временника, не хотят мириться с его отрицательными чертами в сознании и поведении.

Молодежь большое значение придает характеру человеческих отношений и моральному облику своих современников. Честность, душевность, доброта, отзывчивость рассматриваются ими как наиболее важные качества, необходимые для взаимопонимания, уважения, доверия.

Когда молодой человек считает, что честность есть главное качество человека, то этим он выражает свое отношение и к тому, что есть, и к тому, что должно быть или чего не должно быть. Он ценит правдивость, искренность, верность слову, принятым обязательствам и убеждениям.

Как показало наше исследование, в числе главных качеств личности студентами были отмечены следующие: стремление к знаниям (87 %), трудолюбие (73,3 %), отзывчивость (82,8 %); принципиальность, (89,1 %), идейная убежденность (59,2 %), скромность (86,4 %), высокая культура (81,1 %). Это наиболее важные отличительные черты характера нашего современника. Из перечисленного наиболее показательным является стремление студенческой молодежи к знаниям, повышению образования, уровня квалификации, открывающим простор для творчества, изобретательства, научного поиска. Это еще раз убедительно подтверждает одну из главных тенденций развития личности студента в современных условиях – значительно возросшие требования к умственному совершенствованию человека. Для этого есть все необходимые условия. Научно-технический прогресс современного общества обеспечил не только большие успехи в области материальной культуры, но и раскрыл большие перспективы для всестороннего развития личности, создал своеобразный интеллектуальный и моральный климат.

Результаты исследования показали, что в формировании нравственного идеала у студенческой молодежи наблюдаются различные тенденции, которым не всегда свойственна динамика иерархически связанных положительных особенностей. Ценностно-ориентирующие и регулятивные функции нравственного идеала имеют своеобразные индивидуальные проявления, они следуют не одна за другой, а в большинстве случаев проявляются одновременно или одна через другую.

Остановимся лишь на таких фактах, из которых можно сделать определенные выводы. Так, нами было установлено, что от 40 до 50 % испытуемых (в зависимости от состава группы, курса, характера профессиональной направленности) отрицают наличие идеальных личностей. Более 30 % не признают существования каких бы то ни было идеалов или идеальных личностей среди реальных людей, а более 35 %, признавая существование идеальной личности, указы-

вают на прототип ее (литературные герои, исторические личности, окружающие люди и др.).

Диалектическая взаимосвязь ценностных ориентаций и нравственного идеала студенческой молодежи имеет свои специфические особенности. В одном случае эта связь проявляется более непосредственно, выпукло, а в другом – более спонтанно, опосредованно. Заслуживает внимания и такой факт, что 55 % испытуемых считают ядром нравственного идеала честность, моральную чистоту человека. Правда, среди опрошенных имеются такие, которые на первое место ставят иные особенности личности, например, интеллектуальные качества или же особенности характера и т. п. Но они стараются выделить такой стержень личности, который определил бы ее отношение к действительности, явился бы особым эмоциональным выражением ведущих тенденций личности. В этом случае более чем у 60 % испытуемых доминируют духовные ценности личности. А у части студентов (от 25 до 30 %) в зависимости от воспитания, особенностей микросферы и т. п. ориентации на материальные ценности своеобразно преломляются в их нравственных идеалах. Но утверждение наличия такой зависимости само по себе кажется несколько необычным, а иногда даже банальным. Однако имеются факты, которые в той или иной степени заслуживают внимания и заставляют задуматься. Чтобы не быть голословным, хотелось бы сослаться на примеры. «Мне импонирует человек, который умеет достичь своей цели, занять желаемый пост и всесторонне обеспечить себя... Признаюсь, что у меня мелкие чувства. А что делать? Эти мелкие чувства у меня от самой жизни. Ибо «люди с деньгами» приобретают божественную силу, становятся оптимистами, могут делать все, что хотят. Поэтому я предпочитаю такой идеал».

Аналогичные взгляды на нравственный идеал имеют и некоторые другие студенты. Не вдаваясь в детальный психологический анализ подобных единичных фактов, следует, однако, иметь в виду, что они есть.

Качества и отношения, воплощенные в нравственном идеале студенческой молодежи, не абстрактны. Они персонифицируются, выступая как собирательный образ, эталон. И здесь важное место занимают положительные примеры окружающих, поэтому в практике воспитания студенческой молодежи необходимо обратить достаточное внимание на действенность нравственного идеала, не только выработать действенные методы для управления процессом формирования идеала, но и убедить молодых людей в его практической ценности.

ФАМИЛИЗМ КАК ИНТЕГРАЛЬНОЕ ЛИЧНОСТНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

С. Ю. Девярых

Витебский государственный медицинский университет,
г. Витебск, Беларусь

Summary. Familism considered as belief system that provides high-value orientation of the individual to implement the program in their family way of life.

Key words: family; beliefs of personality; pedagogical criteria for social development.

Современные концепции сексуальности рассматривают поведение человека в сфере отношения полов как сложный синтез физиологических, психологических и социальных процессов, в котором первые подчинены последним, включены в их контекст. Ядром того или иного стиля жизни являются определенные ценностные ориентации; они как важнейшие элементы внутренней структуры личности, закрепленные жизненным опытом индивида, определяют предпочтения или отвержения тех или иных смыслов как жизнеорганизующих начал и определяют готовность вести себя в соответствии с ними.

Г. Е. Залесский [1] связывает личностные ценности и смыслы через понятие «убеждение». Убеждение, являясь интегрирующим элементом механизма регуляции активности человека, представляет, по его мнению, осознанные цели, субъективно готовые к реализации путем их использования в социально-ориентировочной деятельности. По словам Г. Е. Залесского, убеждениям присущи одновременно и побуждающая, и когнитивная функции. Убеждение, выступая в качестве эталона, оценивает конкурирующие мотивы с точки зрения их соответствия содержанию той ценности, которую оно призвано реализовать, и выбирает практический способ ее практической реализации. Убеждение носит как бы двойной характер: принятые личностью социальные ценности «запускают» его, а будучи актуализированным, уже само убеждение вносит личностный смысл, пристрастность в реализацию усвоенной общественной ценности, участвует в актах выбора мотива, цели, поступка.

Таким образом, убеждения – элемент мировоззрения, придающий личности уверенность в своих взглядах на мир, знаниях и оценках реальной действительности. Убеждения выступают таким центральным образованием личности, которое обеспечивает ее целостность, выступают в качестве регуляторов различных форм поведения человека.

Анализ литературы (И. С. Кон, 2000; С. Лев-Старович, 1990; Д. В. Колесов, 2000; В. А. Сысенко, 1981; А. Г. Харчев, 1979) позволяет выявить в структуре ценностных ориентаций личности интегральное образование, обеспечивающее приоритетную ориентацию

на ценности семьи, супружества и родительства, – фамилизм. Фамилизм как ценностно-ориентационное образование личности включен в общую направленность личности. Эмпирические исследования позволяют говорить о том, что фамилистическая ориентированность личности связана с приоритетом ценностей коллективизма над ценностями индивидуализма (В. С. Собки, 1998; А. А. Митрикас, 2004), с развитостью гендерного репертуара личности, включающего в себя профессиональные, семейные (супружеские и родительские) и сексуальные роли (И. С. Кон, 2007), с ориентациями на добрачное сексуальное воздержание и верность в браке (Г. Айзенк, 2003), поддержание прочных духовных уз, отношений любви и сотрудничества с брачным партнером (С. Лев-Старович, 1990), с отношением к членам семьи как к равным себе (Т. В. Андреева, 2005; Р. В. Овчарова, 1993), с ориентацией на реализацию принципа взаимодополнительности полов (Т. Parsons, 1955).

Исследования польских психологов говорят о том, что ценностные ориентации, определяющие характер супружеских отношений, связаны с ориентациями на детско-родительские отношения (М. Земска, 1990; А. Стацкевич, 1999), а установки на прочность брака связаны с ориентациями на детность семьи (В. Nałaczek, 1989). Последнее положение было подтверждено и в исследованиях отечественных ученых (С. И. Голод, 1984).

Анализ представленных слагаемых позволяет говорить о том, что фамилизм как интегративное личностное образование представляет собой такую систему убеждений, которая обеспечивает высокую ценностную ориентированность личности на реализацию в своей жизненной программе семейного образа жизни. Фамилистические ориентации находят свое выражение в фамилистическом потенциале личности, который, с одной стороны, отражает уровень фамилистической ориентированности личности на каждом конкретном этапе ее жизненного пути, с другой, отражает динамические тенденции меняться, наращиваться за счет изменения значимых отношений личности в системе ее социальных связей.

В конструировании показателей уровня развития фамилистических ориентаций личности (уровня фамилистического развития) мы ориентировались на положение о том, что для определения уровня развития отдельных свойств личности требуется учет наиболее характерных их признаков. Учитывая интегральный характер такого личностного образования, как фамилизм – система убеждений, его ценностную природу, мы выделили следующие критерии его оценки:

– во-первых, критерий «Общая ценностная направленность личности», представляющий собой совокупность устойчивых ориентаций, детерминирующих деятельность и общение личности независимо от наличной ситуации. Общую ценностную направлен-

ность личности можно представить как иерархию ценностей личности, обеспечивающих приоритетность выбора ею коллективистских или индивидуалистских жизненных целей и соответствующих способов их достижения. Ценностная направленность личности проявляется как на уровне ценностей-целей, в приоритетности достижения собственного блага или, напротив, блага совместного, так и на уровне ценностей-средств, в выборе жизненных стилей социального согласия или социального доминирования;

– во-вторых, критерий «Развитость (широта) гендерно-ролевого репертуара личности». Основанием для введения критерия могут служить положения концепции Э. Эриксона о том, что детство, отрочество и юность – это время «психосоциального моратория», когда общество позволяет взрослому человеку самому себя искать, «примерять» роли и экспериментировать с социальными интересами, а момент принятия жизненно важных решений еще отсрочен. Достижение идентичности предполагает, что ребенок совершает переход от детерминированных взрослыми способов жизни к тем, которые в той или иной степени он определяет сам. Э. Эриксон отмечал, что задача юношеского возраста – структурирование представлений о себе, о своих возможностях. Широта гендерно-ролевого репертуара личности может выступать в качестве одного из показателей достижения личностью гендерной идентичности;

– в-третьих, критерий «Святость брака», отражающий его личную ценность и служащий показателем признания личностью традиционной ценности брака как института легитимизации сексуальных отношений. Он проявляется как в ориентациях на допустимость – недопустимость (целомудрие или его отрицание) добрых сексуальных отношений, так и в ориентациях на строгую моногамию (сексуальную верность) в браке;

– в-четвертых, критерий «Личная ценность супружества» и критерий «Личная ценность родительства», в основу выделения которых полагается диалогический характер бытия ценностей. Смысл диалогичности бытия ценностей заключается в том, что они (ценности) не устанавливаются отдельными людьми по собственному произволу. Ценности связывают людей друг с другом, благодаря чему другой может получить со стороны своего партнера по общению положительное признание. Разделенная ценность, следовательно, есть норма поведения людей по отношению друг к другу [3]. Супружеские и детско-родительские отношения – отношения социальные. Но социальные отношения людей есть продукт их ценностных отношений друг к другу. Именно личные отношения индивидов друг к другу создают существующие социальные отношения, характер которых определяется ценностью другого [2, с. 348]. Признание ценности другого требует признания его в качестве субъекта отношений (субъект-субъектные отношения), заниженная ценность другого

может означать, что другой низведен до позиции объекта (субъект-объектные).

Обычно выделяется трехкомпонентная структура убеждений [1], включающая в себя: 1) логический анализ отдельных знаний, мнений, суждений (когнитивный компонент); 2) переживание своего отношения к данным знаниям, суждениям, мнениям (эмоционально-личностный компонент); 3) потребность поступать определенным образом в соответствии с формирующимся убеждением (практически-действенный компонент). Вместе с тем, В. Э. Чудновский [4] полагает, что (с известным допущением) можно ограничить структуру убеждений двумя аспектами – когнитивным и потребностно-личностным, поскольку единство указанных компонентов является диалектическим и предполагает как специфику проявления каждого из них, так и их взаимовлияние – взаимодействия позитивного или негативного характера.

Библиографический список

1. Залесский Г. Е. Психологические вопросы формирования убеждений. – М.: МГУ, 1982. – 120 с.
2. Парыгин Д. Б. Социальная психология: учеб. пособ. – СПб: СПбГУП, 2003. – 613 с.
3. Реати Фьеренцо. Проблема человека сегодня: Введение в антропологическую философию. – М.: Колледж св. Фомы Аквинского, 1999. – 103 с.
4. Чудновский В. Э. Становление личности и проблема смысла жизни. – М.: МПСИ; Воронеж: МОДЭК, 2006. – 766 с.

СТИЛИ РОДИТЕЛЬСКОГО ОТНОШЕНИЯ И РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ УМЕНИЙ РЕБЕНКА

В. Н. Голубев

**Витебский государственный медицинский университет,
г. Витебск, Беларусь**

Summary. The article considers the styles of parental attitudes and their role in the development of the child.

Key words: family; parents; children; parenting style.

Первой и наиболее значимой средой, в которой оказывается ребенок после рождения, является семья, а родители являются его первыми воспитателями. На уровне личности родительство предстает как социально-психологическое образование личности – система диспозиций, выражающих готовность действовать в отношении ребенка тем или иным способом, в совокупности с соответствующей мотивацией, и как реальное поведение, наиболее зримо являющее себя в стиле родительского отношения [1]. В семье ребенок

приобретает свой первый социальный опыт общения с другими, в процессе усвоения которого происходит его коммуникативное развитие; знания и умения, полученные в семье, оказывают последующее влияние на всю будущую жизнь. Успешность социального развития в семье, гармоничность развития личности ребенка во многом зависят от стиля воспитания, который выберут родители, и построенной на его основе коммуникации.

В отечественной и зарубежной литературе [3–6] представлено множество стилей отношений родителей с детьми, среди которых можно выделить демократический, авторитарный, контролирующий, попустительский, детоцентрический, рассогласованный.

Требовательность и контроль, высокая степень как вербального, так и невербального общения между родителями и детьми, включенность детей в обсуждение семейных проблем, взаимопонимание характерны для демократического стиля. Ребенок ощущает любовь родителей. В результате у ребенка формируются адекватная самооценка, самоконтроль, активность, общительность, положительные эмоции, уверенность в себе. На основе доверительных отношений развивается чувство ответственности. Ребенок не боится допустить ошибку, обращается за помощью к окружающим и не чувствует себя униженным. Такая система семейных взаимоотношений дает чувство защищенности и одновременно стимулирует и направляет развитие ребенка.

Для авторитарного стиля характерны строгая дисциплина, послушание, выполнение родительских указаний, нетерпимость к стремлению ребенка быть самостоятельным. В отношениях с ребенком доминируют упреки, выговоры, критические замечания, наказания. Конфликты с элементами физических наказаний являются обычной формой, демонстрирующей власть родителя над ребенком. Взрослые ведут себя экспрессивно, эмоции управляют разумом. Следствие такой коммуникации – агрессивные, невротизированные, неуверенные в себе дети, которые могут идеализировать своих родителей, сохраняя при этом враждебность по отношению к ним. При таких взаимоотношениях у ребенка формируется агрессивность, замкнутость, подозрительность.

Контролирующий стиль предполагает ограничения в поведении ребенка. Требования родителей могут быть достаточно жесткими, они предъявляются ребенку постоянно и признаются как справедливые и обоснованные. Мнению ребенка не придают значения, а так же не учитываются потребности ребенка, его не ценят как личность. Практически отсутствует эмоциональная связь.

Попустительский стиль строится по принципу вседозволенности. Ребенок демонстрирует требования, капризы, на которые родители всегда дают положительный ответ, боясь обиды с его стороны. Такое общение приводит к тому, что ребенок превращается в эгои-

стическую личность, не умеющую вступать в нормальные отношения с людьми, так как хочет многое получать, но не давать другим. Он не желает уступать, подчинять свои желания общим целям. Отсюда непонимание, конфликты с окружающими.

При детоцентрическом (гиперопекающем) стиле ребенку чрезмерно много уделяют внимания, задаривают подарками, все прихоти исполняются, достоинства чрезмерно преувеличиваются, а недостатки игнорируются. Происходит восхищение мнимыми талантами и гиперболизация реальных способностей ребенка. Родители посвящают себя ребенку, растворяясь полностью в нем, что становится главным делом их жизни. Взрослые стремятся максимально удовлетворить потребности ребенка, пытаются таким образом освободить его от всех жизненных сложностей. Чаще всего такое отношение характерно для родителей, которые будучи детьми, не реализовали собственные потребности. Подобный стиль может привести как к формированию неадекватного понимания себя и окружающих, неуверенности в собственных возможностях, так и к самодостаточности, эгоизму, убежденности в собственной исключительности.

Еще можно выделить и так называемый рассогласованный стиль, когда родители проповедают диаметрально противоположные воспитательные принципы. Один из родителей строг, требователен, склонен контролировать, проверять, наказывать. Другой взрослый, наоборот, мягок, либерален, стремится выполнять за ребенка самые пустяковые дела. В результате в семье начинает проявляться конфликтная ситуация, которая может привести к негативным последствиям в развитии личности ребенка [3].

В. А. Петровский и М. В. Полевая [2] изучили отношение родителей к повышенной активности ребенка и обнаружили, что у лояльных родителей дети открыты, общительны, с адекватной самооценкой, неконфликтны, испытывают доверительное и дружеское отношение к родителям. У нелояльных родителей дети враждебны, необщительны, повышено конфликтны, закрыты в присутствии родителей, обладают заниженной самооценкой. Таким образом, лояльное отношение родителей к неординарной активности ребенка в целом положительно сказывается на коммуникативном развитии ребенка, его умении общаться, согласовывать свою позицию с позицией другого.

Стили воспитания имеют определенную преемственность и часто передаются в семье из поколения в поколение. Поэтому если родители заинтересованы в развитии и формировании здоровой личности ребенка, то они должны искать наиболее эффективный стиль воспитания через постоянную рефлекссию над своими действиями.

Таким образом, семья является тем миром ребенка, который может предопределить его жизненный путь. От того, какой выбран стиль воспитания и как на его основе строится коммуникация в се-

мье, зависит развитие ребенка как личности и то, как он сам будет воспитывать своих будущих детей.

Библиографический список

1. Девярых С. Ю. Феномен родительства: социально-психологический аспект. – Витебск: ВГУ, 2005. – 105 с.
2. Петровский В. А., Полевая М. В. Отчуждение как феномен детско-родительских отношений // Вопросы психологии. – 2001. – № 1. – С. 19–26.
3. Спиваковская А. С. Обоснование психологической коррекции неадекватных родительских позиций // Семья и формирование личности: сб. науч. тр. / под ред. А. А. Бодалева. – М.: НИИОП АПН СССР, 1981. – С. 38–45.
4. Rembowski J. Postawy rodzicielskie w odczuciu młodzieży dorastającej // Rodzina i dziecko / red. M. Żemka. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1979. – S. 203–232.
5. Scanzoni J. Contemporary Families and Relationships. – New York: McGraw-Hill, Inc., 1995. – 474 p.
6. Żemka M. Postawy rodzicielskie i ich wpływ na osobowość dziecka // Rodzina i dziecko / red. M. Żemka. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1979. – S. 21–79.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ПО ВОПРОСАМ СЕМЬИ И РОДИТЕЛЬСТВА

М. Г. Королёв

Витебский государственный медицинский университет,
г. Витебск, Беларусь

Summary. The article considers the main sources of information for young people on issues of parenting. Also analyze the possibility of organizing a special pedagogical influence to correct prevailing the image parenthood.

Key words: youth; family; parenthood; communication.

Родительство выступает ключевым образованием, детерминирующим социальную полноценность семьи. Качество проявлений родительства, его социально-психологические и педагогические последствия отражаются на уровне развития детей и обеспечивают личное счастье человека. Здесь под родительством понимается относительно устойчивый комплекс социально-психологических установок и ожиданий касательно рождения и воспитания детей, родительских чувств, отношений и позиций, которые складываются у индивида в процессе социализации и находят внешнее проявление в стиле семейного воспитания. Оно представляет собой социальное качество (пусть и имеющее глубокие корни в биологической природе), а потому его передача происходит в результате процесса социализации, что позволяет говорить о возможности педагогической коррекции сложившегося отношения к родительству.

В процессе развития и жизнедеятельности человек налаживает множество коммуникативных связей. Представляется, что их качество во многом определяет тот образ родительства, который в результате формируется в сознании личности.

Для выявления ведущих агентов, оказывающих наибольшее влияние на становление образа родительства, нами было проведено исследование, в ходе которого были отобраны 140 юношей и 140 девушек от 17 до 22 лет, учащиеся университетов и колледжей.

Прежде всего, нас интересовали те источники информации, из которых молодые люди черпают свою информацию о родительстве. Полученные результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Источники информации студенческой молодежи о родительстве

Информаторы	Юноши		Девушки		p<
	%	ранг	%	ранг	
Мать	79,3	1	89,3	1	0,02
Книги и журналы	48,6	2	66,0	2	0,01
Отец	45,3 (79,0)*	3	23,3 (52,0)*	9	0,00
Прародители	34,7	4	24,0	8	0,05
Друзья	34,0	5	38,0	3	0,05
Интернет	29,3	6	32,0	4	0,61
Учебные предметы	26,0	7	26,0	7	0,89
Врачи	17,3	8	28,0	6	0,03
Сиблинги	16,0 (40,8)**	9	20,0 (30,3)**	10	0,36
Педагоги и психологи	14,7	10	28,7	5	0,01
Курсы по месту учебы	7,3	11	4,7	11	0,33
Духовенство	1,3	12	3,3	12	0,25

Оценка долей осуществлялась при помощи фита-критерия Фишера

* – из числа опрошенных из полных семей

** – из числа, имеющих братьев или сестер

Опрос показал, что главными информаторами молодых людей о родительстве являются их собственные родители, и в первую очередь мать. Среди ведущих информаторов молодые люди называют также друзей и средства массовой информации. В свою очередь, среди наименее значимых источников выступают взрослые внесемейного круга (педагоги, психологи, врачи, духовенство) и учебно-

воспитательная среда в целом (учебные предметы гуманитарного цикла, специальные курсы).

Примечательно, что девушки все же чаще, чем юноши, среди источников информации называют взрослых внесемейного круга (педагоги, врачи), что отражает их большую включенность в образовательную среду [2, с. 71].

В целом можно выделить три круга источников информации по степени их значимости для молодых людей по вопросам родительства и воспитания детей:

- 1) родители, близкие родственники и друзья;
- 2) средства массовой информации;
- 3) взрослые внесемейного круга и образовательная среда.

Причем последний из них наименее значим для молодых людей, а это может говорить о том, что потенциал учебных заведений, в которых (заметим) молодые люди проводят значительную часть своего социального времени, как фактор формирования ценностного отношения к родительству используется далеко не в полной мере.

Приоритеты молодых людей в тематике информации по вопросам семьи и родительства отражены в таблице 2.

Таблица 2

**Потребность в информации
по вопросам семьи и родительства, в %**

Наименование темы	Юноши	Девушки	p<
Супружеские отношения	61,0	50,0	0,08
Семейные конфликты, их разрешение	57,8	45,3	0,00
Воспитание детей	39,0	32,0	0,31
Уход за детьми	34,2	39,8	0,16
Правовое обеспечение семьи и родительства	12,7	23,4	0,03
Государственная поддержка семьи	30,5	14,8	0,03

Как мы видим, наиболее востребованными оказались темы, раскрывающие сущность и динамику супружеских отношений (их выбрали почти половина опрошенных). И здесь, как мы полагаем, может отражаться тенденция центрирования современной семьи на супружеских отношениях, в отличие от семьи, центрированной на детях, что было характерно для семейных отношений 1970–80-х гг. [1; 3; 4]. Примечательно, что тема супружеских конфликтов оказалась более востребована юношами, возможно, в этом отражается их видение семьи как потенциально конфликтного союза.

Темы, посвященные непосредственно родительству, востребованы молодыми людьми во вторую очередь, в чем, как мы полагаем, отражается «приоритетность» их жизненных планов: сначала – создание семьи, затем – рождение детей в ней.

Темы, посвященные государственной поддержке семьи и правовому регулированию семейных отношений, востребованы юношами и девушками в последнюю очередь. Можно предположить, что в этом отражаются, с одной стороны, взгляды на семью как приватное дело мужчины и женщины, а с другой – скептицизм в отношении семейной политики, проводимой государством.

Таким образом, коммуникативное поведение молодежи по вопросам родительства довольно разнообразно. Она черпает информацию из различных источников, что, с одной стороны, может позволить сформировать более целостный образ родительства, а с другой – может сделать этот образ крайне противоречивым и непоследовательным. Последнее делает актуальной организацию специального педагогического воздействия с целью коррекции сложившихся представлений в сфере вопросов о семье и родительстве. Молодежь в целом положительно смотрит на подобную возможность, что позволяет надеяться на выход из той кризисной ситуации, в которой сейчас оказался институт семьи.

Библиографический список

1. Гурко Т. А. Родительство в изменяющихся социокультурных условиях // Социологические исследования. – 2004. – № 9. – С. 85–95.
2. Девярых С. Ю. Сексуальность и социализация: вопросы формирования матримонильных ориентаций личности. – Смоленск: СмолГУ, 2010. – 226 с.
3. Карцева Л. В. Семья в трансформирующемся обществе // Вестник МГУ. Сер. 18. Социология и политология. – 2004. – № 1. – С. 65–72.
4. Харчев А. Г. Брак и семья в СССР. – М.: Мысль, 1979. – 367 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШИХ ПОДРОСТКОВ, РАЗВИВАЮЩИХСЯ В НОРМЕ И С ЗАДЕРЖКОЙ ПСИХИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Д. В. Ефимова

**Пензенская государственная технологическая академия,
г. Пенза, Россия**

Summary. This article presents the results of the study features professional self-determination senior teenagers developing normally and with mental retardation. The problem of the need of socialization of adolescents with detained mental development, which is the author of professional self-determination, the abilities and capabilities of each individual.

Key words: professional self-determination; teenagers with mental retardation.

Профессиональное самоопределение – это самостоятельное и осознанное согласование профессионально-психологических возможностей человека с содержанием и требованиями профессиональ-

ного труда, а также нахождение смысла выполняемой деятельности в конкретной социально-экономической ситуации. Современность диктует свои правила, в ряду которых – повышение уровня социализации подростков с ЗПР. В связи с этим наиболее актуальным выбором профессии становится в отрочестве и ранней юности. Важным психологическим моментом, определяющим успех профессионального образования, является эмоциональная, мотивационная готовность к приобретению той или иной профессии. Возникновение профессионального самоопределения проходит несколько этапов:

1) первичный выбор профессии, для которого характерны малодифференцированные представления о мире профессий, ситуативное представление о внутренних ресурсах, необходимых для данного рода профессии, неустойчивость профессиональных намерений. Этот этап характерен для учащихся младшего школьного возраста, иногда на этой стадии задерживаются и подростки;

2) этап профессионального самоопределения (старший школьный возраст). На этом этапе возникают и формируются профессиональные намерения и первоначальная ориентировка в различных сферах труда;

3) профессиональное обучение как освоение выбранной профессии осуществляется после получения школьного образования;

4) профессиональная адаптация характеризуется формированием индивидуального стиля деятельности и включением в систему производственных и социальных отношений;

5) самореализация в труде (частичная или полная) зависит от выполнения или невыполнения тех ожиданий, которые связаны с профессиональным трудом.

Распространена точка зрения, что основной детерминантой правильного выбора является профессиональный интерес, или профессиональная направленность. В 14–15 лет крайне сложно выбрать профессию. Е. А. Климов выделяет восемь основных факторов, определяющих профессиональный выбор: 1) позиция старших, семьи; 2) позиция сверстников; 3) позиция школьного педагогического коллектива (учителя, классные руководители и т. д.); 4) личные профессиональные и жизненные планы; 5) способности и их проявления; 6) притязание на общественное признание; 7) информированность о той или иной профессиональной деятельности; 8) склонности.

В связи с проблемами профессионального самоопределения важную роль приобретает психологический аспект, связанный с установлением границ профессиональной пригодности – совокупности психологических и психофизиологических особенностей человека, необходимых и достаточных для достижения им заданной в профессии общественно приемлемой эффективности труда. Профессиональная пригодность обеспечивает высокую профессиональную эффективность работника при наличии у него специальных знаний,

умений и навыков, полученных в процессе профессионального обучения. Профессиональная пригодность формируется в условиях выполнения специалистом реальной трудовой деятельности на протяжении всего трудового периода его жизни. Пригодность человека к конкретному виду трудовой деятельности определяется методами профессиональной ориентации и профессионального отбора.

Особого внимания заслуживает проблема профессионального самоопределения подростков с задержкой психического развития, вышедших из дошкольного и младшего школьного возраста. Нами установлено, что у подростков присутствует потребность в дальнейшем профессиональном самоопределении, что специализированная школа, оказывая профессиональную помощь, с учетом диагноза позволяет скорректировать нарушения психического развития, активизировать мотивацию к деятельности.

В подростковом возрасте большинство учащихся нуждаются в профессиональной высококвалифицированной помощи в осуществлении выбора своей будущей профессии, соответствующей личностным особенностям и возможностям. На помощь в осуществлении вышеуказанных потребностей приходит психологическая служба школы и независимые специалисты. Основным видом психологической помощи в выборе трудовой деятельности является профессиональная ориентация – система мероприятий по ознакомлению с миром профессий и содействию в выборе профессии согласно желаниям, склонностям и интересам человека и с учетом его способностей и возможности работать в избранной профессии.

Наиболее активное психологическое обеспечение профориентационной работы производится на этапе профессиональной консультации. Существует несколько взаимосвязанных форм консультационной работы:

1) информационно-справочная – предоставление сведений об условиях и каналах трудоустройства, требованиях приема на учебу и работу, возможностях освоения различных профессий, сроках подготовки и т. д.;

2) психодиагностическая – психологическое обследование и оценка соответствия индивидуальных особенностей личности требованиям отдельных профессий;

3) психокоррекционная – помощь в выборе профессии и коррекции этого выбора, рекомендации путей и методов исправления отклонений в психической сфере и поведении;

4) медицинская – оценка состояния здоровья и выявление ограничений для выбора конкретной профессии.

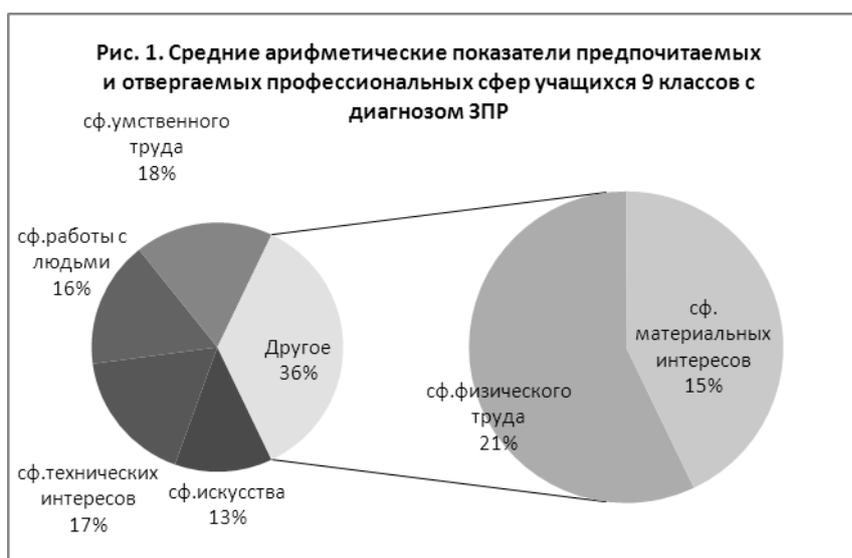
Психологическое обследование при профконсультации проводится в групповом и главным образом индивидуальном вариантах в форме беседы и психодиагностического обследования с целью фор-

мирования обоснованного индивидуального профессионального плана.

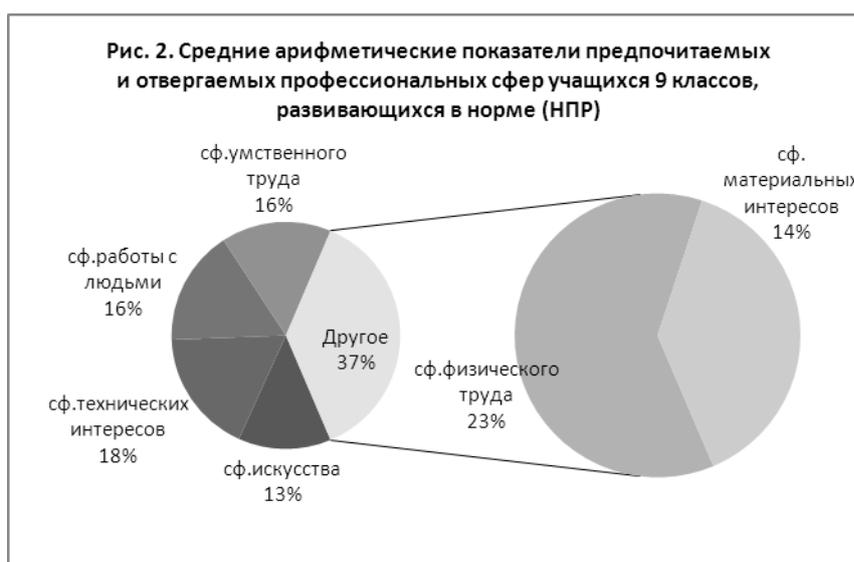
Рядом исследователей отмечено, что подросткам с задержанным психическим развитием намного сложнее пройти процесс социализации. Не прошедшие успешную социализацию подростки попадают в группу риска. По результатам катамнеза, проведенного в одной из коррекционных школ VII вида, можно отметить невысокий процент учащихся, поступивших в 10 класс, колледж и получивших трудоустройство [1]. Задача современной науки и практики – адаптировать подростков с диагнозом ЗПР к современным условиям существования. Одним из возможных решений нам представляется их грамотная профессиональная ориентация, сопровождающаяся формированием оптимального толерантного восприятия окружающей действительности и поведения, способствующего освоению социального опыта.

В рамках написания докторской диссертации нами было проведено исследование профессионального самоопределения для изучения профессиональных интересов и склонностей учащихся 9 классов в норме и с диагнозом «задержка психического развития» (ЗПР) (*developmentally backward children*) различного генеза. Задача обеспечения эффективности обучения и воспитания детей с задержкой психического развития чрезвычайно актуальна, так как такие учащиеся, закончив школу, могут широко включаться в сферу трудовых отношений на различных производствах. 20 % детской популяции – это часть той группы детей, которая в мировой психологической и медицинской литературе называется «дети с минимальной дисфункцией мозга» (*minimal brain disfunction*), а в педагогической – «дети с трудностями в обучении» (*children with learning disabilities, educationally disabled*), или «медленно обучающиеся» (*slow learners*) [2]. Задержка психического развития – это различные по происхождению и клиническим проявлениям состояния легкой интеллектуальной недостаточности, характеризующиеся замедленным темпом психического развития, личностной незрелостью, негрубыми нарушениями познавательной деятельности и эмоционально-волевой сферы [3].

Итак, диагностика проводилась методикой Йоваши, предназначенной для оценки склонностей оптантов к различным сферам профессиональной деятельности. Обработка и интерпретация результатов позволила определить следующее. При анализе диаграммы 1 отмечено, что наибольшее количество баллов, набранных учащимися с ЗПР, относится к сфере физического труда (21 %), эту сферу деятельности можно считать предпочитаемой. Сфера искусства и сфера материальных интересов является отвергаемой.



При анализе диаграммы 2 отмечено, что наибольшее количество баллов, набранных подростками с НПР, относится также к сфере физического труда (23 %), эту сферу деятельности можно считать предпочитаемой. Сфера искусства и сфера материальных интересов является отвергаемой.



Таким образом, можно предположить, что предпочтения схожи и отставание в развитии посредством вовремя оказанной коррекционной помощи выровнено. Кроме сферы физического труда, отмечены предпочтения в сфере технических интересов, сфере умственного труда и работы с людьми.

Библиографический список

1. Ефимова Д. В. Профессиональное самоопределение подростков с ЗПР // Школа, государство и общество: сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза: ПДЗ, 2009.
2. Тригер Р. Д. Психологические особенности социализации детей с задержкой психического развития. – СПб.: Питер, 2008.

3. Ульяновка У. В. Шестилетние дети с задержкой психического развития. – М., 1990.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ПРОВИЗОРАМИ-КОСМЕТОЛОГАМИ ЭТИКО-ДЕОНТОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ В ОТРАСЛИ

Т. П. Заричная, И. В. Бушуева, Н. А. Ткаченко
Запорожский государственный медицинский университет,
г. Запорожье, Украина

Summary. The leadthrough of employments as «round table» at the study of ethics bases pharmacists-cosmetologists in industry allows to do communications more effective, and to the students most full to master educational material.

Key words: ethics aspects; specialist; pharmacist-cosmetologist; communicative conduct; educational process; traditional forms of teaching; student-teacher.

Специфика профессии провизора предполагает постоянные взаимоотношения с людьми, которые нуждаются в поддержке, сочувствии, сострадании и помощи. В связи с этим профессиональная подготовка таких специалистов предусматривает изучение наряду с базовыми предметами и специальных, одним из которых является «Этико-правовые нормы деятельности в отрасли». При изучении этико-деонтологических аспектов взаимодействия в рамках данного предмета наряду с традиционными формами обучения, такими как лекции, семинары, со студентами проводятся занятия, которые можно охарактеризовать как «круглый стол».

В идеальном понимании учебное взаимодействие (отношение, возникающее в процессе учебной деятельности) характеризуется активностью, осознанностью, целенаправленностью взаимных действий обеих сторон – студентов (студента) и преподавателя, выступающих в позиции субъектов, где согласованное действие результируется и предпосылается психическим состоянием контакта. При этом важно достигнуть достаточной сформированности коммуникативного поведения – совокупности норм, правил, традиций общения определенной группы людей (в данном случае студенческой группы).

Проведение занятия в форме «круглого стола» позволяет достигнуть наиболее эффективной коммуникации путем формирования у студентов таких социальных установок, как: направленность на собеседника (полное включение в процесс взаимодействия собеседника при одновременном отвлечении от личных чувств, мыслей, переживаний); принятие собеседника как личности (безусловное безоценочное восприятие партнера, уважительное отношение к его взглядам, позициям и т. д.), а также направленность на сотрудничество (организацию совместной деятельности по разбору ситуационных задач).

Вместе с тем преподаватель, учитывая потребности студентов в самовыражении и достижении понимания, признания их как личности, создает благоприятный психологический климат, что позволяет студенту чувствовать себя свободно, открыто выражать свои взгляды, наиболее полно раскрыть себя при обсуждении различных ситуаций, в том числе конфликтных, которые могут возникнуть в ходе общения у будущего специалиста с клиентами, пациентами, коллегами, врачами, руководством.

Рассматривая ту или иную гипотетическую ситуацию, студент высказывает свою точку зрения. При несовпадении взглядов возникает дискуссия, в ходе которой провизоры-косметологи приводят различные аргументы, прогнозируют результат поведения участников ситуаций.

Нужно также отметить, что в основе данной коммуникации находится субъект-субъектная система взаимодействия, которая способствует активности студентов, взаимному их влиянию и воздействию друг на друга, эффективной совместной деятельности в процессе обучения.

Таким образом, проведение занятий в виде «круглого стола» при изучении провизорами-косметологами этико-деонтологических основ в отрасли позволяет сделать коммуникации более эффективными, а студентам наиболее полно усвоить учебный материал.

Библиографический список

1. Богомолова Н. Н. Коммуникация малых групп и общение. – М.: Знание, 1988. – С. 44.
2. Борисов А. В. Коммуникационные каналы: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2000. – С. 45.
3. Зимняя И. А. Педагогическая психология. – М.: Логос, 2005. – 335 с.
4. Стернин И. А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования // Русское и финское коммуникативное поведение. – 2000. – С. 4–21.

СТИЛЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЩЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПЕДАГОГА

О. В. Коновалова

**Шадринский государственный педагогический институт,
г. Шадринск, Россия**

Summary. The article presents an analysis of approaches to the concept of communication style. Characteristics of different communication styles. Showing the results of empirical studies of modern communication styles of teachers

Key words: communication style; classification of communication styles; communication styles of teachers.

На современном этапе развития психологической науки значительное место в исследованиях различных авторов занимает проблема стиля общения и стиля педагогического общения в частности.

Данная тема нашла отражение в работах отечественных ученых, таких как В. С. Мерлина, В. В. Латынова, А. Г. Исмагиловой, И. Л. Руденко, В. А. Горяниной, А. А. Бодалева, Я. Л. Коломинского, Е. В. Субботского, И. П. Шкуратовой, Л. И. Габдулиной и других. Единой позиции в определении рассматриваемой дефиниции до настоящего времени не сформировалось.

Так, стиль общения, по определению В. С. Мерлина, – это целостная система операций, приемов и способов (высказываний или соответствующих их значению действий), создающих межличностные взаимодействия. Данное понятие он раскрывает с позиции индивидуального стиля деятельности. Соответственно, в структуре индивидуального стиля общения автор выделяет такие компоненты, как: стиль операций, стиль действий (реакций), стиль целеполаганий [3].

Как отмечает В. В. Куницына, стиль общения – индивидуальная стабильная форма коммуникативного поведения человека, проявляющаяся в любых условиях взаимодействия – деловых и личных отношениях, в способах принятия и осуществления решений, в избираемых приемах психологического влияния на людей, методах разрешения межличностных и деловых конфликтов [2].

В своем исследовании мы опираемся на позицию В. А. Кан-Калика, Е. Н. Кишкель [1]. Под стилем общения они понимают индивидуально типологические особенности социально-психологического воздействия педагога на обучающихся. В стиле общения находят выражение: а) особенности коммуникативных возможностей учителя; б) сложившийся характер взаимоотношений педагога и воспитанников; в) творческая индивидуальность педагога; г) особенности учебного коллектива.

Они указывают, что категория «стиль общения» социально и нравственно насыщенная, она воплощает в себе социально-этические установки общества и воспитателя как его представителя.

Анализ литературы позволил выделить два подхода к классификации стилей общения. В рамках первого – основой для классификации берется одна сторона общения: стиль обращения, стиль отношения, стиль руководства, стиль коммуникативного поведения и т. д. (А. А. Бодалев, Л. И. Криволап, Я. Л. Коломинский, Н. А. Березовин, В. В. Латынин и другие). В рамках второго – основанием классификаций стилей общения выступает сочетание нескольких компонентов общения: например, сочетание внешних признаков и внутриличностных оснований общения (В. А. Кан-Калик, Г. А. Ковалев, В. А. Горянина, О. В. Дашкевич); сочетание личностного, ситуационного и поведенческого аспектов общения (И. Л. Руденко); стиль как системное многоуровневое образование (А. Г. Исмагилова) [5].

И. П. Шкуратова и Л. И. Гарбулина [5] считают важным рассматривать стиль общения как самостоятельный феномен, имеющий свою специфику. Стили общения можно разделить на стили профессионально-ролевого общения и стили межличностного общения.

В психологической литературе можно встретить следующие классификации стилей общения. Так, в зависимости от степени адекватности средств и способов общения стили делятся на гибкие, ригидные (жесткие) и переходные (Т. Е. Аргентова).

В. А. Кан-Калик описал следующие стили общения: совместное творчество, дружеское расположение, заигрывание, устрашение, дистанцирование, менторство.

Е. Н. Кишкель отмечает, что к наиболее распространенным относятся следующие стили общения: творческо-продуктивный, дружеский, дистанционный (отрешенный), подавляющий (агрессивный), податливый, популистский, заигрывающий, требовательный, деловой, позиционный.

В последнее время на основе желания учитывать позиции партнера выделяют партнерский и непартнерский стили общения [2].

Экспериментальные исследования, проведенные А. Г. Исмагиловой, показали, что стили общения имеют многоуровневую и многокомпонентную структуру, которая включает в себя характер постановки целей общения, выбор действий и операций.

Она выделила следующие стили педагогического общения.

1. «Организационный» стиль педагогического общения отличается быстрой реакцией на поведение и действия детей, четкой регламентацией их деятельности путем частой подачи конкретных указаний, строгим контролем за их выполнением. Педагоги строго следят за дисциплиной, не оставляют без внимания ее нарушения, своевременно реагируют на ответы детей, исправляют ошибки, помогают найти необходимый ответ.

2. «Развивающий» стиль педагогического общения отличается деятельностью педагога, направленной на создание положительной

эмоциональной атмосферы, позволяющей создать благоприятный психологический климат. Используются эмоционально-оценочные суждения по поводу поведения и деятельности детей.

3. Для «организационно-стимулирующего» стиля характерно следующее: на занятиях педагог больше внимания уделяет решению воспитательных задач, используя при этом как стимулирующие, так и организующие, контролирующие, корректирующие знания действия. Педагоги часто прибегают к стимулированию, но при этом следят за дисциплиной. Данный стиль занимает промежуточное положение между двумя предыдущими стилями, при этом больше тяготеет к организационному.

4. «Развивающе-корректирующий» стиль отличается выделением и решением организационной задачи посредством стимулирования и контроля. Прежде чем перейти к решению дидактической задачи, педагог наводит порядок в группе, настраивает детей на занятие, использует при этом положительную оценку. В ходе занятия дисциплинарные замечания используются значительно реже. Педагоги чаще применяют контролирующие действия.

Данный стиль занимает промежуточное положение, при этом тяготеет к развивающему стилю.

А. А. Реан, выделяя стили общения педагогов, опирается на классификацию стилей руководства, выделенных К. Левиним. Он описал авторитарный, демократический и попустительский стили общения.

Одна из наиболее распространенных классификаций включает следующие модели общения: дикторская («Монблан»), дифференцированного внимания («Локатор»), гипорефлексивная («Тетерев»), гиперрефлексивная («Гамлет»), негибкого реагирования («Робот»), авторитарная («Я – сам»), активного взаимодействия («Союз»).

Цель нашего исследования состоит в изучении особенностей стиля общения современных педагогов. Выборку составили педагоги дошкольных образовательных учреждений г. Шадринска, Курганской области.

Для подтверждения гипотезы о существовании особенностей в выборе стиля общения у современных педагогов мы использовали следующий психодиагностический инструментарий: методику «Ориентационные стили профессионально-деятельностного общения», описанный А. В. Морозовым «Стиль педагогического общения», методику «Диагностика мотивационных ориентаций в межличностных коммуникациях», разработанную И. Д. Ладановым, В. А. Уразаевой.

Анализируя данные, полученные по методике «Ориентационные стили профессионально-деятельностного общения», было установлено, что у современных педагогов значительно преобладает

ориентация на процесс и ориентация на людей (37,5 % от общего числа испытуемых).

Для педагогов, ориентированных на процесс, характерно обсуждение фактов, процедурных вопросов, проблемы планирования, организации, контролирования. Значительное внимание они уделяют деталям деятельности. Человек, владеющий этим стилем, ориентирован на систематичность, последовательность, тщательность. Он честен, многословен и малоэмоционален.

Ориентация на людей предполагает более частые обсуждения человеческих нужд, мотивов, чувств. В своей деятельности они ориентированы на работу в команде, на понимание и сотрудничество. Люди этого стиля эмоциональные, чувствительные, сопереживающие и психологически ориентированные.

12,5 % педагогов ориентированы на действие. Для них характерно обсуждение результатов, конкретных вопросов, поведения, ответственности, опыта, достижений, решений. Люди, владеющие этим стилем, прагматичны, прямолинейны, решительны, легко переключаются с одного вопроса на другой, часто взволнованны.

Ориентация на перспективу, на будущее выявлена также у 12,5 % педагогов. Людям этого стиля присуще обсуждение концепций, больших планов, нововведений, новых методов, альтернатив. Они обладают хорошим воображением, полны идей, но мало реалистичны, и порой их сложно понять.

Исследуя стиль педагогического общения, было установлено, что среди современных педагогов значительно преобладает модель педагогического общения с негибким реагированием (37,5 %). В профессиональной деятельности они отличаются некоторой ригидностью, которая проявляется в тщательной подготовке к каждому занятию, использовании методических приемов, которые ранее давали положительный результат, при изложении материала опираются на логику, а не на эмоциональность рассказа, не любят, когда учащиеся задают вопросы по ходу объяснения материала.

Современные педагоги (25 % опрошенных) в педагогическом общении используют модель дифференцированного внимания. Для них характерно избирательное внимание к учащимся, они чутко реагируют на изменения в настроении детей. Им хорошо удается использовать методы и приемы удержания внимания на занятии. Изложение материала у них носит более эмоциональный характер.

Диктаторская модель общения является преобладающей у 12,5% педагогов данной группы. Они отличаются позицией педагога сверху. Педагог нацелен на процесс, а не на личностные особенности каждого ребенка.

Выявлено, что четверть педагогов данной выборки предпочитают модель активного взаимодействия. Они часто вовлекают учащихся в обсуждение темы занятия, поощряют их стремление зада-

вать вопросы, вступать в диалог с педагогом. Педагоги, отнесенные к данной подгруппе, быстро устанавливают контакт с детьми, учитывают их индивидуальные особенности.

Таким образом, в ходе экспериментального исследования было установлено, что у современных педагогов наиболее распространенными стилями общения являются ориентация на процесс и ориентация на людей. Они чаще прибегают к модели педагогического общения с негибким реагированием.

Полученные данные могут быть использованы в работе практического психолога для помощи в адаптации молодым специалистам и для создания условий формирования наиболее благоприятных моделей взаимодействия педагога и ребенка.

Библиографический список

1. Кан-Калик В. А. Учителю о педагогическом общении. – М., 1987.
2. Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение. – СПб., 2001.
3. Мерлин В. С. Очерк интегрального исследования индивидуальности. – М., 1986.
4. Нартова-Бочавер С. К. Дифференциальная психология. – М., 2003.
5. Шкуратова И. П., Габдулина Л. И. Стили общения // Прикладная психол. – 2001. – № 6. – С. 9–29.

ПСИХОСЕМАНТИКА ОБРАЗА ИНТЕГРИРОВАННОЙ ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

Ю. А. Абросимова

**Саратовский государственный технический университет,
г. Саратов, Россия**

Summary. We investigate the possibility of psychosemantics of the integrated personal image for the improvement of the communicative competence of the participant communication «psychologist and client» from the point of the communicative approach. The advantages of the psychosemantic approach to the solving of the problems of communication and customer psychology improvement, questions of definition, structure and content of the communicative competence. Research shows the relationship of the image characteristics of an integrated personality with communication and personal qualities.

Key words: image of an integrated personality; communicative competence; psychosemantics.

Данная статья посвящена изучению возможностей психосемантики образа интегрированной личности (ОИЛ) для повышения коммуникативной компетентности в контексте влияния интеграции личности на процесс общения. Обсуждаются преимущества психосеман-

тического подхода в решении задач совершенствования коммуникации, вопросы определения, структуры и содержания коммуникативной компетентности, выделения проблем коммуникативной компетентности, в решении которых возможно применение психосемантики ОИЛ, основные компоненты данного образа в процессе совершенствования межличностной коммуникации. Приводятся данные исследования взаимосвязей характеристик образа интегрированной личности с коммуникативными и личностными качествами.

Содержание ОИЛ в имеющихся на настоящий момент исследованиях данного образа с позиций научного сознания и описания опыта личностной интеграции с позиций обыденного сознания отличается многоязычием, преобладанием символических форм над знаковыми формами выражения значений. Это и «самость», по К. Юнгу [62]; и «творческая сила Я», по А. Адлеру [3]; и «интеграция личности», по Ф. Перлзу [43]; «интегрированная личность» – по К. Роджерсу [48]; «консолидация личности», по В. А. Ананьеву [5]; «целостная личность», по Б. С. Братусю [14]. В описании внеличностной инстанции, с которой интегрируется личность, авторы также расходятся в терминологии и содержательной интерпретации: согласно А. Б. Орлову, это «сущность» [42], в литературе по современной психотерапии М. Эриксона [61], С. Гиллигена [17] – «глубинное Я», К. и Т. Андреас говорят о «сущности» или «внутреннем источнике» [6], Р. Ассаджиоли – о «духовном Я» [26].

Такое разнообразие знаковых и символических форм, безусловно, при попытках перевода порождает новые смыслы, обогащая индивидуальное и общественное сознание [33, с. 27]. И все же для совершенствования коммуникативного процесса как целенаправленного выражения и понимания смыслов ОИЛ в контексте проведения исследований и оказания психологической помощи необходимо оперировать более точными понятиями, символами и метафорами, связанными с данным образом.

Познание ОИЛ как семантического объекта в настоящий момент проходит стадию допонятийного обобщения. С позиций современной психолингвистики данная стадия обозначается как обобщенное представление или концепт, который состоит из континуума значений. По мнению Ю. С. Степанова, концепты «не только мыслятся, они переживаются» и представляют собой «пучок» представлений, понятий, знаний, ассоциаций, переживаний [55, с. 40–41]. В акте познания данного сложного образа наблюдается полифония форм репрезентации значений: вербального и образного, модального и амодального, равно как и разнообразие соответствующих им языковых форм.

Главная проблема исследования психосемантики образа интегрированной личности есть проблема перехода от первичных форм языка, характерных для освоения новых областей познания, к поня-

тийным формам научного осознания данной области, от символической системы языкового кодирования к знаковой системе научных понятий, что необходимо для корректного проведения дальнейших научных исследований и продуктивного обмена их результатами. При использовании полученных результатов в контексте коммуникации с людьми – носителями т. н. обыденного сознания необходим обратный переход на символический язык метафор, сравнений, аналогий и т. п., улучшающий процессы понимания и вхождения в актуальное состояние взаимодействия со своей сущностью, или интеграции личности. Следовательно, применительно к ОИЛ необходимо моделирование речевой деятельности, допускающей структурные взаимосвязи и «различные формы отношений» [44, с. 48] символов (образов) и научных терминов (системы понятий).

Психосемантический подход к исследованию социально-психологических характеристик ОИЛ дает возможность исследовать структуру и содержание социальных представлений об интегрированной личности участников межличностной коммуникации. Обращение автора к психосемантике продиктовано заложенной в ее методологическом основании возможностью преодолеть противостояние субъектного и объектного подходов к изучению человека, который с позиций психосемантики рассматривается «не как набор объективных характеристик в пространстве диагностических показателей, а как носитель определенной картины мира, как некоторый микрокосм индивидуальных значений и смыслов» [45, с. 47]. Психосемантика позволяет изучать системы значений ОИЛ применительно к разным контекстам деятельности и культуры коммуникантов.

Методический аппарат психосемантики как отрасли психологического знания на данный момент является достаточно разработанным для его применения к объекту исследования. Существуют современные психосемантические методики контент-анализа [60], а также методы построения семантических пространств [44] и статистической обработки данных [21; 39].

Определенным препятствием к проведению психосемантических исследований в данной области является общепризнанная «невыразимость переживаний», испытываемых человеком в момент интеграции личности, которые обозначаются как трансперсональные, выходящие за пределы «Я» состояния. Исследователи высказывают опасения потерять истину при обозначении ее словом, перешагнуть из семантических полей сознания, построенных на словесно-дискретной основе, в семантические поля бессознательного, фундамент которых составляют метафорические тексты. По мнению Ю. М. Лотмана, «такой образ... легче протанцевать, чем рассказать, нарисовать, слепить или построить, чем логически эксплицитировать. Работа правого полушария головного мозга здесь ока-

зывается первичной. Однако первые же опыты самоописания этой структуры неизбежно вводят словесный уровень» [33, с. 335].

Действительно, объект данного исследования может быть репрезентирован субъекту через действие, образ или знаковую форму. Поэтому теоретически возможно построение семантических пространств, структурирующих все эти формы репрезентации. Но, во-первых, наиболее разработанной в плане формализации является знаково-вербальная форма, и во-вторых, использование специальных процедур, направленных на осознание состояний интеграции посредством их вербализации, позволяет облегчить к ним в дальнейшем самостоятельный доступ участнику коммуникации [37]. Точность передачи смыслов и оптимальный контекст их трансляции (атмосфера общения) являются основными факторами успешности личностной интеграции.

Коммуникативный мир личности является жизненным пространством ее роста [24, с. 35] и реализации [46], общение является фундаментальной характеристикой людей как социальных существ [65, р. 116], рассматривается как универсальная реальность, в которой субъект существует в течение всей жизни [30], в общении формируются высшие психические функции [16] и структура «я» [48]. Поэтому проблема развития коммуникативной компетентности как интегральной характеристики взаимодействия личности со своим окружением становится особенно актуальной.

Тема коммуникативной компетентности освещается во многих работах отечественных и зарубежных авторов [12; 20; 34; 38 и др.]. Одно из первых употреблений термина «коммуникативная компетентность» (существует неопределенность толкований данной категории в отечественном научном сознании, связанная с особенностями перевода: английское “communicative competence” обозначается как «коммуникативная компетенция» и как «коммуникативная компетентность») мы находим в лингвистике: Д. Хаймс [64] использует его в качестве альтернативы понятию идеального коммуниканта как образца речевого совершенства, лингвистической точности, введенному Н. Хомским [59].

В психологии коммуникативная компетентность рассматривается как ориентированность в различных ситуациях общения, основанная на знаниях, навыках, умениях, чувственном и социальном опыте человека в сфере межличностного взаимодействия [20], как сложное образование, в которое входят знания, социальные установки, умения и опыт в области межличностного общения [46], а также система внутренних средств регуляции коммуникативных действий [41]. В социальной психологии коммуникативная компетентность определяется как сложное образование, интегрирующее в себе компетентность в межличностном восприятии и межличностном взаимодействии [41], определенный уровень опыта межлич-

ностного общения и навыков взаимодействия с окружающими, который необходим субъекту, чтобы, используя свои способности и социальный статус, успешно реализовывать себя в обществе.

Коммуникативная компетентность является интегральной социально-психологической категорией, регулирующей систему отношений человека к природному и социальному миру и самому себе как синтезу обоих миров [6], которая проявляется в адаптивности субъекта, владении им средствами общения, адекватном отражении эмоциональной, когнитивной и поведенческой сферы другого человека и прогнозировании ситуации коммуникации.

В структуре коммуникативной компетентности выделяются поведенческие, когнитивные, аффективные, информационные, регулятивные составляющие, уровни коммуникативных знаний, умений, навыков, способностей и личных качеств [7]; уровни врожденных предпосылок, сформированных черт характера, речевого мышления, жанрово-ролевой и культурно-речевой компетенции [53]. В соответствии с задачами нашего исследования категории знаний, умений и навыков можно отнести к сфере социально-нормативных коммуникативных характеристик; категории способностей и личных качеств – к сфере личностно ориентированных; и качества, способствующие субъект-субъектному актуализационному и духовному общению [40], – к сфере сущностно ориентированных коммуникативных характеристик. Рассмотрим подробнее содержание каждого из уровней обозначенной нами структуры.

Социально-нормативные характеристики: знания, умения, навыки, входящие в состав коммуникативной компетентности, базирующиеся на обучении, воспитании, знании психологии и этики, – способствуют совместной работе с другими людьми, точному восприятию окружающих и самовосприятию в процессе общения. Коммуникативная компетентность на данном уровне предполагает владение нормами общения, поведения, усвоение этно- и социально-психологических эталонов и техник общения [23]. С точки зрения С. Н. Лютовой, нормативные составляющие коммуникативной компетентности являются необходимыми, но не достаточными ее элементами и включают в себя: умение говорить на языке и доходчиво изъясняться невербально; соблюдение обычаев и норм этикета, характерных для данной страны, социальной группы, компании, конкретного собеседника; личностные и социальные характеристики (внешняя привлекательность, коммуникабельность, статус); коммуникативные навыки начала и поддержания разговора, умение соглашаться и отказывать, чувство границ неуверенного – уверенного – агрессивного поведения и границ между деловой, светской и личной беседой. Достаточные составляющие коммуникативной компетентности – умения: активного слушания; безошибочности атрибуций в общении; владение коммуникативными техниками [34]. Со-

гласно А. А. Леонтьеву и В. А. Якунину, коммуникативные знания и практические умения, способствующие успешной коммуникации, – это владение социальной перцепцией, пониманием собеседника, презентационные навыки в общении, навыки построения речи, речевого и неречевого контакта [31; 63]. Рассматривая общение как вид деятельности, Л. А. Петровская выделяет умение ставить и решать коммуникативные задачи: определять цели коммуникации, оценивать ситуацию, учитывать намерения и способы коммуникации партнера (партнеров), выбирать адекватные стратегии коммуникации, быть готовым к осмысленному изменению собственного речевого поведения [46].

Повышение социально-нормативного уровня коммуникативной компетентности позволяет субъекту устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми [38], выбирать оптимальные коммуникативные стратегии, понимать и быть понятым в общении. Вербальным воплощением данного уровня компетентности являются освоенные речевые навыки и средства коммуникации, а также умение делать выбор речевых средств, оптимальных для определенной ситуации общения.

Личностно ориентированные составляющие коммуникативной компетентности объединяют в себе коммуникативные способности и коммуникативные личностные качества. Коммуникативные способности – это индивидуальные особенности личности, являющиеся субъективными условиями успешности деятельности общения, которые проявляются в быстроте, глубине и прочности овладения способами и приемами общения. Основными коммуникативными способностями являются: способность давать социально-психологический прогноз коммуникативной ситуации, в которой предстоит общаться; социально-психологически программировать процесс общения, опираясь на своеобразие коммуникативной ситуации; осуществлять социально-психологическое управление процессами общения в коммуникативной ситуации [52]. Для достижения сходства восприятия коммуникативной ситуации особенно значимы способности передачи и принятия информации, базирующиеся на овладении средствами коммуникации (вербальными, паравербальными, невербальными) и личностного воздействия. Коммуникативные способности определяют выбор оптимального соотношения спонтанности и актерства в своем поведении в каждой конкретной ситуации, предъявление текста (продукта индивидуальной активности, доступного отчуждению в вербальной форме как совокупности знаков) и самопрезентацию (личного стиля, личностных смыслов, мотивов деятельности коммуниканта) в процессе передачи сообщения [34].

Личностные качества, входящие в состав личностно ориентированного уровня коммуникативной компетентности, являются предметом многих исследований [4; 12; 25; 30 и др.]. В число основ-

ных качеств данного уровня входят социальная сенситивность, социальная наблюдательность, рефлексивность [63], осознание собственной мотивации и целей в ситуации общения; доверие себе, индивидуальный стиль, осознание и прогнозирование развития ситуации общения; риторическое мастерство как свидетельство зрелости целостной личности [34].

Развитие коммуникативных способностей и качеств личностно ориентированного уровня коммуникативной компетентности позволяет субъекту варьировать размер круга общения и глубину контактов, осуществлять прогностические и регулятивные функции, в том числе регулировать точность информации, использовать методы личностного воздействия, реализовывать и совершенствовать аффективные и когнитивные составляющие общения. Вербальным выражением данного уровня коммуникативной компетентности является мастерство речи как целостной системы языковых средств, адекватных и действенных в конкретной коммуникативной ситуации.

Социально-нормативные и личностно ориентированные характеристики составляют коммуникативную компетентность в широком круге социальных ситуаций личного и профессионального субъект-объектного общения, в то время как сущностно ориентированные характеристики присущи общению субъект-субъектному, характерному для глубоких межличностных отношений и контекста социомических профессий. Именно изучение состава сущностно ориентированного уровня коммуникативной компетентности обнаруживает то проблемное поле, в котором применение исследуемой нами психосемантики ОИЛ представляется наиболее плодотворным. Более подробное рассмотрение содержания данного уровня коммуникативной компетентности и основных проблем его развития осуществляется применительно к ситуациям общения в рамках социомических профессий, и в частности в контексте деятельности психолога-консультанта.

Сущностно ориентированные компоненты коммуникативной компетентности формируются в контексте близких межличностных отношений и наиболее полно освещаются в работах экзистенциально-гуманистического направления. Автор концепции гуманистического психоанализа Э. Фромм рассматривает отношения любви как единственный источник разрешения противоречий между потребностью человека в укоренении, общей системе ориентиров с обществом, и потребностью в индивидуализации, свободе от влияния общества. Отношения зрелой любви требуют созревания личности, преодоления ею эгоцентризма, что позволяет воспринимать потребности и цели другого человека столь же значимыми, как свои собственные, занимать в данных отношениях активную созидательную позицию.

С точки зрения гуманистического роджерсианского подхода близкие взаимоотношения обретают прочность, долгосрочность и осмысленность при условии постоянного выполнения обязательств, выражения чувств, отрицания специфических ролей и способности участвовать во внутренней жизни другого [57]. Выражая партнеру свои чувства и смыслы в попытках раскрыть природу своей сущности, субъект отказывается от масок, живет в соответствии с собственными ценностями, осознавая все общественные законы, транслирует и принимает всю гамму смыслов и ценностей в межличностном общении, поддерживая себя и партнера в процессе становления истиной личности [50]. Помехами в развитии способности к такого рода коммуникации являются требование признания заслуг как потребность в любви в ответ на соответствие привлекательным для окружающих ценностям и, как следствие, отрицание несоответствующих им аспектов «я», развитие ложного образа «я», противоречие между истинным «я» и искусственно созданной «хорошей» я-концепцией [49].

В содержание сущностно ориентированного уровня коммуникативной компетентности профессий «человек-человек» входят: умение вживаться в чужую психику, но не растворяться в ней, чувство такта и интуиция [51], дух альтруизма, моральная поддержка окружающих в жизни и на работе, умение прощать, сочетание силы характера, ясности ума, воли и интеллекта, интерес и любовь к работе как осознанный акт доброй воли, поднимающий человека до высокого уровня понимания и инсайта [29]. Представитель человековедческой профессии обязан использовать индивидуальный подход к каждому субъекту, с которым вступает во взаимодействие, отождествляться и разотождествляться с внутренними мирами других людей [11]. Такое явление становится возможным лишь при условии гармонизации основных составляющих личности, задействованных в профессиональной коммуникации, а именно: убеждений как мировоззренческой позиции и увлеченности своим делом; переживаний – их ценности и адекватного выражения и понимания у себя и других; представлений о себе и развивающих влияний на предмет своей деятельности в процессе общения [42, с. 164–173]. Многие из выше названных характеристик входят в состав обязательных требований к категории социомических профессий [35], но их присутствие в профессиограммах не гарантирует сохранность целостной личности профессионала: обязанность и даже стремление соответствовать высоким эталонам может приводить его к личностным деформациям.

Существует ряд проблем на пути сохранения и развития сущностно ориентированных составляющих коммуникативной компетентности в профессиях «человек-человек». Согласно С. П. Безносову, субъект как представитель человековедческой профессии должен

вживаться в логику существования и функционирования своего предмета труда и длительное время жить в рамках иногда чуждой ему логики, в результате чего специфическое содержание (например, мотивы и способы асоциального поведения заключенных как предмет исследования сотрудника пенитенциарного учреждения) данного предмета деформирует сознание субъекта-профессионала [11]. По мнению Э. Ф. Зеер, профессиональные деформации нарушают целостность личности, в ней развивается целый ряд защитных реакций, среди которых наибольший интерес для нашего исследования представляет поведенческий трансфер как результат эмпатического присоединения, уподобление себя собеседнику [22].

Профессиональная коммуникативная компетентность психолога-консультанта включает в себя наиболее обширный пласт сущностно ориентированных характеристик. Согласно С. Глэддингу, «консультантам необходимы такие личностные качества, как зрелость, способность к эмпатии и душевность. Они должны быть альтруистами по духу и обладать устойчивостью к неудачам и фрустрации. К сожалению, так бывает не всегда» [18, с. 46]. Он подчеркивает важность работы консультанта над своей профессиональной идентичностью, в которой происходит непрерывная оценка себя и своей деятельности, среди качеств, необходимых для сущностной коммуникации, он выделяет эмпатию и понимание, способность к самопожертвованию и толерантность к близким отношениям. Среди качеств, обуславливающих эффективную работу консультанта на протяжении длительного времени, Глэддинг указывает «устойчивость, гармоничность, постоянство и целеустремленность». Он отмечает, что успешные консультанты сами растут духовно и способствуют духовному росту других «на личностном и глобальном уровне», обладают «духовной сенситивностью»: контролируют свои «пристрастия, умеют слушать, обращаться за разъяснениями, учитывать при общении расовые и культурные различия людей» [там же]. Данные составляющие коммуникативной компетентности, равно как и трудности их развития, будучи универсальными для коммуникации «психолог – клиент», приобретают свое специфическое содержание в отдельных психологических школах и направлениях консультирования, окрашиваясь основными смыслами их концептуальной базы. Особое внимание сущностным и духовным измерениям психотерапевтической коммуникации уделяется в экзистенциально-гуманистическом подходе.

Системообразующим качеством сущностной коммуникации в рамках роджерсианской психотерапии является межличностное или феноменологическое понимание, основанное на эмпатии с целью осознать опыт другого человека именно так, как он его сам пережил [58, с. 363], понять мысли, чувства и внутренние противоречия клиента с его точки зрения [там же, с. 365]. Внутренний мир консульти-

руемого также обогащается благодаря межличностному феноменологическому знанию, переживанию «я» терапевта, его смыслом и самопониманию. Поэтому от клиент-центрированного терапевта требуются аутентичность, искренность, конгруэнтность как согласованность переживания, осознания, сообщения о нем другим и его поведенческих проявлений, безусловное позитивное отношение к клиенту, не смотря на его деструктивное поведение [49]. Как замечают Р. Фрейджер и Д. Фэйдимен, многие роджерсианские терапевты признают, что часто оказываются неспособными поддерживать в своей работе такое качество понимания [58, с. 365]. К. Роджерс отмечал, что если клиент хотя бы в малой степени воспринимает безусловное позитивное отношение терапевта, то при условии всех выше приведенных факторов происходят позитивные терапевтические изменения [66]. Следовательно, развитие в себе такого рода отношения путем осознания и интеграции противоречивых тенденций своей личности является одной из важнейших задач клиент-центрированного консультанта. Прогнозируя социальные последствия своего подхода, К. Роджерс писал, что мир станет более человечным и гуманным, «появятся люди более интегрированные и цельные» [цит. по 58, с. 372].

Автор экзистенциального подхода к глубинному общению Д. Бьюдженталь подчеркивает, что необходимыми для его осуществления качествами консультанта-фасилитатора являются глубокое чувство ответственности, сострадание при возможности твердой конфронтации, уважение к знаниям без зависимости от них, интуиция и готовность постоянного самосовершенствования. Говоря о необходимости опираться на собственный жизненный опыт в консультативной работе, он отмечает особую ценность зрелости личности фасилитатора, определяемой качеством и глубиной проживания, осмысления и освоения своего жизненного опыта [15].

Обилие межличностных контактов с людьми, имеющими психологические проблемы, вызывает ряд трудностей принимающего общения у консультантов-психологов и психотерапевтов. Необходимость работать с любыми клиентами при любых обстоятельствах снижает их личностную защищенность, формируя диссоциативные переживания [54].

Сохранению цельности личности консультанта в условиях глубинного сущностного контакта с клиентом способствует, в частности, развитие в себе качества смысловой эмпатии, которая проявляется в принятии смысловой сферы другого человека, признании значимости для него выражения индивидуализированных смыслов. В рамках смысловой эмпатии консультант принимает смысловую оценку консультируемого, не подразумевающую смысловой идентификации с ней [1]. На системном уровне решение проблемы развития сущностно ориентированных качеств психолога-консультанта

обнаруживается в пространстве его онто-коммуникации [9], где он являет свою сущность и помогает проявиться сущности других людей во взаимно обогащающем моменте со-бытия с ними [10]. Терапевтический аспект этой коммуникации состоит в интегрирующем и мощном эффекте упорядочивания и придания смысла дезорганизованному состоянию психики клиента [13]. Для построения данного общения необходим поиск специальных языковых форм, выражающих феноменологию транслируемых коммуникантами глубинных смыслов, и некоторые из задач данного поиска решаются в русле психосемантического исследования социально-психологических характеристик ОИЛ, а именно специфики данного образа для носителей обыденного и научного сознания.

Таким образом, основными сущностно ориентированными характеристиками, составляющими коммуникативную компетентность, являются любовь как ориентация характера, установка на безусловное принятие партнера по общению, поддержание взаимоотношений открытости и со-бытия, выражение и понимание своих и его чувств, смыслов и ценностей, гармоничная эмпатия, отождествление и разотождествление с внутренними мирами других людей, гармонизация мировоззренческих убеждений, переживаний, я-концепции и стратегий влияния на других, духовная сенситивность как самоконтроль и толерантность в общении, аутентичность, конгруэнтность, ответственность, интуиция, способность к состраданию и потребность в самосовершенствовании.

На пути развития данных качеств необходимо решать целый ряд проблем, в частности: отказ от ложных самоотождествлений, преодоление конфликта между истинным «я» и искусственной я-концепцией, преодоление эгоцентризма и созревание личности, для которой потребности своего и другого «я» равноценны, выбор оптимального выражения чувств по поводу негативных качеств партнера, преодоление личностных деформаций как результата профессиональной социономической деятельности, снятие диссоциативных переживаний, овладение смысловой эмпатией, построение и развитие онто-коммуникации как контекста трансляции глубинных смыслов.

Изучение возможностей психосемантики ОИЛ в решении проблем коммуникативной компетентности сопряжено с поиском его смысловых инвариант или значений. Адекватная трансляция смыслов исследуемого образа происходит благодаря созданию поля общих смыслов [32], в котором данный образ выступает как разделенная реальность для участников коммуникации. Такое явление становится возможным благодаря доступности и узнаваемости данного феномена для каждого субъекта. Чувственная ткань ОИЛ находит свое выражение в языке сущностных переживаний. Для человека в принципе невозможна утрата своего подлинного Я (сущности или самости) [42]. Основные признаки интеграции личности «развива-

ются рано» и «сохраняют непрерывность в процессе индивидуального развития» [47, с. 389].

По наблюдениям А. Маслоу, самоактуализационный опыт доступен всем «вполне заурядным» людям [36, с. 124]. Доступ к ключевым переживаниям интеграции личности с помощью специальных психотехник [19] обнаруживает в содержании чувственного компонента ОИЛ значимые воспоминания ранних (вплоть до эмбриональных) периодов детства. Возможно, ИЛ как феномен возникает на ранних стадиях онтогенеза либо изначально присущ субъекту, может подспудно развиваться в нем на протяжении жизни и проявляться в сознании при определенных условиях. Ассоциации ОИЛ с детскими воспоминаниями имеют свою онтогенетическую обусловленность: ОИЛ, будучи естественным контекстом детского существования, может быть забыт в процессе социализации и затем воссоздан в памяти в знаковые, критические моменты взрослой жизни.

По мнению В. В. Козлова, переход в расширенные состояния сознания (РСС), сопровождающие процессы личностной интеграции и являющиеся маркерами обретения психодуховного опыта, возможен в любой момент времени [27]. В. И. Кабрин обозначает опыт интеграции как ноэтический и обнаруживает возможность знакомства с его содержанием и доступность освоения для любого участника разработанных им тренингов [24, с. 136, 155, 162].

Опора участников коммуникации на разделяемые ими смыслы ОИЛ способствует синхронии процессов внутренней коммуникации со своим актуализирующимся «я» и коммуникации внешней, поддерживающей самоактуализацию партнера, обеспечивает полноту включенности [40] и понимания коммуникантов в процессе общения при сохранении индивидуального вектора становления и развития каждого из субъектов.

Коммуникативная компетентность участников данного процесса предусматривает гибкий выбор стратегий и уровней коммуникации с ориентацией на наивысший из возможных в данной ситуации [40], а также использование психосемантики ОИЛ и специфики его языкового выражения. Данные условия способствуют продвижению к сущностной коммуникации, особенно значимой для взаимоотношений «психолог – клиент».

Диалогическая модель данного взаимодействия базируется на идеях М. М. Бахтина о диалоге как базовом условии бытия, сознания и самосознания человека [10] и предусматривает внутреннюю и внешнюю диалогичность коммуникантов [28]. Использование психосемантики ОИЛ помогает озвучить коммуникантам свои внутренние диалоги благодаря единству значений и их языкового выражения, снимая психологические барьеры на пути личностной интеграции.

Модель триалога, предполагающая включенность позиции наблюдателя в коммуникативный процесс «психолог – клиент» [42],

вносит в данный процесс элементы дополнительного анализа и обучения. Данная модель позволяет расширить спектр используемых языковых средств выражения ОИЛ, дополняя традиционно используемые в ней языки движений, символов и состояний [27] языком знаков, доступных в аналитической позиции внутреннего и внешнего наблюдателя, входящих в содержание уровня универсалий и обобщенных категорий ОИЛ. Основным инструментом психокоррекционного взаимодействия в данном контексте остается личность консультанта, целостность которой, как отмечал К. Роджерс [49], во многом обуславливает качество процесса и результата психотерапевтической коммуникации.

Теоретические исследования ОИЛ делают доступными его смыслы и значения для научного сознания, позволяют моделировать процедуры интеграции личности. Освоение данных процедур происходит в контексте взаимодействия научного сознания психолога и обыденного сознания клиента и требует моделирования речевой деятельности, предусматривающей разнообразие стратегий и языков общения. Данная модель, обеспечивая динамичную смену языка описания – от дознакового к знаковому [56], использует адекватный предмету исследования язык образов и целостных переживаний и может применяться в социальных ситуациях психокоррекционного взаимодействия.

Учитывая состояние научного познания в исследуемой области, соответствующее стадии прохождения от чувственного конкретного к абстрактному в изучении ОИЛ как органического целого и недостаточную развитость самого объекта (многие личности далеки от интеграции), необходимо применить в его познании сначала движение от конкретного к абстрактному (анализ и нахождение ключевых элементов, в данном случае категорий, в процессе контент-анализа), а затем уже переходить к этапу синтеза – а именно восхождения от абстрактного к конкретному путем моделирования реальной речевой деятельности в процессе освоения ОИЛ методом построения семантических пространств как метаязыка описаний данного образа.

Поэтому процесс психосемантического исследования образа интегрированной личности в контексте коммуникативной компетентности строится аналогично естественному ходу формирования представлений и понятий. Рассматривая структуру знания как категориальную сетку сознания, В. Ф. Петренко отмечает, что первоначально для ее формирования используется «подручный материал бытовых представлений и образов», которые в случае их идеальности превращаются сначала в метафору «полупоэтического видения» и лишь затем образуют взаимосвязи и отношения, вбирая в себя эмпирический материал, в результате чего «становятся понятиями, позволяющими научное осознание новой области» [44, с. 27–28].

В контексте движения от конкретного к абстрактному на первом этапе нами исследовались стенограммы актуальных переживаний процесса и результата интеграции, затем тексты публикаций по практической психологии и психотерапии, отражающие представления специалистов помогающих профессий об ОИЛ, и тексты теоретических исследований данного феномена. Проводились категоризация выявленных лексических единиц ОИЛ, определение семантических универсалий и объединение их в интегральные категории-факторы.

Восхождение от абстрактного к конкретному осуществлялось в рамках конструирования семантических пространств как универсального языка данного образа, обнаружения основных закономерностей полученных моделей речевой деятельности и разработки рекомендаций по практическому применению результатов проведенных исследований в контексте межличностной коммуникации «психолог – клиент».

Таким образом, исследование психосемантики образа интегрированной личности направлено на обнаружение смысловых инвариантов или значений, составляющих единое смысловое поле носителей обыденного и научного сознания, позволяет изучить основные компоненты содержания различных уровней структуры данного образа и на их основе построить модель речевой деятельности, оптимизирующей процессы межличностной коммуникации в контексте оказания социально-психологической помощи.

С целью проследить количественные аспекты системных взаимосвязей характеристик образа интегрированной личности с коммуникативными и личностными качествами испытуемых проводился анализ значимых корреляций результатов факторного анализа ОИЛ с данными тестов: коммуникативной социальной компетентности (КСК) и смысложизненных ориентаций (СЖО) [2]. Испытуемые – носители обыденного сознания (не-психологи) и научного сознания (академические и практические психологи) в исследуемой области – выполнявшие оценку ОИЛ психосемантическими методами, заполняли данные тесты, полученные результаты сводились в матрицу данных наряду с основными параметрами индивидуальных факторных структур ОИЛ.

Корреляционный анализ результатов тестирования и факторного анализа характеристик ОИЛ обнаружил взаимосвязь с основным фактором ОИЛ качества коммуникативной компетентности «полагающийся на себя, реалистичный, рациональный»: по сводным данным – 0,588, $p = 0,01$, для носителей обыденного сознания – 0,662, $p = 0,01$, для носителей научного сознания – 0,567, $p = 0,01$, для академических психологов – 0,713, $p = 0,01$, для практических психологов – 0,604, $p = 0,01$. Также с ведущим фактором ОИЛ обнаружена значимая взаимосвязь у фактора эмоциональной

устойчивости КСК: по сводным данным – 0,361, $p = 0,01$; для носителей научного сознания – 0,401, $p = 0,01$; практических психологов – 0,551, $p = 0,01$, и с фактором следования нормам: по сводным данным 0,233, $p = 0,05$. Следовательно, чем выше вклад в общую дисперсию ведущего фактора ОИЛ, тем сильнее он поляризует семантическое содержание ОИЛ и тем более выражены данные качества коммуникативной компетентности в исследованных выборках испытуемых. На основании полученных данных можно предположить, что процесс интеграции личности, иллюстрируемый основной категорией-фактором ОИЛ (в составе которого характеристики «принятие себя», «самосознание», «путь духовного развития» обладают наибольшей факторной нагрузкой), способствует развитию вышеназванных качеств в составе коммуникативной компетентности.

Присутствие универсалии «интегрированность» в составе основной категории-фактора ОИЛ значимо связано с фактором серьезности в составе коммуникативной компетентности: по сводным данным – 0,318, $p = 0,01$, для носителей научного сознания – 0,323, $p = 0,01$) и для клиентов как носителей обыденного сознания – 0,418. Также с данным показателем ОИЛ коррелируют факторы КСК: рациональности (0,437 при $p = 0,01$ по сводным данным; 0,415 при $p = 0,01$ для носителей научного сознания; 0,430 при $p = 0,430$ для академических психологов), следования нормам (0,371 при $p = 0,05$ по сводным данным; 0,404 при $p = 0,01$ для носителей научного сознания) и эмоциональной устойчивости (по сводным данным 0,337 при $p = 0,05$). Показатель общности компонента «интегрированность» также значимо взаимосвязан с эмоциональной устойчивостью в составе коммуникативной компетентности (0,261 при $p = 0,05$ по сводным данным и 0,330 – для носителей научного сознания). Чем выше значение компонента «интегрированность» в системе представлений об ИЛ данных категорий испытуемых, тем в большей степени качества рациональности, нормативности и эмоциональной устойчивости определяют их коммуникацию. В данной тенденции проявляется влияние осознанности, сформированности социальных представлений об интегрированной личности на регуляцию коммуникативных процессов.

С показателем силы признака фактора, в состав которого входит «интегрированность» («Содержание интегрированной личности»), коррелируют показатели сводных данных СЖО, а именно: данные по субшкалам «цели в жизни» (0,225 при $p = 0,05$); «локус контроля – Я (Я – хозяин жизни)» (0,222 при $p = 0,05$). Чем осмысленнее, целеустремленнее представляется субъекту его жизнь, чем устойчивее его представление о себе как сильной личности – тем более выражены понятийные компоненты ядра его социальных представлений об ИЛ.

Качества КСК могут также рассматриваться как промежуточные переменные во взаимосвязи выявленных обобщенных категорий-факторов ОИЛ с данными тестов смысложизненных ориентаций и методики изучения целей и стремлений.

В частности, фактор рациональности в составе коммуникативной компетентности коррелирует с фактором СЖО «Цели в жизни» (осмысленность и целенаправленность жизни): 0,380 при $p = 0,01$ по сводным данным, 0,474 при $p = 0,05$ для носителей обыденного и 0,367 при $p = 0,05$ для носителей научного сознания, 0,477 при $p = 0,01$ для академическим психологов; а также с показателями целеустремленности по методике МИЦС: 0,475 при $p = 0,01$ по сводным данным, 0,535 при $p = 0,01$ для носителей обыденного и 0,468 при $p = 0,05$ – для носителей научного сознания, 0,737 при $p = 0,01$ для академических психологов. Обнаруженные закономерности дают возможность предположить, что наиболее выраженная связь теста КСК с данными методиками находится в сфере процессов целеполагания.

Полученные результаты подтверждают прямую взаимосвязь структурных и содержательных характеристик ОИЛ с качествами коммуникативной компетентности и опосредованную – через данные качества – связь характеристик ОИЛ со смысложизненными ориентациями и целеустремленностью личности. Ведущая обобщенная категория исследуемого образа «Процесс интеграции личности» находится в значимой связи с качествами рациональности, нормативности, эмоциональной зрелости, осмысленности жизни и целеустремленности, являющимися значимыми характеристиками ОИЛ как регулятора межличностного общения в контексте социально-психологической помощи.

Таким образом, обнаруженная взаимосвязь ведущей обобщенной категории ОИЛ «Процесс интеграции личности» с личностными и коммуникативными качествами испытуемых позволяет говорить о влиянии осознанности, сформированности социальных представлений об интегрированной личности на сферы коммуникативной компетентности, смысложизненных ориентаций и процессов целеполагания субъекта.

Библиографический список

1. Абакумова И. В. Обучение и смысл: смыслообразование в учебном процессе (психолого-дидактический подход). – Ростов н/Д, 2003. – 480 с.
2. Абросимова Ю. А. Социально-психологические характеристики образа интегрированной личности: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – Саратов, 2011. – 24 с.
3. Адлер А. Наука жить. – Киев, 1997.
4. Ананьев Б. Г. Строение характера // Психология индивидуальных различий. Тексты / под ред. Ю. Б. Гишпенрейтер, В. Я. Романова. – М.: МГУ, 1982.
5. Ананьев В. А. Введение в потрясающую психотерапию // Журнал практического психолога. – 1999. – № 7–8.

6. Андреас К., Андреас Т. Сущностная трансформация. – Воронеж: МОДЭК, 1999. – 320 с.
7. Апиш Ф. Н., Александренко А. П. Формирование иноязычной коммуникативной компетентности младших школьников на основе интегративного подхода / Адыг. гос. ун-т, Науч.-метод. центр, УИЛ моделирования и развития систем образования. – Майкоп Аякс, 2005. – 154 с.
8. Ассаджиоли Р. Психосинтез. Принципы и техники. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.
9. Батищев Г. С. Найти и обрести себя. Особенности культуры глубинного общения // Вопросы философии. – 1995. – № 3. – С. 103–129.
10. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. – Киев: НЕХТ, 1994. – 511 с.
11. Безносков С. П. Профессиональная деформация личности. – СПб.: Речь, 2004. – 272 с.
12. Болотова А. К., Жуков Ю. М., Петровская Л. А. Социальные коммуникации. – М.: Гардарики, 2008. – 536 с.
13. Боуэн М. В.-Б. Духовность и личностно-центрированный подход // Вопросы психологии. – 1992. – № 3. – С. 24–33.
14. Братусь Б. С. Аномалии личности. – М.: Мысль, 1988.
15. Бьюдженталь Дж. Искусство психотерапевта. – СПб.: Питер, 2001. – 304 с.
16. Выготский Л. С. Мышление и речь. – М.: Лабиринт, 1999. – 352 с.
17. Гиллиген С. Терапевтические транссы. Руководство по эриксоновской гипнотерапии. – М.: НФ «Класс», 1997.
18. Глэддинг С. Психологическое консультирование. – СПб.: Питер, 2002. – 736 с.
19. Гроф С. Надличностное видение. Целительные возможности необычных состояний сознания. – М.: АСТ, 2002. – 240 с.
20. Емельянов Ю. Н. Теория формирования и практика совершенствования коммуникативной компетенции: автореф. дис. ... д-ра психол. наук. – СПб., 1992. – 36 с.
21. Ермолаев О. Ю. Математическая статистика для психологов. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2006. – 336 с.
22. Зеер Э. Ф. Психология профессий: учеб. пособие для вузов. – М.: Академический проект, 2005. – 336 с.
23. Кабардов М. К., Арцишевская Е. В. Типология языковых способностей // Способности. К 100-летию со дня рождения Б. М. Теплова. – Дубна: Феникс, 1997. – С. 259–288.
24. Кабрин В. И. Коммуникативный мир и транскомуникативный потенциал жизни личности: теория, методы, исследования. – М.: Смысл, 2005. – 248 с.
25. Кан-Калик В. А. Учителю о педагогическом общении: кн. для учителя. – М.: Просвещение, 1987. – 190 с.
26. Козлов В. В. Духовная психология: в поисках изначального. – М., 2000. – 95 с.
27. Козлов В. В. Психотехнологии измененных состояний сознания. Методы и техники. – М.: Институт психотерапии, 2005. – 544 с.
28. Копьев А. Ф. Диалогический подход в консультировании и проблемы психологической клиники // Московский психотерапевтический журнал. – 1992. – № 1. – С. 33–48.
29. Критсонис В. А. Психология лидерства в образовательных учреждениях // Бизнес-команда и ее лидер. – М.: Интерсоцинформ. – 2003. – № 8. – С. 23–28.
30. Лабунская В. А. Эмпатия личности // Социальная психология личности в вопросах и ответах: учеб. пособие / под ред. В. А. Лабунской. – М.: Гардарики, 1999. – С. 178–193.
31. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 2005. – 288 с.
32. Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – М.: Смысл, 2007. – 511 с.

33. Лотман Ю. М. Семиосфера. Культура и взрыв внутри мыслящих миров. – СПб.: Искусство-СПБ, 2004. – 704 с.
34. Лютова С. Н. Социальная психология личности. Теория и практика: курс лекций. – М.: МГИМО, 2002. – 176 с.
35. Маркова А. К. Психология профессионализма. – М.: Международный гуманитарный фонд «Знание», 1996. – 304 с.
36. Маслоу А. Г. Психология бытия. – М.: Рефл-бук, Ваклер, 1997. – 304 с.
37. Методы современной психотерапии: учеб. пособие / сост. Л. М. Кроль, Е. А. Пуртова. – М.: НФ «Класс», 2000. – 480 с.
38. Митина Л. М. Учитель как личность и профессионал (психологические проблемы). – М.: Дело, 1994. – 216 с.
39. Митина О. В., Михайловская И. Б. Факторный анализ для психологов. – М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2001. – 169 с.
40. Муравьева О. И. Проблема общения и коммуникативной компетентности в контексте гипотезы о психологических пространствах существования человека // Вестник ТГУ. – 2005. – № 286. – С. 110–117.
41. Общение и оптимизация совместной деятельности / под ред. Г. М. Андреевой – М., 1987. – 297 с.
42. Орлов А. Б. Психология личности и сущности человека. Парадигмы, проекции, практики. – М.: Академия, 2002. – 272 с.
43. Перлз Ф., Хефферлин Р., Гудмэн П. Опыты психологии самопознания. – М., 1993.
44. Петренко В. Ф. Основы психосемантики. – М., 2005. – 480 с.
45. Петренко В. Ф. Психосемантика сознания. – М.: МГУ, 1988. – 208 с.
46. Петровская Л. А. Компетентность в общении. – М.: МГУ, 1989. – 216 с.
47. Психологическая энциклопедия / под ред. Р. Корсини и А. Ауэрбаха. – СПб.: Питер, 2006. – 1096 с.
48. Роджерс К. Р. Консультирование и психотерапия. Новейшие подходы в области практической работы: монография. – М.: ЭКСМО-Пресс, 1999. – 464 с.
49. Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. – М.: Прогресс, 1994. – 480 с.
50. Роджерс К. Р. Психология супружеских отношений. Возможные альтернативы. – М.: Эксмо, 2002. – 288 с.
51. Рубинштейн М. М. Проблема учителя: учеб. пособие. – М.; Л., 1927.
52. Руденский Е. В. Социальная психология: курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: ИГАЭиУ, 1997. – 224 с.
53. Седов К. Ф. Теоретическая модель психолингвоперсонологии // Вопросы психолингвистики. – 2008. – №7. – С. 12–24.
54. Станкевич Г. Л. О диалогической природе психотерапевтических изменений // Консультативная психология и психотерапия. – 1999. – № 2. – С. 24–47.
55. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. – М.: Академический проект, 2001. – 990 с.
56. Улыбина Е. В. Обыденное сознание в картине мира личности (психосемантический подход): дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.01. – Ставрополь, 1999. – 368 с. – РГБ ОД, 71:99-19/35-3.
57. Фромм Э. Ради любви к жизни. – М.: АСТ, 2000. – 400 с.
58. Фрейджер Р., Фэйдимен Д. Теории личности и личностный рост. – М., 2002. – 688 с.
59. Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса. – М.: БГК им. И. А. Бодуэна Де Куртене, 1972. – 258 с.
60. Шалак В. И. Современный контент-анализ. – М.: Омега-Л, 2004. – 272 с.
61. Эриксон М. Стратегия психотерапии. – СПб., 2000. – 512 с.
62. Юнг К. Г. Исследование феноменологии самости. – М.: Рефл-бук, Ваклер, 1997.

63. Якунин В. А. Педагогическая психология. – СПб.: Полиус; Изд-во Михайлова В. А., 2008. – 639 с.
64. Hymes D. On Communicative Competence // in Sociolinguistics, J. B. Pride and J. Homes, Eds. Harmondsworth: Penguin. 1973.
65. Markova I. Dialogicality and Social Representation. The Dynamics of Mind. – Cambridge, 2003.
66. Rogers C. On becoming a Person: A therapist's view of psychoterapy. – Boston: Houghton Mifflin, 1961.

ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК КОМПОНЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ЦИВИЛИЗОВАННОЙ ЛИЧНОСТИ

Д. В. Ефимова

**Пензенская государственная технологическая академия,
г. Пенза, Россия**

Summary. This is a look at tolerance, as a necessary property of modern civilized personality. The importance of the development of tolerant properties of high school students.

Key words: tolerance; personality; high school students.

Современный культурный человек – это не только образованный человек, но человек, обладающий чувством самоуважения и уважаемый окружающими. Поэтому важнейшей задачей высшей школы является формирование у подрастающего поколения умения строить взаимоотношения в процессе взаимодействия с окружающими на основе сотрудничества и взаимопонимания, готовности принять других людей, их взгляды, обычаи и привычки такими, какие они есть. Одной из задач высшей школы является выпуск воспитанников не только с определенным багажом знаний, умений и навыков, но людей самостоятельных, обладающих толерантностью.

Что же такое толерантность? Быть толерантным – значит быть сильной личностью или это проявление слабости? Однозначного ответа нет. И все же большей частью людей толерантность считается признаком высокого духовного и интеллектуального развития индивидуума, группы, общества в целом. Она полностью соответствует тем гуманитарным задачам, которые ставит перед нами новый век в новом тысячелетии.

Ответ на поставленный вопрос поможет найти рассмотрение данного понятия в нескольких контекстах. В социальном контексте толерантность может толковаться как готовность человека позволить другим людям выбирать себе стиль жизни и поведения при ограничении таких отрицательных явлений, как насилие, хулиганские действия и поступки, компрометирующие общество или угрожающие его благосостоянию. В литературе часто можно встретить описание различий между понятиями толерантности и невмеша-

тельства, хотя в повседневной жизни используется более широкий набор слов с близким значением: терпимость, гибкость, снисходительность, потакание, понимание и терпение. Подобные слова применяются как более мягкие термины с положительной валентностью и имеют то общее, что ни одно из них не выражает какое-либо действие и все они предполагают пассивную реакцию на события и поступки. *Соединение же толерантности с нейтралитетом и пассивностью может противоречить ее философскому смыслу.*

В эволюционно-биологическом плане разработка понятия толерантности опирается на представление о «норме реакции», т. е. допустимом диапазоне вариантов реагирования, присущих тому или иному виду и не нарушающих его генотипа.

В этическом плане толерантность исходит из гуманистических течений, в которых подчеркивается непреходящая ценность различных достоинств и добродетелей человека, в том числе достоинств (разнообразий признаков), отличающих одного человека от другого и поддерживающих богатство индивидуальных вариаций единого человеческого вида. Если разнообразие людей, культур и народов выступает как ценность и достоинство культуры, то толерантность, представляющая собой норму цивилизованного компромисса между конкурирующими культурами и готовность к принятию иных логик и взглядов, выступает как условие сохранения разнообразия, своего рода исторического права на отличность, непохожесть, инаковость.

В политическом плане толерантность интерпретируется как готовность власти допускать инакомыслие в обществе и даже в своих рядах, разрешать в рамках конституции деятельность оппозиции, способность достойно признать свое поражение в политической борьбе, принимать политический плюрализм как проявление разнообразия в государстве.

В психолого-педагогическом контексте нет однозначного понимания толерантности, несмотря на довольно широкое распространение данного термина в социологии, психологии и педагогике. А. Асмолов считает, что это качество выражает три пересекающихся значения: устойчивость, терпимость и допустимое отклонение.

В различных источниках по педагогике и психологии смысл термина «толерантность» объясняется как терпимость, стремление и способность к установлению и поддержанию общения с людьми, которые отличаются в некотором отношении от преобладающего типа или не придерживаются общепринятых мнений. Толерантность – трудное и редкое достижение по той простой причине, что фундаментом сообщества является групповое сознание. Люди объединяются в одной общности с теми, кто разделяет их убеждения, или с теми, кто разговаривает на том же языке или имеет ту же культуру. При этом объединение в общность может осуществляться

по различным признакам: национальным, этническим, социальным, профессиональным, досуговым и т. п.

Мы знаем, что различных людей следует воспринимать такими, какие они есть, со своими обычаями, традициями, стереотипами поведения. Людям следует помогать, ибо помощь слабому – это наш долг, причем в первую очередь – перед своей совестью. Однако в реальной жизни в обыденном мнении часто создается негативное отношение к тем или иным группам людей, проявляется агрессивность.

Толерантность означает уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия наших форм самовыражения и способов проявлений человеческой индивидуальности. Ей способствуют знания, открытость, общение и свобода мысли, совести и убеждений. *Толерантность – гармония в многообразии.* Это качество личности является составляющей гуманистической направленности личности и определяется ее ценностным отношением к окружающим. Оно представляет установку на определенный тип отношений, который проявляется в личностных действиях человека. Мы понимаем под толерантностью реализуемую готовность к осознанным личностным действиям, направленным на достижение гуманистических отношений между людьми и группами людей, имеющими различное мировоззрение, разные ценностные ориентации, стереотипы поведения.

Толерантность – интегрированное качество. Если оно сформировано, то проявляется во всех жизненных ситуациях и по отношению ко всем людям. В то же время опыт показывает, что человек может быть толерантным в отношениях с близкими, знакомыми, но пренебрежительно, нетерпимо относиться к людям другой веры или национальности. В этой связи, на наш взгляд, можно говорить о межличностной, социальной, национальной толерантности и нетерпимости. Межличностная толерантность проявляется по отношению к конкретному человеку, социальная – к конкретной группе, обществу, национальная – к другой нации.

Проявление толерантности, которая созвучна уважению прав человека, не означает терпимого отношения к социальной несправедливости, отказа от своих убеждений или уступки чужим. То есть каждый свободен придерживаться своих убеждений и признает такое же право за другими. Это означает понимание того, что люди по своей природе различаются по внешнему виду, положению в обществе, речи, поведению и ценностям и обладают правом жить в мире и сохранять свою индивидуальность. Это также означает, что взгляды одного человека не могут быть навязаны другим.

На наш взгляд, толерантная личность – это человек, хорошо знающий себя и понимающий других людей. Личность интолерантную можно охарактеризовать как человека, не обладающего качествами гибкости во взаимодействии с окружающими и эмпатией по отношению к ним.

Когда мы говорим о толерантной личности, мы не имеем в виду отказ от собственных взглядов, ценностных ориентаций и идеалов. Толерантность не должна сводиться к индифферентности, конформизму, ущемлению собственных интересов, а предполагает, с одной стороны, устойчивость как способность человека реализовать свои личные позиции, а с другой – гибкость как способность с уважением относиться к позициям и ценностям других людей.

Актуальность воспитания толерантности обусловлена теми процессами, которые тревожат как мировую общественность, так и российское общество. Прежде всего, это рост различного рода экстремизма, агрессивности, расширение зон конфликтов и конфликтных ситуаций. Эти социальные явления особо затрагивают молодежь, которой в силу возрастных особенностей свойственен максимализм, стремление к простым и быстрым решениям сложных социальных проблем.

Сегодня задача воспитания толерантности должна пронизывать деятельность всех социальных институтов и в первую очередь тех, кто оказывает непосредственное воздействие на формирование личности ребенка.

Высшая школа как социальный институт имеет большие возможности для воспитания у студентов толерантности. Эти возможности могут быть реализованы как в процессе учебной, так и внеучебной деятельности. Именно в студенческом сообществе у учащегося могут быть сформированы гуманистические ценности и реальная готовность к толерантному поведению.

Воспитание толерантной личности – процесс сложный, осуществляется всей социальной действительностью, окружающей учащегося, обществом, под влиянием взаимоотношений в семье, сложившихся взглядов и отношений ее членов к другим людям и обществу в целом, под влиянием общения со сверстниками и окружающими людьми.

Как показывает анализ практики, этот процесс происходит стихийно. Для того чтобы сделать его целенаправленным, на наш взгляд, необходима организованная педагогическая деятельность в вузе. На сегодняшний день, когда имеют место нарушение семейных связей, отчуждение взрослых и детей, повышенная конфликтность в их взаимоотношениях, вакуум, в который попадают многие учащиеся, способна заполнить полноценная работа педагогов вуза с воспитанниками.

Современный студент должен правильно воспринимать и понимать единство человечества, взаимосвязь и взаимозависимость всех и каждого живущих на планете, понимать и уважать права, обычаи, взгляды и традиции других людей, найти свое место в жизнедеятельности общества, не нанося вреда и не ущемляя права других людей.

МНОГОАСПЕКТНАЯ ИНТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК ИЗДЕРЖКА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Д. В. Ефимова

Пензенская государственная технологическая академия,
г. Пенза, Россия

Summary. The paper presents an approach to the problem of intolerant behavior, life situations that reflect intolerance are considered. The author concludes that there is an inseparable connection between social and biological in the formation of a civilized personality.

Key words: multidimensional intolerance; civilization.

XXI век будет веком ненасилия
или его не будет вовсе.

Жак Семлен [2]

Является ли равнодушие проявлением интолерантности: когда мы видим несправедливость и молчим; когда мы подаем милостыню детям на улице, поддерживая тем самым «бизнес», основанный на воровстве грудных детей, которых специально калечат и сажают на землю просить милостыню?.. Подавая деньги, мы поддерживаем этот «бизнес». Было обнаружено, что женщина собирала милостыню с ребенком, который умер уже 2 дня назад! Как можно относиться к этому равнодушно?

Как труп, всплывший на пляже города, оказался никому ненужным? Как представители органов милиции сказали горожанину, пытавшемуся вынести его на берег: «Брось его обратно!» и продолжали есть и пить пиво... Как люди, зная, что в озере умерший, продолжали купаться, радоваться – одним словом – не замечать!!! Того, что произошло... Женщина с пляжа сказала: «да не волнуйтесь вы так: вы же едите курятину – она тоже мертвая!»

Что это деградация, бесчувственность... холодность, это черствость, жестокость, в конце концов – бесчеловечность... когда вы проходите мимо лежащего на земле человека? Какие мысли посещают вас? Никакие? Тогда вы и есть тот самый бесчеловечный человек! Если все же что-то шевельнулось в вашей груди... еще не все потеряно, ну а если вы не побоялись протянуть руку человеку – в вас еще есть настоящее, живое... Человеческое.

Если вы начали разделять, разграничивать... отделять что-то от кого-то, от чего-то по каким-то признакам – значит в вас непременно проявится интолерантность. Это идет еще с детства – деление игрушек на «мои» и «чужие», за этим непременно следует конфликт. Так и во взрослой жизни деление на «своих» и «чужих» непременно приводит к разногласиям, последствия которых могут быть необратимыми.

Как найти общую точку соприкосновения? Нужно стараться находить не различия, а что-то общее, что могло бы, напротив, связать своих и чужих! Общность – сближает. Не важно, кто ты по национальности, не важно, кто ты по половой принадлежности, каков твой возраст, цвет кожи, твое социальное положение! Нужно помнить, что каждый является индивидуальностью, личностью, человеком. Нужно всего-навсего научиться уважать другого, принимать его таким, каков он есть, не выпячивать его недостатки, тогда будет проще взаимодействовать. А в процессе общения всегда можно найти возможность спокойно объяснить человеку, с чем вы не согласны, и вместе подумать, как можно это уладить мирно. Всегда нужно задаваться вопросами: Сколько жертв будет от вашей победы? Каков результат содеянного вами? Нет ли более правильного пути? Самое главное, как сохранить мир, не потеряв своего достоинства и чести? Вопрос многоаспектен, многогранен, любовь к людям должна быть главным мотивом поведения, меняющим угол зрения на проблему, на конкретного человека либо социальную группу, а тем более на себя. Важно отметить, что любить нужно не только окружающих, но и себя! Только в этом случае, полюбив себя, вы сможете полюбить других настолько, что не будете приносить свои интересы в жертву интересам других (альтероцентризм), а также, любя других людей, вы не будете эгоистом (вопрос самооценки). Важно отметить, что человек, не способный испытывать чувства любви, – ущербен. Такому человеку можно порекомендовать медитацию на любовь, необходимо развивать в себе это чувство, которое поможет лучше разобраться в себе и окружающих, поможет снизить чувство агрессии, развить эмпатию к окружающим.

Рассмотрим вопрос биологического и социального в формировании цивилизованной личности. На этот свет мы приходим с задатками, переданными нам нашими биологическими родителями. К концу своей жизни мы представляем собой отточенный обществом самородок, либо все тот же булыжник, оставшийся в первоизданном виде, либо вовсе песок...

Результаты формирования нашей личности разнятся. Кто влияет на становление и развитие нашего с вами сознания и поведения? Возможно, общество. Страна, где мы проживаем с ее менталитетом, семья, школа, СМИ, друзья, а самое главное – мы сами. Попробуем разобраться, что же оказывает на наше поведение большее влияние? Задатки, переданные нам по наследству, генетически обуславливают работу нашей психофизиологии, наш темперамент – со всеми процессами возбуждения, торможения, переключения реакций, что обуславливает нашу реакцию в процессе взаимодействия, обуславливая наше поведение. Однако в процессе психического созревания (у каждого человека оно происходит индивидуально) у человека развивается сознание, которое предполагает развитие сознания в целом и в

частности воли, способной контролировать биологические проявления – процесс агрессивного возбуждения, например. Что может быть рычагом управления социального над биологическим?

Развитие сознания человека сопряжено с процессом взаимодействия с окружающей действительностью, и от того, насколько верно она воспринята человеком, и какова она на самом деле, очень много зависит.

Тренировка воли – одна из самых сложных задач. Сопутствует ей становление мотивации, которая формируется из установок и системы ценностей, полученных в том самом обществе, где развивается субъект, в зависимости от того, какие ценности и установки были привиты, – такова и мотивация, соответственно таково и поведение.

Отмечено, что ребенок, родившийся от отца-алкоголика, но воспитывающийся в непьющей семье, – вырос нормальным, и напротив, ребенок от непьющих родителей, воспитывающийся в семье алкоголиков, скопировал их поведение.

Отмечается неразрывная связь биологического и социального – без общества невозможно существование человека – возможно существование лишь биологического существа (ребенок-Маугли), но не человека, не личности! Развитие происходит во взаимодействии. В процессе компьютеризации произошел переход к глобальному общению, взаимодействию, это не прошло бесследно ни для общества, ни для людей, его составляющих. Произошло стирание границ взаимодействия. Это повлекло изменения в мировоззрении, поведении, психике. Чем это обернется? Покажет время...

ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ ЛИЦ, ЗАВИСИМЫХ ОТ ИНТЕРНЕТА

А. В. Цветков, С. А. Рябинин

Московский научно-практический центр наркологии,
г. Москва, Россия

Summary. It is shown that the Internet-addiction connected with the coping-strategies of resignation (positive correlation at the level of 0,6-0,86) and negatively with the ability to scale up efforts towards achieving the goal (-0,7). Internet-dependent individuals are characterized by anxiety and frustration, but not alexithymia. Therefore, the relationship between the difficulties in real emotionally-rich communications and Internet addiction is not particularly confirmed.

Key words: Internet-addiction; coping-strategies; anxiety; frustration; alexithymia.

Менее чем за полтора десятилетия Интернет стал революционным средством общения и обмена информацией. Скорость изменения и появления новых способов использования Интернета за это время столь возросла, что исследователям до сих пор сложно объяснить различные положительные и отрицательные стороны использования Интернета, которые привлекают внимание как научной общественности, так и общества в целом. Одной из таких негативных сторон, привлечшей всеобщее внимание в последнее десятилетие, является интернет-зависимость. В данной работе акцент сделан на Интернете как явлении, а не на конкретном содержании, которое становится доступным благодаря Сети. Изучение возможности людей быть зависимыми от общего использования Интернета проводилось в ряде исследований, таких как исследования Каплана [3], Дэйвиса [4], Янг [9] и др.

Цель исследования: изучение особенностей личности лиц, зависимых от Интернета.

Объект исследования: особенности личности лиц, зависимых от Интернета.

Предмет исследования: особенности копинг-стратегий и восприятия Интернета лиц, зависимых от Интернета.

Гипотезы исследования:

- 1) активные пользователи Интернета могут использовать Интернет как средство ухода от трудных ситуаций;
- 2) использование Интернета как средства ухода от реального мира может быть обусловлено особенностями психического состояния и типами реагирования на трудные ситуации;
- 3) активные пользователи Интернета более подвержены алекситимии.

Зависимость в медицинском смысле определяется как навязчивая потребность в использовании привычных стимулов, сопро-

вождающаяся ростом толерантности и выраженными физиологическими и психологическими симптомами [1].

В психиатрии принято разделять зависимость к психоактивному веществу и патологическое влечение к некоторой деятельности (например, азартной игре) главным образом по принципу обнаружения какого-либо органического субстрата. В случае химических зависимостей дело обстоит достаточно просто: в ЦНС были обнаружены специфические рецепторы к подавляющему большинству распространенных психоактивных веществ, что позволяет говорить об органической природе данной патологии. Однако от внимания составителей классификаций по тем или иным причинам ускользает тот факт, что психологическая зависимость к препарату практически всегда формируется намного раньше, нежели зависимость органическая. Ярким примером такого рода является кокаиновая зависимость, приводящая к встраиванию наркотика в метаболизм на сравнительно позднем этапе развития психического расстройства, начинающаяся с психологической зависимости. Ряд исследователей говорят о том, что зависимость не обязательно должна подразумевать химические или иные опьяняющие вещества. Например, термин «зависимость» часто применялся к целому ряду типов эксцессивного поведения, таких как игромания, игра в компьютерные игры, расстройства пищевого поведения, физических упражнений и т. п. Хотя такое поведение зачастую не включает в себя химические интоксиканты или вещества, ряд исследователей указали, что некоторые базовые индикаторы поведенческой зависимости очень схожи с зависимостью от химических веществ, речь о таких проявлениях, как потеря контроля, толерантность, абстиненция и негативные жизненные последствия. Также было предположено, что люди проявляют аддиктивное поведение по схожим причинам, таким как уход от тревоги, скуки или депрессии [7]. На данный момент предполагается, что 5–10 % пользователей Интернета страдают от той или иной формы интернет-зависимости в ущерб работе, учебе и личной жизни [9]. Среди всех возможных причин появления зависимости, Интернет выделяется из-за своей возрастающей значимости и из-за его растущей доступности. В общих чертах зависимость можно определить как «компульсивное неконтролируемое пристрастие к субстанции, привычке или деятельности до такой степени, что прекращение вызывает серьезные эмоциональные, психические или физиологические реакции» [6]. В рамках данного исследования можно принять следующее определение интернет-зависимости, которое было предложено Бердом: «Человек может считаться зависимым, когда его психологическое состояние, включающее и умственное и эмоциональное состояние, а так же его взаимодействия в сфере учебы, работы или в личной жизни ухудшаются из-за чрезмерно-

го использования Интернета» [1]. Кимберли Янг приводит 4 симптома интернет-зависимости:

- 1) навязчивое желание проверить электронную почту;
- 2) постоянное ожидание следующего выхода в Интернет;
- 3) пристрастие к работе (играм, программированию или другим видам деятельности) и непреодолимая тяга к поиску информации в Сети;
- 4) жалобы окружающих на то, что человек проводит слишком много времени в Интернете;
- 5) жалобы окружающих на то, что человек тратит слишком много денег на Интернет [8].

Другие ученые [2] дополнили этот список: 1) сокращение времени на прием пищи на работе и дома, еда перед монитором; 2) вход в Интернет в процессе не связанной с ним работы; 3) потеря ощущения времени в Сети; 4) более частая коммуникация с людьми через Интернет, чем при личной встрече; 5) постоянное предвкушение очередной интернет-сессии или воспоминания о предыдущей сессии; 6) игнорирование семейных и рабочих обязанностей, общественной жизни, научной деятельности или состояния своего здоровья в связи с углубленностью в Интернет; 7) невозможность сократить время пребывания в Интернете; 8) пропуск еды, учебных занятий, встреч или ограничение во сне ради возможности быть в Интернете; 9) вход в Интернет с целью уйти от проблем или заглушить чувства беспомощности, вины, тревоги или подавленности; 10) появление усталости, раздражительности, снижение настроения при прекращении пребывания в Сети и непреодолимое желание вернуться за компьютер; 11) «тайное» вхождение в Интернет в момент отсутствия супруга или других членов семьи, сопровождающееся чувством облегчения или вины; 12) отрицание наличия зависимости [5].

Эмпирическое исследование по проблеме проводилось на базе компании ООО «КрейзиБит», которая занимается разработкой и издательством интернет-игр в социальных сетях и мобильных платформах, а также независимых браузерных продуктов. Сотрудники компании проводят большую часть своей профессиональной и досуговой деятельности в Интернете, поэтому именно они были выбраны в качестве испытуемых. Исследование проводилось 6 недель в период с 9 февраля по 19 апреля 2011 г. В течение этого времени было обследовано 30 испытуемых (15 мужчин и 15 женщин) в возрасте от 20 до 30 лет. Средний возраст испытуемых составил 25+/- 5 лет. Выборка набиралась среди пользователей Интернета, которые проводят в сети в среднем от 6 часов в день. Все испытуемые имеют практически круглосуточный доступ в Интернет и проводят в нем значительное число времени по рабочим и/или личным причинам.

При проведении эмпирического исследования *были использованы следующие методики:*

1. Опросник «Восприятие Интернета» Е. А. Щепиловой, включающий шкалы, сгруппированные по «факторам зависимости», «особенностям восприятия Интернета» и «последствиям зависимости».

2. Опросник «Решение трудных ситуаций», нацеленный на выделение 11 копинг-стратегий.

3. Торонтская шкала алекситимии.

4. Методика Г. Айзенка «Типовое психическое состояние», позволяющая выделить уровень фрустрации, агрессии, тревожности и ригидности испытуемого.

Результаты исследования и их обсуждение

При создании опросника Е. А. Щепиловой предполагалось, что Интернет-зависимые должны показывать высокие показатели по всем трем группам шкал – факторы зависимости, особенности восприятия Интернета и последствия зависимости. Исследования, проведенные с помощью этой методики, а так же опросника РТС, методики Айзенка «Типовое психическое состояние» и Торонтской шкалы алекситимии, показали корреляцию между некоторыми шкалами этих опросников. В результате проведения анализа параметров всех шкал методом корреляции Пирсона подтверждается сильная взаимосвязь между шкалами интернет-зависимости и шкалами других опросников.

Самый высокий коэффициент корреляции среди подшкал «факторов зависимости» был обнаружен между шкалой потребности в сенсорной стимуляции из опросника «Восприятие Интернета» и показателем «уход» в РТС ($r = 0,859$ при $p = 0,0005$), что согласуется с результатами других исследований. Схожие высокие показатели корреляции со шкалой «уход» показали и другие подшкалы «факторов зависимости» – «принадлежность к субкультуре» ($r = 0,793$ при $p = 0,0005$) и «нецеленаправленность поведения» ($r = 0,807$ при $p = 0,0005$).

Шкалы фактора «особенности восприятия Интернета» также показали высокую корреляцию со шкалой «уход» – от максимального значения коэффициента корреляции «изменения состояния сознания» ($r = 0,867$ при $p = 0,0005$) до восприятия Интернета как «лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» ($r = 0,851$ при $p = 0,0005$) и шкалы общения в Интернете ($r = 0,816$ при $p = 0,0005$). Наименьший показатель корреляции в факторе особенностей восприятия Интернета – «мотивация использования Интернета», равен $r = 0,608$ при $p = 0,001$.

Что касается шкал «последствия интернет-зависимости», высокие показатели корреляции со шкалой «уход» показали субшкалы «стремление перенести нормы виртуального мира в реальный» ($r = 0,823$ при $p = 0,0005$), другие показатели – «одушевленности

Интернета» ($r = 0,688$ при $p = 0,0005$) и «восприятия Интернета как проективной реальности» ($r = 0,698$ при $p = 0,0005$) – значительно ниже, но все-таки могут считаться достаточно тесно связанными с уходом от решений трудных ситуаций.

Эти показатели подтверждаются данными многих исследований [7], которые говорят о склонности уходить от решения трудной ситуации в Интернет, прекращать какую-либо деятельность в этом направлении, терять интерес к решению проблем. Как и при обычном уходе от трудных ситуаций, Интернет здесь является способом ухода, отключения от реального мира и, соответственно, полного удаления проблемы на второй план.

Другой показатель из методики РТС, который обнаружил достаточно высокую, но уже обратную корреляцию с субшкалами интернет-зависимости – это показатель «возрастание усилий к достижению целей», трактуемый часто как аналог защитного механизма «реактивные образования», свойственного маниакальным личностям. Нужно отметить, что корреляция обратная, т. е. высокие баллы по этой шкале указывают на то, что усилия при достижении цели действительно возрастают. Как показывают исследования, этот показатель падает при более высоких показателях интернет-зависимости у испытуемых.

В шкале «факторы зависимости» наибольшую корреляцию с показателем «возрастание усилий к достижению целей» составляет подшкала «потребность в сенсорной стимуляции» ($r = -0,718$ при $p = 0,0005$). Другие подшкалы показывают чуть меньший, но все же заметный результат, это как «принадлежность к субкультуре» ($r = -0,698$ при $p = 0,0005$), так и «нецеленаправленность поведения» ($r = -0,698$ при $p = 0,0005$).

Шкала «особенности восприятия Интернета» также показывает выше среднего значения обратной корреляции к показателям «возрастание усилий к достижению целей». Так, показатель субшкалы «мотивация использования Интернета» ($r = -0,635$ при $p = 0,0005$) является наименьшим показателем среди этих корреляций, в то время как другие имеют более высокие значения – «изменение состояния сознания в результате использования Интернета» ($r = -0,747$ при $p = 0,0005$), «восприятие Интернета как лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» ($r = -0,790$ при $p = 0,0005$) и показатель подшкалы «общение» ($r = -0,730$ при $p = 0,0005$).

Практически все субшкалы шкалы «последствия зависимости» также показывают результаты выше среднего, кроме шкалы «пространство в Интернете». Субшкала «восприятие Интернета как проективной реальности» ($r = -0,783$, при $p = 0,0005$) показывает один из наиболее высоких показателей среди всех субшкал зависимости, в то время как шкалы «одушевленность Интернета» ($r = -0,625$ при $p = 0,0005$) и «стремление перенести нормы виртуального мира в

реальный» ($r = -0,692$ при $p = 0,0005$) показывают относительно средние результаты.

Возрастание усилий к достижению цели – склонность при возникновении проблемы затрачивать большие усилия, настойчивость и терпение, чтобы все же добиться своей цели, стремление довести дело до конца, не обращая внимания на препятствия или прежние неудачи. Поэтому логично предположить, что, наряду с такой реакцией на сложные ситуации, как «уход», снижение усилий, когда дело не поддается сразу, а то и вовсе забрасывание этого дела, является характерной чертой интернет-зависимого человека.

Еще один показатель из методики РТС, который обнаружил достаточно высокую обратную корреляцию с субшкалами Интернет-зависимости – это показатель «аутоагрессии». Высокий показатель аутоагрессии, или агрессии к себе, так же отмечался в исследованиях как коррелирующий с интернет-зависимостью, что и показали наши исследования.

Что касается показателей шкалы «факторы зависимости», все показатели коэффициентов корреляции со шкалой «аутоагрессия» показывают сильную взаимосвязь между этими шкалами. Наибольший коэффициент показывает субшкала «потребность в сенсорной стимуляции» ($r = 0,793$ при $p = 0,0005$). Также высокие показатели имеют субшкала «принадлежность к субкультуре» ($r = 0,650$ при $p = 0,0005$) и субшкала «нецеленаправленность поведения» ($r = 0,741$ при $p = 0,0005$).

В показателях шкалы «особенности восприятия интернета» субшкала «мотивация использования Интернета» имеет низкий показатель ($r = 0,569$ при $p = 0,0005$), и несмотря на то, что эту корреляцию можно включить в исследование как валидную, другие показатели шкалы «особенностей» намного выше. Субшкала «изменение состояния сознания в результате использования Интернета» ($r = 0,756$ при $p = 0,0005$) имеет здесь наивысший показатель корреляции, в то время как субшкала «общение» ($r = 0,686$ при $p = 0,0005$) значительно ниже. Субшкала «восприятие Интернета как лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» имеет средний показатель ($r = 0,746$ при $p = 0,0005$).

В показателях шкалы «последствия интернет-зависимости» коэффициенты корреляции со шкалой «аутоагрессия» схожи с предыдущими: субшкала «восприятие Интернета как проективной реальности» ($r = 0,765$ при $p = 0,0005$) и субшкала «одушевленность Интернета» ($r = 0,790$ при $p = 0,0005$) имеют наибольший показатель, а субшкала «стремление перенести нормы виртуального мира в реальный» ($r = 0,648$, при $p = 0,0005$) – наименьший, хоть и достаточно высокий.

Аутоагрессия, или агрессия к себе, – склонность обращать свой гнев и отчаяние против самого себя, причинять себе боль, застав-

лять себя делать что-нибудь особенно неприятное в наказание за неудачи. Это является одним из признаков депрессивной личности, и интернет-зависимость часто коррелирует с людьми, имеющими такой показатель.

Последний показатель, имеющий высокую корреляцию из реакции на трудные ситуации (РТС) – «Интрапунитивное восприятие ситуации». Этот показатель схож с показателями аутоагрессии и имеет общие точки корреляции со шкалами интернет-зависимости. Сама шкала «интрапунитивного восприятия ситуации» также сильно коррелирует со шкалой «аутоагрессия», что подтверждает полученные данные.

Шкала «факторы зависимости», как и «аутоагрессия», имеет достаточно высокий коэффициент корреляции со шкалой «интрапунитивное восприятие ситуации». Субшкала «принадлежность к субкультуре» ($r = 0,611$ при $p = 0,0005$) и субшкала «нецеленаправленность поведения» ($r = 0,622$, при $p = 0,0005$) показали не самые высокие коэффициенты корреляции, зато у субшкалы «потребность в сенсорной стимуляции» ($r = 0,758$, при $p = 0,0005$) наиболее сильная взаимосвязь с «интрапунитивным восприятием ситуации» из всех других шкал, касающихся методики выявления интернет-зависимости.

В шкале «особенности восприятия интернета» субшкала «восприятие Интернета как лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» ($r = 0,725$ при $p = 0,0005$) имеет наивысший коэффициент корреляции со шкалой «интрапунитивное восприятие ситуации». Следом за ней идет субшкала «изменение состояния сознания в результате использования Интернета» ($r = 0,751$ при $p = 0,0005$). Субшкала «общение» ($r = 0,698$ при $p = 0,0005$) имеет коэффициент корреляции немногим ниже. Наименьший показатель у субшкалы «мотивация использования Интернета» ($r = 0,689$ при $p = 0,0005$), который, впрочем, не сильно отличается как от других субшкал в этой шкале, так и от соответствующего показателя «аутоагрессия».

«Последствия зависимости» имеют самые слабые показатели корреляции: субшкала «восприятие Интернета как проективной реальности» ($r = 0,662$ при $p = 0,0005$), субшкала «одушевленность Интернета» ($r = 0,649$ при $p = 0,0005$) и субшкала «стремление перенести нормы виртуального мира в реальный» ($r = 0,654$ при $p = 0,0005$) схожи по показателям между собой и все, кроме последнего, являются ниже, чем показатели корреляции «аутоагрессии» с соответствующими субшкалами.

Интрапунитивное восприятие ситуации – это склонность обвинять самого себя в случившихся неудачах или неприятностях, объяснять проблемы своими недостатками (неумением, незнанием, ленью и т. д.). Как и в случае аутоагрессии, человек с таким способом восприятия склонен к депрессивному состоянию, что не может

положительно сказываться на его подверженности интернет-зависимости.

Методика Айзенка «Типовое психическое состояние» показала высокую корреляцию между шкалами «тревожность», «фрустрация» и «ригидность» и шкалами, относящимися к интернет-зависимости по методике Щепиловой. Шкала «агрессия» показала крайне низкие значения корреляции, наибольшее из которых было корреляцией с субшкалой «принадлежность к субкультуре» ($r = 0,404$ при $p = 0,0005$), что не является статистически значимым показателем.

Шкала «тревожность» имеет особо сильную корреляцию как со шкалами «факторы зависимости», так и со шкалами «особенности восприятия Интернета». В случае со шкалами «факторы зависимости» шкала «Тревожность» имеет чрезвычайно высокие показатели. В субшкале «принадлежность к субкультуре» ($r = 0,828$ при $p = 0,0005$) испытуемые набрали наивысший коэффициент корреляции. В субшкалах «нецеленаправленность поведения» ($r = 0,758$ при $p = 0,0005$) и «потребность в сенсорной стимуляции» ($r = 0,759$ при $p = 0,0005$) были получены почти такие же высокие показатели корреляции.

Корреляция между шкалой «тревожность» и субшкалами «особенности восприятия Интернета» является почти столь же высокой: субшкала «изменение состояния сознания в результате использования Интернета» ($r = 0,809$ при $p = 0,0005$) имеет очень высокий коэффициент корреляции, как и субшкала «восприятие Интернета как лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» ($r = 0,786$ при $p = 0,0005$). Очень высокий показатель был найден и у субшкалы «Общение» ($r = 0,805$ при $p = 0,0005$).

В шкалах «последствия зависимости» испытуемые показали меньшую степень корреляции, чем в других. Тем не менее значения корреляции со шкалой «тревожность», найденные в этих шкалах, – «восприятие Интернета как проективной реальности» ($r = 0,671$ при $p = 0,0005$), субшкала «одушевленность Интернета» ($r = 0,659$ при $p = 0,0005$) и субшкала «стремление перенести нормы виртуального мира в реальный» ($r = 0,735$ при $p = 0,0005$) – являются статистически значимыми результатами для данного исследования.

Эти результаты подтверждаются многими исследованиями, в частности К. Янг, которая писала, что «интернет-зависимые часто страдают от эмоциональных проблем, таких как депрессия, или нарушений связанных с тревожностью, и часто используют фантастический мир Интернета, чтобы психологически уйти от неприятных ощущений или стрессовых ситуаций». Данные выводы подтверждаются не только данными по тревожности, но и данными по шкале «ухода» из методики «Решение трудных ситуаций».

Шкала «фрустрация» имеет более слабую корреляцию со шкалами интернет-зависимости, но тем не менее испытуемые показали достаточно высокие показатели, чтобы они считались статистически значимыми. Испытуемые в шкалах «факторы зависимости», которые включают в себя субшкалу «принадлежность к субкультуре» ($r = 0,692$ при $p = 0,0005$), субшкалу «нецеленаправленность поведения» ($r = 0,698$ при $p = 0,0005$) и субшкалу «потребность в сенсорной стимуляции» ($r = 0,764$ при $p = 0,0005$), показали результаты, которые имеют достаточно высокий коэффициент корреляции.

Шкала «особенности восприятия Интернета» в корреляции со шкалой «фрустрация» включает в себя субшкалу «мотивация использования Интернета» ($r = 0,619$ при $p = 0,0005$), субшкалу «изменение состояния сознания в результате использования Интернета» ($r = 0,751$ при $p = 0,0005$), подшкалу «восприятие Интернета как лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» ($r = 0,739$ при $p = 0,0005$), «общение» ($r = 0,766$ при $p = 0,0005$).

В шкалах «последствия зависимости» корреляция со шкалой «фрустрация» была выявлена, но полученные данные корреляции были невысокими. Субшкалы «восприятие Интернета как проективной реальности» ($r = 0,601$ при $p = 0,0005$) и «стремление перенести нормы виртуального мира в реальный» ($r = 0,702$ при $p = 0,0005$) можно охарактеризовать как значимые для данного исследования, но субшкала «одушевленность Интернета» ($r = 0,590$ при $p = 0,0005$) уже показала почти незаметную корреляцию.

Последний показатель, имеющий высокую корреляцию со шкалами интернет-зависимости, – шкала «ригидность», что также достаточно ожидаемо. Ригидность как неготовность к изменениям программы действий в соответствии с новыми ситуационными требованиями хорошо подходит под описание интернет-зависимого человека.

По шкалам «факторы зависимости» высокий коэффициент корреляции со шкалой «ригидность» у испытуемых получился в субшкале «принадлежность к субкультуре» ($r = 0,751$ при $p = 0,0005$). Несколько меньший результат – в субшкалах «нецеленаправленность поведения» ($r = 0,632$ при $p = 0,0005$) и «потребность в сенсорной стимуляции» ($r = 0,639$ при $p = 0,0005$).

Такой же уровень корреляции со шкалой «ригидность» и у шкал «особенности восприятия Интернета». Корреляция с субшкалой «мотивация использования Интернета» несколько ниже ожидаемого ($r = 0,522$ при $p = 0,0005$), но субшкалы «изменение состояния сознания в результате использования Интернета» ($r = 0,706$ при $p = 0,0005$), «восприятие Интернета как лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью» ($r = 0,669$ при $p = 0,0005$) и «общение» ($r = 0,665$ при $p = 0,0005$) показывают достаточно высокий уровень корреляции.

Наиболее низкий результат по показателям корреляции со шкалой «ригидность» – у шкал «последствия интернет-зависимости». Субшкалы «восприятие Интернета как проективной реальности» ($r = 0,585$ при $p = 0,0005$), «одушевленность Интернета» ($r = 0,559$ при $p = 0,0005$) имеют низкий показатель корреляции, хотя могут считаться статистически значимыми для исследования. Коэффициент субшкалы «стремление перенести нормы виртуального мира в реальный» ($r = 0,618$ при $p = 0,0005$) достаточно высок, чтобы указывать на корреляцию этой шкалы со шкалой «ригидность» из методики Айзенка.

Со шкалой алекситимии корреляции шкал зависимостей не обнаружено.

Выводы

1. Выявлено, что наибольшие взаимосвязи наблюдаются между факторами зависимости от Интернета и типом реагирования на трудную ситуацию «уход» (положительная корреляция на уровне $0,6-0,86$), а также стилем реагирования «возрастание усилий к достижению цели» (отрицательная корреляция на уровне $-0,7$).

2. Установлено, что аутоагрессия и интрапунитивное восприятие ситуации как стили неадекватного, саморазрушающего реагирования на критическую ситуацию тесно связаны как с факторами зависимости, так и с изменениями восприятия и сознания в ходе интернет-коммуникации (положительные корреляции на уровне $0,6-0,8$).

3. Установлено, что интернет-зависимость связана с высоким уровнем тревожности и фрустрации, что в сочетании с низкой готовностью зависимых личностей к смене ситуации активности приводит к субдепрессивному фону настроения и фиксации зависимости.

4. Не выявлено корреляций между факторами зависимости и алекситимией, таким образом, нельзя однозначно говорить о трудностях в реальной эмоционально-насыщенной коммуникации как факторе риска интернет-зависимости.

Библиографический список

1. Beard K. W., Wolf E. M. Modification in the proposed diagnostic criteria for Internet addiction. – *Cyberpsychol Behav*, 2001. – 4:377–383.
2. Block J. J. Issues for DSM-V: Internet Addiction // *American Journal of Psychiatry*. – 165:3; 2008. – March. – P. 306–307.
3. Caplan S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30(6), P. 625–648.
4. Davis R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, P. 187–195.
5. Griffiths M. Does Internet and Computer "Addiction" Exist? Some Case Study Evidence. *CyberPsychology & Behavior*. – April 2000, 3(2): 211-218. doi:10.1089/109493100316067.

6. Kim J. and Haridakis, P. M. (2009), The Role of Internet User Characteristics and Motives in Explaining Three Dimensions of Internet Addiction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14: 988–1015.
7. Mitchell P. Internet addiction: genuine diagnosis or not? *Lancet* 2000; 355:632
8. Young K. S. *Caught in the Net: How to Recognize the Signs of Internet Addiction--and a Winning Strategy for Recovery*, 1998
9. Young K. S. Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American Behavioral Scientist*, 48(4), 402–41.

II. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

ВЛАСТЬ И КОММУНИКАЦИЯ

Д. Г. Кукарников
Воронежский государственный университет,
г. Воронеж, Россия

Summary. The most significant approaches to the phenomenon of communication and power are analyzed in this article. Author defines the basic principles of the correlation between communication and power, revealing wide philosophical context of this process.

Key words: communication; power; hermeneutical conception of language; interpretation; ideal communicative association; pragmatic argumentation; subjectivity; attribute; authority; communicative models of power.

В XX в. коммуникация стала восприниматься как одно из основных конституирующих начал социального бытия. Одним из первых исследователей в данном направлении следует признать Людвиг Витгенштейна, который в своих ранних работах стремился очертить пределы мышления посредством границ языка. Позже он попытался объяснить коммуникацию посредством языковых игр – как переплетение языка и действия, в котором язык себя проявляет. Л. Витгенштейну удалось продемонстрировать ситуативность языка, его вариабельность и зависимость от контекста словоупотребления, задав направление для дальнейшего философского исследования коммуникации [см., например: 10].

Позднее данная идея получила развитие в работах немецкого философа К.-О. Апеля. В предложенной К.-О. Апелем герменевтической концепции языка процесс понимания возможен только в границах коммуникативной связи субъекта и сообщества. В этом пространстве посредством прагматической аргументации говорящих происходит смысловая трансляция высказываний и, как следствие, достижение согласия. При этом К.-О. Апель предполагает существование идеального коммуникативного сообщества, которое как возможность присутствует в реальном, и в котором адекватно понимаются смыслы любых высказываний [8, с. 34]. Априорное принятие участниками коммуникации подобного взгляда выступает как своего рода основание для аргументационного процесса, который сохраняет смысл языковых игр.

Другой немецкий философ Юрген Хабермас также подчеркивает зависимость бытия социума от характера языковой деятельности – ведь любая социальная деятельность это, прежде всего, деятельность понимания. Коммуникация, как считает Ю. Хабермас,

должна носить рациональный характер, благодаря которому участники интеракции достигают консенсуса и отказываются от утверждений субъективного характера [4, p. 83].

Именно поэтому основную роль в достижении взаимопонимания Ю. Хабермас отводит аргументации, в процессе которой говорящими обосновываются выдвинутые в высказывании претензии на значение. В ней он видит способ рационального и, как следствие, единственно законного способа достижения консенсуса, возникающего в результате intersubjectивного признания этих предъявленных претензий [4, p. 87]. Т. е. аргументация в концепции Ю. Хабермаса противопоставляется силовому варианту достижения согласия, а рациональность приводит к нивелированию отношений власти, явно или скрытно существующих в акте коммуникации.

Коммуникация и власть – два понятия, интерес к которым явился определяющим для оформления образа современного философского дискурса. Многие авторы (в частности Т. Адорно, Ж. Деррида, Ю. Кристева, Ж.-Ф. Лиотар и др.) рассматривают коммуникацию как борьбу за власть. Язык как регулятор коммуникации воспринимается ими как орудие господствующей идеологии, направленное на укоренение властных отношений [5, p. 102].

Сам факт интерпретации коммуникации в контексте властных отношений стал возможен благодаря смене представлений о сущности и природе власти. Понятие власти многозначно, и сложность заключается в выделении и классификации всех заслуживающих внимания концептуальных определений власти, границы которых довольно размыты. Тем не менее, все многочисленные концепции власти могут быть сведены к двум основным подходам, раскрывающим различные аспекты содержания и характера власти.

Первый, идущий еще от Т. Гоббса и М. Вебера, представлен в работах таких авторов, как Э. Гидденс, Р. Даль, Э. Кэплен, Х. Лассуэлл. Среди отечественных авторов данный подход нашел отклик в работах М. А. Аржанова, Ф. М. Бурлацкого, В. С. Петрова, Н. М. Кейзера, А. И. Королева и многих других.

Здесь власть рассматривается как «атрибут», «субстанциональное свойство субъекта», а то и просто как самодостаточный «предмет» или «вещь», как асимметричное отношение, включающее актуальный или потенциальный конфликт между индивидами во взаимоотношениях. Власть определяется как власть «над кем-то», как «отношение нулевой суммы», в котором возрастание власти одних индивидов и групп означает уменьшение власти других индивидов и групп. В рамках данного подхода принято выделять потенциально-волевые и инструментально-силовые концептуальные подгруппы [см., например: 7].

Власть как принуждение, т. е. угроза силы, базируется на тезисе Макса Вебера: «Власть означает любую возможность проводить

внутри данных социальных отношений собственную волю, даже вопреки сопротивлению, независимо от того, на чем такая возможность основана» [9, с. 537]. Авторитет (общепризнанное значение, влияние, общее уважение) делает объект обязанным принять команду субъекта независимо от ее содержания и выражается в добровольном отказе от своей воли в пользу субъекта. «Власть есть контроль над поведением» – так предельно откровенно назвал свое сочинение Роберт Даль [2]. Субъект может внушать лояльность под воздействием авторитета, харизмы, когда ему подчиняются беспрекословно или при помощи убеждения или манипуляции. Объект повинует, поскольку рассматривает свое повиновение как должное. В зависимости от источника подчинения авторитет бывает персональным, традиционным или легальным.

Второе крупное направление в исследованиях феномена власти – «реляционистское», выводящее власть из категории «социальные отношения». В данной традиции власть рассматривается как коллективный ресурс, как способность достичь некоего общественного блага [6, р. 112]. Особо подчеркивается легитимный характер власти, ее принадлежность не отдельным индивидам или группам, а коллективам людей или обществу в целом. Власть выступает как социальное отношение или взаимодействие на элементарном и на сложном коммуникативном уровнях; она может осуществляться ко всеобщей выгоде вследствие достижения консенсуса.

Наиболее яркими из современных западных представителей этой традиции, корни которой восходят к Платону и Аристотелю, являются Т. Парсонс, Х. Арндт, М. Фуко, Б. Рассел, Ю. Хабермас и др. В отечественной науке данный подход в той или иной мере разделяется Г. Н. Мановым, И. Е. Фарбером, А. Ф. Черданцевым, В. С. Шевцовым и др.

В рамках коммуникативных моделей феномена власти она уже не рассматривается как институциональный феномен. Власть здесь выступает как многократно опосредованный и иерархизированный механизм общения между людьми, разворачивающийся в социальном поле и пространстве коммуникаций. Так, Ханна Арндт полагает, что власть – это не собственность или свойство отдельного политического субъекта, а многостороннее институциональное общение [1, р. 63]. Возникновение власти как социального феномена обусловлено необходимостью согласования общественных действий людей при преобладании совместного интереса над частным [3, р. 77]. Ю. Хабермас отстаивает позицию, согласно которой власть есть тот макромеханизм опосредования возникающих противоречий между публичной и частной сферами жизни, который наряду с деньгами обеспечивает воспроизводство естественных каналов коммуникаций между политическими субъектами [3, р. 80–85].

Неудивительно, что в свете подобных интерпретаций коммуникация стала отождествляться с властью. Причем хотелось бы отметить, что не только коммуникация опосредует властные отношения, но и власть имплицитно существует в пространстве социальной коммуникации. Власть создает для нее русло и определяет ее течение механизмами власти.

Библиографический список

1. Arendt H. Communicative Power // Power / ed. by S. Lukes. – N.Y.: New York University Press, 1986. – P. 59–74.
2. Dahl R. Power as the Control of Behavior // Power / ed. by S. Lukes. – N.Y.: New York University Press, 1986. – P. 37–58.
3. Habermas J. Hanna Arendt's Communications Concept of Power // Power / ed. by S. Lukes. – N.Y.: New York University Press, 1986. – P. 75–93.
4. Jurgen Habermas on Society and Politics / ed. by S. Siedmen. – N.Y.: Beacon Press, 1989.
5. Lukes S. Power: A Radical View. – Oxford: Blackwell, 1986.
6. Parsons T. Power and Social System // Power / ed. by S. Lukes. – N.Y.: New York University Press, 1986. – P. 94–143.
7. Power / ed. by S. Lukes. – N.Y.: New York University Press, 1986.
8. Апель К.-О. Трансформация философии. – М.: Логос, 2001.
9. Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990.
10. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат // Витгенштейн Л. Философский работы. – М.: Гнозис, 1994. – Ч. 1.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Е. В. Ермакова
Иркутский государственный университет,
г. Иркутск, Россия

Summary. The article about globalization influence on communicative behavior, features and consequences of this process.

Key words: globalization; communicative behavior.

Коммуникативное поведение – это совокупность норм и традиций общения народа.

В настоящее время остро встали вопросы исследования темы коммуникативного поведения. На это повлияли многие факторы: расширение межнациональных контактов, которые привели к накоплению большого количества фактов проявления национальной специфики в общении народов, требующих обобщения; стал проявляться интерес к межкультурной коммуникации, национальной самобытности разных народов; постоянно повышается число межэтнических конфликтов, требующих урегулирования.

Общекультурные нормы коммуникативного поведения характерны для всей лингвокультурной общности и в значительной степени отражают принятые правила этикета, вежливого общения. Они связаны с ситуациями самого общего плана, возникающими между людьми вне зависимости от сферы общения, возраста, статуса, сферы деятельности и т. д.

Становление глобального информационного сообщества является составной частью переживаемого ныне всем человечеством процесса глобализации.

Процессы глобализации и информатизации несут много полезных нововведений и призваны облегчить труд человека. Однако не все эти изменения являются нужными и полезными. Так, например, для большинства людей, имеющих достаток ниже среднего, новые технологии просто недоступны, а влияние зарубежных культур подрывает национальные традиции.

Стоит отметить, что поскольку основными наполнителями Internet, CNN, международного телевидения в целом, да и большинства других СМИ являются США, то интернационализация информации представляет собой главным образом попытку окончательной американизации всей духовной жизни человечества.

Правы и те, кто указывает на такие «побочные продукты» глобализации, как нивелирование национальных культур и стирание национальной аутентичности, более свободное распространение вредной информации, культа денег и насилия, организованной преступности, наркобизнеса. Все эти и другие проявления глобализации требуют дальнейшего изучения.

Свободный поток информации, тотальная демократизация и открытые границы – все это веяния новой эпохи, однако ни у кого нет представления о том, что же в конце концов произойдет в результате образования всемирной культуры.

Некоторые же ученые считают, что образование общих культурных граней вовсе не обязательно должно привести к объединению общества.

Процесс глобализации является знаком нового времени. Это еще одна попытка интегрировать культуры, утвердить единые правила для людей, живущих в едином, не разделенном границами обществе, создать единую систему вербальной коммуникации, единый мир.

Библиографический список

1. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. – М., 2002. – 320 с.
2. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. – М.: 2002. – 250 с.

ТЕОРИЯ АРХЕТИПА И ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ

А. Ю. Большакова

**Институт мировой литературы им. А. М. Горького РАН,
г. Москва, Россия**

Summary. The article regards the theory of archetype in the context of the problems of communication. The article aimed at outlining the functions of archetypes in the world of communication. The emphasis is laid at the pragmatic aspects of the mass culture: the archetypes used in advertisements, marketing, branding, management.

Key words: the theory of archetype; the problems of communication; communicative model; pragmatic aspect; collective unconsciousness.

Одной из главных способностей архетипа как коммуникативной модели сейчас признается его *моделирующая функция*: способность к активизации человека и регулированию его поведения – не только внешнего, выражающегося в поступках, но и ментального. Иными словами, те побудительные силы, которые еще недавно усматривались литературой, культурой, наукой во внешних факторах – в политической власти, официальной идеологии, экономических условиях, социальных обстоятельствах и прочих факторах, определяющих судьбу и поведение человека, – теперь ищут не только в его личном субъектном мире, но и в незримом (но столь ощутимом!) коллективном бессознательном.

В современной науке архетип все более осознается как весьма и весьма эффективная *модель поведения*. Общим местом уже стало введение в его характеристики не просто свойства *повторяемости*, но – способности *побуждать* субъекта к повторению раз и навсегда заданной модели поведения. Как отмечает автор исследования «Архетип и ментальность в контексте религиоведения», «...архетип – это не только отпечатки постоянно повторяющихся опытов, но и вместе с тем... силы и тенденции к повторению тех же самых опытов, поскольку он несет в себе некоторое особое влияние или силу, благодаря которой воздействие его носит “нуминозный”, то есть *зачаровывающий либо побуждающий к действиям характер*» [1, с. 30].

Отсюда – использование архетипа в качестве эффективного *фактора, определяющего механизмы восприятия и воздействия*. Мысль эта – *ключевая* для теории архетипа на рубеже 20–21 веков – определяет как ее прагматизацию, так и отход от «идеи архетипа» как сложно поддающейся утилитаризации. С другой стороны, само по себе осознание возможности использовать таящуюся в архетипе энергию в целях воздействия на человеческое сознание и поведение, на управление общественными процессами и т. п. представляется крайне важным. Как отмечают исследователи, архетипы нейтральны в отношении добра и зла – потому, добавлю, они могут быть ис-

пользованы в самых противоположных целях. Вплоть до управления массовым сознанием и бессознательными процессами. Или – манипуляции ими, о которой столь много теперь говорят?¹

Очевидно, роль литературы (культуры) здесь трудно переоценить! Из сферы отвлеченных эстетических фантазий и представлений проблема архетипа – в своей перспективе – перемещается в область формирования *идеологии как системы ценностных ориентаций* современного человека и общества, стихийно складывающейся сейчас и во многом регулируемой на уровне художественного образа и стоящего за ним первообраза, *архетипа*. Потому исследование архетипических оснований литературы (культуры) сегодня все более лишается отвлеченного характера, смыкаясь со сферой общественного самопознания и проблемами массовой коммуникации.

Тем не менее, надо признать, что *теория собственно литературного архетипа* как выходящего за пределы мифопоэтического поиска архаических элементов в художественном тексте, пока еще мало разработана. Рассмотрение *архетипов как коммуникативных моделей*, обеспечивающих широкое и сильное воздействие литературы/культуры на реципиента, еще находится в зачаточном состоянии. Из перспективных установок в этом плане следует выделить как ориентацию на выявление повторяющихся (перво)образов и прочих художественных элементов (сюжета, мотива и пр.), осуществляющих коммуникативную функцию и обеспечивающих движение литературного процесса, так и осмысление присущей архетипам «функции моделей познания и поведения» [2] – с учетом специфики словесного творчества. Очевидно, подобная формулировка будет тогда включать в себя установки на *поведение ментальное и речевое*, содержащиеся в образной/вербальной системе произведения. В таком понимании литературный архетип – в первую очередь, *коммуникативная модель: мощный «механизм» воздействия* на читателя, определяющий *программные установки и культурные коды* автора.

Коммуникативные возможности теории архетипа, однако, всю сейчас используются в утилитарно-прагматических целях. И это – мета времени. С особой интенсивностью они стали раскрываться в последнее время в сферах, связанных с рейтингом знаковых фигур в политике и искусстве, произведений литературы, культуры и их популярных героев, персонажей, а также с коммерческим удовлетворением потребительских желаний и ориентиров, вкусов и запросов, – в маркетинге, рекламе, брендинге, менеджменте.

¹ См., к примеру, дискуссионную книгу С. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием» (М., 2003), в которой, несмотря на всю ее тенденциозность, автору удается прояснить природу многих изменений в жизни нации и общества. Или – статью Л. Воеводиной «Современные мифы и манипуляция массовым сознанием» (2006).

Таким образом, данное направление, несмотря на всю его утилитарность, никак нельзя сбрасывать со счетов и в соотношении с современными теориями литературного (культурного) архетипа. Ведь в этом направлении эффективно, хотя и весьма прагматично, используется потенциал архетипа как мощнейшего *средства воздействия* на человеческое сознание и бессознательное, а также исследуются и актуализируются скрытые механизмы такого воздействия. Будучи развернутой в подобном ракурсе, теория архетипа тесно смыкается с теорией читателя (в центре которой – малоизученная до сих пор «программа» восприятия и воздействия), способствуя раскрытию загадок успеха тех или иных литературных произведений² и их героев.

Нельзя, на мой взгляд, забывать и о неблагоприятном положении в сфере литературы, которая утратила ныне былое лидирующее место «властительницы дум», а русская культура в целом перестала быть «литературоцентричной»³. Ряды читательской публики редеют, вытесняемые компьютерной реальностью, системами аудио-, видео-, телеинформации; падает спрос на книжную продукцию, в систему которой неизбежно включена художественная литература. Порой высокое, по мнению специалистов-критиков, качество ее текстов становится «низким» показателем коммерческого успеха и отвращает издателей от публикации «серьезных» книг, далеких от функциональной развлекательности.

Во весь рост сейчас встает тревожный вопрос о спасении художественной литературы, в решении которого немаловажную роль играет привлечение к ней читательского интереса, повышение спроса именно на качественные произведения, а не расхожие поделки, подрывающие и без того упавший рейтинг изящной словесности. И в этом плане немаловажную роль должны сыграть умело построенные реклама, маркетинг, брендинг и прочие сферы, до недавнего времени почитавшиеся «низкими» по отношению к высокой культуре, а ныне призванные выполнять и воспитательную роль. Конечно, принуждением и авторитарностью читателя, как в былые времена, не возьмешь. И здесь немаловажную роль играет обращение к архетипам коллективного бессознательного, лежащим в основе коллективных умонастроений и связанных с ними ценностных ориентаций.

На рубеже веков специалисты в самых разных областях столкнулись с неудовлетворительной ситуацией, связанной с непониманием желаний и стремлений современного человека, в т. ч. иррациональных, вызванных бессознательными силами. И здесь, по мне-

² Среди актуальных примеров здесь, как мы увидим далее, – «Унесенные ветром» М. Митчелл.

³ Один из тревожных сигналов в данном плане – появление в 2010 г. на НТВ телепередачи с шокирующим названием «Конец русской литературы».

нию исследователей сферы производства и потребления, к примеру, особенно важен правильный бренд. «Классики брендинга рекомендуют создавать для потребителей не только рациональную, но и эмоциональную привлекательность торгового предложения, задействовать все органы чувств, использовать сюжеты, создающие пространство привычных, родных и привлекательных ассоциаций. Создатели сильных брендов интуитивно пришли к пониманию того, что бренд – это своего рода средоточие функциональных характеристик и ценностей, выраженных некими универсальными образами».

«Эту проблему позволяет успешно решить *теория архетипов*, приоткрывающая секрет глубинной мотивации потребителей. Эта теория позволяет использовать новые знания в создании и развитии успешных брендов. Исследования, лежащие в основе теории архетипов, показали, что реально и стабильно увеличивают прибыльность и успех те компании, бренды которых четко соответствуют определенному архетипу. Архетипы бросают вызов практике создания индивидуальности бренда на основе произвольной компоновки свойств товара или услуги, т. к. архетипы – это целостные и законченные концепции, требующие полной реализации и развертывания» [3].

Таким образом, теория архетипов вновь обнаруживает широкие возможности своего практического применения, как бы критически ни относиться к ее прагматическим интерпретациям. Можно даже сказать, что в столь утилитарной, но необходимой для человека сфере происходит апробация этой теории и самого концепта «архетип» на состоятельность и необходимость нынешней цивилизации. В процессе этой апробации, связанной с самыми конкретными целями и задачами, которые не обойдешь и не подтасуешь, поверяется суть архетипа, «простыми» средствами решается трудно разрешимый, с точки зрения высокой теории, вопрос: «*что это такое?*».

Базовой для российских исследователей в этой сфере стала сейчас книга американских специалистов «Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов», выстраивающих **коммуникативную схему: архетип** – высокоэффективный образ как основа концептуально осмысленного бренда – системная целенаправленная реклама. «Маркетинг без системы управления значением подобен древним мореплавателям, пытающимся найти порт в бурном море в беззвездную ночь, – вносят поэтическую ноту авторы «Героя и бунтаря», подводя читателя к идее архетипа. – Единственное, что им нужно – это надежный и крепкий компас, отлаженный механизм, указывающий, где они находятся и куда должны двигаться. Для маркетологов таким компасом может служить *теория архетипов*» [4, с. 30–31].

Важно заметить, что в такой теории и практике архетип понимается именно и только как *образ*, входящий в *систему управления значением*: именно и только тем он и интересен, и в первую оче-

редь – с точки зрения эффективности воздействия на человека, особенно на глубинном, неосознаваемом уровне. «Архетипическая индивидуальность продукта (услуги) прямо обращается к образу, запечатленному в глубинах психики, пробуждая ощущение осознания и осмысления чего-то знакомого и значимого. Будучи конкретизированными и воплощенными, архетипы приобретают непосредственную ощутимость, яркий эмоциональный тонус и огромный заряд смысла, воспринимаемого и переживаемого в своей чувственно-интеллектуальной целостности, иначе говоря – являют собою символ, не сводимый к обозначению какого-либо иного объекта и не разложимый на отдельные компоненты (понятия или образы), но способный породить или проецировать из себя практически неисчерпаемый поток разнообразных значений, группирующихся вокруг его смыслового ядра» [3].

Конечно, нельзя путать свойственное коммерческим сферам имиджмейкерство и – обращение к художественному образу, свойственное высокой культуре (литературе). Тем не менее, не стоит недооценивать и роль образа (символа) в осуществлении программы восприятия и воздействия, заложенной изначально в каждом произведении литературы (культуры) и актуализируемой в процессе читательской (зрительской, слушательской) рецепции. В этом плане определяющий подобную «программу» константный образ, неизменный на авторском уровне и обрастающий вариативными толкованиями в читательском восприятии, функционально близок бренду: от силы его воздействия, от степени его отклика на коллективные умонастроения той или иной эпохи и зависит успех или неуспех той или иной продукции, в том числе и литературной.

Воплощаясь в брендах, архетипические значения способствуют их успешности и конкурентоспособности. Заметим, что в названной книге американских авторов речь идет не только о товарах, но и о рейтинге деятелей политики или культуры, популярности того или иного произведения, героя/персонажа литературы или искусства.

«Благодаря сознательному намерению или по счастливой случайности бренды – будь то политики-кандидаты, суперзвезды, продукты или компании – достигают глубокой и прочной отличительности и релевантности, воплощая собой извечные архетипические значения. Фактически, самые успешные бренды смогли этого добиться. Этот феномен не означает «заимствования» значения в целях эфемерной рекламной кампании. Скорее, происходит становление постоянного и прочного выражения значения – по сути, становление образа бренда. Возьмем самые сильные “продукты”⁴: “Nike”,

⁴ Здесь авторы произвольно или сознательно употребляют термин «продукт» по отношению к брендам – и это неудивительно, поскольку каждый из упоминаемых брендов уже, по сути дела, приобрел статус отдельного «продукта» в своей товарной категории. – *Примеч. науч. ред. книги Марк и Пирсон.*

“Coke”, “Ralph Lauren”, “Marlboro”, “Disney”, “Ivory”. Или легендарные фильмы: “Звездные войны”, “Инопланетянин”, “Унесенные ветром”. Выдающихся людей: Леди Ди, Джекки Онассис, Джо Димаджо⁵, Джона Уэйна⁶. Бренды, достигшие такого статуса, случайно или благодаря потрясающему чутью их создателей, захватили и удерживают воображение публики» [4, с. 31].

Неслучайно теоретики архетипа в данной сфере нередко отходят от сугубо психологической интерпретации в духе юнгианства, рассматривая его, прежде всего, как концепт культуры (высокой и бытовой), с выходом не только в мифо-фольклорное измерение, но и в художественную литературу. И это закономерно, поскольку литература и культура являются сферами активного воздействия на человека – хотя читателя художественной литературы, конечно, не стоит приравнивать к простому потребителю (текстовой) продукции.

Марк и Пирсон в своем построении «пространства архетипов» ориентируются на два момента, которые активно используются российскими теоретиками [5; 6; 7]: это *идея преобразования*, связанная с различными процессуальными стадиями, и *идея персонификации*, обусловленная различными мотивациями поведения. Развитие идеи преобразования проходит через стадии подготовки (генезиса), движения (развития) и возвращения (перехода на новый уровень, синтеза). Первая стадия связана с архетипами семьи, вторая – становления и индивидуализации, третья – с архетипами, которые призваны воздействовать на мир с целью его изменения. Поведенческие мотивации зиждутся на двух осях: стабильность – риск, принадлежность – независимость.

В результате пересечения осей стадий и мотиваций получается 12 типологических моделей, связанных с актуализацией архетипа личности, хотя, на мой взгляд, вовсе не все эти модели можно назвать архетипическими. Это: Творец, Правитель, Герой/Воин, Мудрец, Бунтарь, Искатель, Простодушный, Любовник, Маг, Славный малый (ребенок, сирота), Заботящийся, Шут. Вот как представляют создатели данной классификации архетипов их функциональные значения:

⁵ Джо Димаджо, р. 1914 – знаменитый бейсболист, ставший настоящим идолом. – *Примеч. науч. ред.*

⁶ Джон Уэйн, 1907–1987, настоящее имя – Marion Michael Morrisson – знаменитый американский киноактер, игравший героев вестернов, который стал символом мужской удали в США. – *Примеч. науч. ред.*

Архетипы и их главные функции в жизни людей

<i>Архетипы</i>	<i>Помогают людям</i>	<i>Бренды-примеры</i>
Творец	Создавать нечто новое	Williams-Sonoma
Заботливый	Заботиться о других	AT&T (Ma Bell)
Правитель	Осуществлять контроль	American Express
Шут	Приятно проводить время	Miller Lite
Славный малый	Быть в порядке, как и они	Wendy's
Любовник	Искать и дарить любовь	Hallmark
Герой	Действовать смело	Nike
Бунтарь	Нарушать правила	Harley-Davidson
Маг	Осуществлять превращения	Calgon
Простодушный	Сохранять или обновлять веру	Ivory
Искатель	Отстаивать независимость	Levi's
Мудрец	Понимать этот мир	Oprah's Book Club

[4, с. 33].

Ввиду отсутствия четкой классификации в сфере литературного архетипа, представленная типология может быть полезной для построения его персонифицированных рядов, т. е. на уровне образов литературных героев и персонажей, а также связанных с ними персонифицированных архетипов (к примеру, возрастных: Детство и Мудрая Старость, Ребенок и Старый Мудрец и т. п.).

Действительно, в иных случаях данная (архе)типология лишается личностного ракурса, переходя в категориальное состояние: Творчество, Власть, Героизм и т. п.⁷ Притом, как подчеркивают многие исследователи в области брендинга, важно учитывать роль архетипов в поиске национальной идентичности – в частности особенности бытования национальных культурных и литературных традиций. Построение на такой основе ценностно ориентированного бренда, образа торговой марки обеспечивает, по мнению специалистов, привлекательность продукции и ее успех у потребителя.

Конечно, нельзя не отметить, что работы российских специалистов в этой сфере во многом вторичны. Нередко теоретические главы – как в случае, например, с книгой «Архетип и символ в ре-

⁷ См. главу «Архетипы русской культурной традиции» в: 5, с. 13–22.

кламе» [8], – представляют по большей части пересказ известных концепций архетипа (теории Юнга, статей современных культурологов и пр.) или положений Марк и Пирсон. В книге Пендиковой и Ракитиной, однако, интересно исследуются механизмы использования популярных мифологических и фольклорных образов, несущих в себе ту или иную привлекательную идею (это, к примеру, Золушка как персонификация идеи преобразования). В сходной роли привлечения покупателя могут выступать и расперсонифицированные символы, метафоры и пр. (к примеру, в рекламе какого-либо напитка как «живой воды», «волшебного средства», помогающего герою на его трудном пути). Хотя подобные концепты лишь приближаются к сфере архетипического, не составляя ее основу, надо отметить, что авторам удается вскрыть и механизмы функционального использования (в рекламе) юнговских архетипов Матери и Младенца, Самости, Тени, Мудрого Старца или Духа, Анимы и Анимуса. Подобный анализ, выявляя *коммуникативную роль архетипов*, «позволяет представить рекламную коммуникацию как культурный процесс, включающий в себя различные уровни общественного. Особенность этого процесса и одна из сущностных характеристик – его незавершенность и диалогичность» [8, с. 205].

Своеобразный подход к интерпретации массовой культуры проявляется в исследованиях, посвященных модификации «от архетипа к стереотипу», – именно в таких рамках осмысливаются процессы глобализации и переход от традиционных культурных ценностей к коммерческим. Если архетип исконно поддерживал традиции русской культуры, то стереотип стал знаком глобализации. На протяжении всей русской истории архетипы «являлись своеобразными когнитивными образцами, на которые ориентировалось индивидуальное поведение и в которых в краткой форме сохранялся родовой опыт. Поэтому в начале формирования феномена массового сознания преобладающим паттерном является именно культурный архетип. Для России – это стремление удержать синкретическую культуру-веру, красоту вместо пользы, вселенскую вневременную вечность» [9, с. 122–123]. Изменение отношения к традиции в начале XX в., происшедшее под воздействием «социального заказа» как средства воздействия на массовое сознание, положило начало процессам стереотипизации и вызвало к жизни феномен «социального стереотипа». В дальнейшем в расширяющемся пространстве рыночной экономики и СМИ, по мнению некоторых специалистов, происходит коммерциализация и архетипа и стереотипа: роль последнего усиливается в связи с «тотальной глобализацией, суть которой и есть стереотипизация» [там же].

В целом исследования в этой сфере опираются на данные по восприятию человеком мира в виде образов. В сфере потребления и способствующих его эффективности средств (маркетинга, брендин-

га, рекламы и пр.) особенно важно восприятие *предметного* мира. Различные исследования, включающие в себя и теорию архетипа, направлены на выработку средств активизации тех или иных приоритетов в массовом менталитете.

«Если при восприятии рекламы (целиком или частично) подключается архетипический уровень, у воспринимающего автоматически усиливаются все соответствующие данному архетипу эмоциональные реакции и бессознательные ожидания, – свидетельствуют исследователи архетипов. – Важно только, чтобы они соответствовали цели рекламного сообщения. Можно целенаправленно формировать изобразительный или смысловой (и даже звуковой!) ряд рекламного сообщения так, чтобы он вызывал нужный архетип. Отдельные архетипы можно распознать в персонажах (ролях) видеорекламы или в конкретных сюжетных изображениях. Это кажется удивительным, но архетип проявляется не только в социальной роли, но каждому архетипу соответствуют определенная стилистика изображения, тип графики, выбор цвета, композиция, набор предметов (в визуальном ряду), стиль музыки и так далее. Чаще всего можно наблюдать эффект от удачного использования архетипических элементов в "имиджевой" рекламе» [10, с. 41].

В такого рода исследованиях выявляются и конкретные пути воздействия рекламы, пропагандирующей, к примеру, культ героя или ребенка, – возвращение в золотую пору детства или узурпация роли покорителя мира, «настоящего мужчины» и т. п. Рассматривается и роль графического воплощения архетипических смыслов, привлекающих внимание потребителя и способствующих успеху продукции, – так, задействованные в рекламе и товарных знаках графические изображения круга, квадрата, треугольника означают разные мировоззренческие установки (от гармонии и сверхопределенности до разрушения, от устремленности к создателю до приземленности) и потому привлекают разные типы людей [см. об этом: 11, с. 62–64].

Как отмечают создатели книги «Герой и бунтарь», «лучшими архетипическими брендами становятся те, которые, в первую очередь, являются архетипическими *продуктами*, задуманными их создателями, чтобы удовлетворить и реализовать фундаментальные человеческие потребности» [4, с. 41–42. Курсив авторов. – А. Б.].

Прагматическая роль архетипов не исчерпывается сугубо коммерческой сферой, захватывая, к примеру, область построения виртуальных миров с помощью компьютерных игр и другие коммуникативно-развлекательные направления. Так, автор опубликованной в трудах Русской антропологической школы статьи «Архетипы бессознательного в компьютерных играх» опирается в своем исследовании на теорию архетипов Юнга и созданную им типологию. Секрет популярности избранного ею образца автор усматривает

именно в опоре на архетипы как коммуникативные единицы, близкие и понятные самым разным нациям и народам. В качестве наглядного примера она рассматривает международную компьютерную игру 1999 г. «Final Fantasy VIII» как зиждящуюся на архетипическом мотиве путешествия героя в поисках Самости, отмечая, что это далеко не единственный возможный образец:

«Все игры, в основе которых оказывается сюжет, похожий на сказочный, непременно содержат в себе архетипы. Очевидно, что создатели работают с архетипами намеренно, так как в образах читается символика, понятная всем культурам. Архетипы говорят о том, что близко каждому человеку. Игра, которую мы проанализировали, была рассчитана на мировой рынок и, следовательно, широкий круг потребителей. *Символика архетипов интернациональна, она близка и понятна всем в мире.* Она разошлась многомиллионным тиражом в одной Японии, также имела успех в других странах. Можно предположить, что именно использование архетипов при создании сюжета сделало игру популярной» [12, с. 124].

По сути, в такого рода образцах применения теории архетипа усилия их создателей и пользователей направлены на *достижение успеха* – в этом и таится общая основа для всех упомянутых в данном параграфе направлений, несмотря на их внешнюю несхожесть. В это же прагматическое поле входят и сфера менеджмента как важнейшая, связанная с успешностью экономического развития общества. В конечном счете мечта каждого менеджера – найти «формулу успеха» государственной или коммерческой организации. И в этом ключевую роль опять же играет теория архетипа. «Системный подход в менеджменте предлагает аналитически выявлять структурные процессы, которые возникают вновь и вновь. В результате анализа любой управленческой деятельности появляются "типичные структуры", "архетипы систем". Они представляют собой ключ к умению опознать действующие управленческие структуры, проблемные ситуации» [13, с. 26]. Хотя, конечно, «системные архетипы» в интерпретации П. Сенге, на классификацию которого ссылаются российские специалисты [14], представляют собой, скорее, не архетипические, а психоаналитические модели развития и преодоления сложных ситуаций. Об этом красноречиво говорят их названия: «пределы роста», «подмена проблемы», «уравновешивание с задержкой».

Ориентируясь на специфику своего предмета, авторы статьи «От архетипам к когнитивам в менеджменте» предлагают модификацию термина применительно к рассматриваемой ими сфере. В стремлении определить «умственную модель для принятия хороших решений, выгодной оценки проблемных ситуаций» авторы колеблются между терминами: «Это оценочная эвристика, модель, ар-

хетип. Это познавательная (когнитивная) модель проблемной ситуации». И предлагают такое решение проблемы: «...Удобно эту управленческую модель в менеджменте назвать другим (по сравнению с «архетипом». – А. Б.) термином – *когнитив*» (курсив авторов. – А. Б.). Тем не менее свои размышления исследователи, хотя и с оговорками, заканчивают следующим выводом: «*Архетипы* в менеджменте и управлении – грань, которая отделяет порядок от хаоса. *Построение архетипа* – предвестник успеха любого дела» [13, с. 29–30].

* * *

Таким образом, в основе эффективности архетипических моделей лежит их значение для человеческого жизнетворчества, построения жизнедеятельности по тем или иным «теоретическим» лекалам, образцам для подражания. Для теории литературного архетипа немаловажной становится внутренняя развернутость, ценностная ориентация того или иного образца (модели поведения), лежащего в основе художественного произведения и его программы восприятия и воздействия. Важно, к чему призывает автор через систему образных установок, актуализирующих тот или иной архетип коллективного (литературного) бессознательного, на какие ценности его произведение ориентирует читателя. Очевидно, неуспех нынешней литературной продукции в широкой читательской публике связан с подрывом ее авторитетной роли в данной сфере.

Нынешняя ориентация человека на счастье и успех в жизни – взамен культивировавшейся ранее идеи жертвенности и самоотверженного служения политической власти и ее режиму – получает еще недостаточно отклика в современной литературе, которую более привлекает возникшая в бесцензурной ситуации возможность критиковать окружающую действительность. Тогда мы должны ставить вопрос об измельчании и однобокости нашего видения реальности, в которой на самом деле есть не только тьма, но и свет; не только уродство и тление, распад, но и красота, созидание, возрождение. И как важно для писателя эту светлую сторону тоже увидеть, раскрыть читателю! Позитивно-конструктивную роль литературных архетипов и их ценностных установок здесь трудно переоценить...

Библиографический список

1. Сторчак В. Архетип и ментальность в контексте религиоведения: Дис. ... канд. филос. наук. – М., 1997.
2. Белик А. Культурология. Антропологические теории культур. Словарь понятий и терминов. – М., 1999. – URL: <http://terme.ru/dictionary/701/word/%C0%F0%F5%E5%F2%E8%EF>
3. Иудин А. Бренд на основе архетипов. – Нижний Новгород, 2006. – URL: http://www.dt.nnov.ru/publishing/?prod_id=3
5. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. – СПб., 2005.

6. Иудин А. Архетипы в брендинге: специфика русской культурной традиции. – Нижний Новгород, 2008.
7. Иващенко А. Архетипы в маркетинге. – 2006. – URL: <http://www.advertology.ru/article25246.htm>
8. Иващенко А. Теория архетипов и практика брендинга. – М., 2006. – URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/inner_motivation.htm
9. Пендикова И., Ракитина Л. Архетип и символ в рекламе. – М., 2008.
10. Никонова А. От архетипа к стереотипу // Российская массовая культура конца XX века: мат-лы кругл. стола. 4 декабря 2001 г. Санкт-Петербург. – СПб., 2001. – С.122–128.
11. Петрова Е. Реклама, сказки и архетипы // Рекламные идеи – Yes! – 1999. – № 1. – С. 41–44.
12. Шишкин В. Архетип и товарный знак // Рекламные идеи – Yes! – 1999. – № 2. – С. 62–64.
13. Иванова Л. Архетипы бессознательного в компьютерных играх // Русская антропологическая школа: труды. – М., 2004. – Вып. 1. – С. 111–125.
14. Бачурина С., Максимов В., Мамышева Е., Райков А. От архетипов к когнитивам в менеджменте // Информационное общество. – 2001. – № 6. – С. 26–30.
15. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающихся организаций. – М., 1999.

ПРОБЛЕМА КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В ТВОРЧЕСТВЕ МУХАММЕДА ИКБАЛА

З. М. Алиева

**Бакинский государственный университет,
г. Баку, Азербайджан**

Summary. The article deals with one aspect of creativity Mohammad Iqbal – the problem of forming a creative person's identity based on his active life position. A man, bestowed upon him by God, to serve for him and others. The main purpose of man – his social activities.

Key words: Muhammad Iqbal; man; philosophy of man.

Аллама Мухаммед Икбал (1877–1938) своим творчеством оставил яркий след в истории философии XX века. Являясь представителем индийской философской школы, он защищал высокие человеческие идеалы, в то же время принимал активное участие в защите прав человека в своей стране, исследовал философские проблемы исламской религии. Своим творчеством он оказал большое влияние на формирование свободомыслия, на политическую борьбу за свои права мусульманского населения Индии.

Его философия самосознания (Эго) занимает по сей день самобытное место в исламском мире. Философия самосознания – это реальность, передаваемая нам интуицией и стоящая в центре всех наших поступков и действий. Самость каждого человека определяется содержанием его личностных качеств. На ступенях бытия можно занимать самое низкое место, вместе с тем каждый акт

бытия человека является им самим. Таким образом, для того, чтобы понять вещи и события вокруг нас, необходимо начинать с самого себя, постижения своего самосознания.

Мухаммед Икбал употреблял слово “self” или “ego” на английском языке, “hodi” на персидском, имея в виду при этом душу человека. Как отмечают исследователи, его мировоззрение сложилось под влиянием национально-освободительной борьбы народов Индии против английских колонизаторов, а на его философские воззрения значительное влияние оказали западно-европейские системы философии (в частности бергсонизм).

Все существующее он рассматривал как совокупность отдельных самодетерминированных “ego” («Я»). Природа “ego” такова, что, несмотря на его способность взаимодействовать с другими “ego”, оно замкнуто в самом себе и обладает только ему присущей индивидуальностью. Высшим проявлением индивидуальности являются, по Икбалу, человек и бог [1].

Многие исламские философы при рассмотрении проблем личности начинали рассуждения с космологии, а затем переходили к проблемам человека. Икбал, напротив, шел от проблем человека, или, более конкретно, личности, к метафизическим вопросам.

Поскольку человек обладает сознанием, то он обладает и самосознанием. Это самосознание позволяет нам думать, верить, надеяться и мечтать. Иными словами, мы существа, подтверждающие свое существование посредством разума. Опыт моего «Эго» – это опыт перехода от состояния к другому состоянию, из одной формы в другую. Я и самосознание, состояния моего разума (mental states) предстают в бытии. В своей книге “The Reconstruction of Religious Thought in Islam” он отмечает, что у самосознания есть несколько существенных черт. Наиболее существенные из них – это единство и целостность.

Состояния разума существуют не в отдельности, а, напротив, существуя самостоятельно, одно проникает в другое и влияет на него. Единство разума отличается от физического единства. К примеру, я не могу сказать, что то, во что я верю, находится слева или справа от меня. Телом мы связаны с пространством, но разум не ограничен ничем. Самосознание хотя и конечно, тем не менее имеет независимый центр существования. Между самостями есть взаимоотношения, которые свидетельствуют о том, что ни одно «Я» не может пережить опыт другого. Для налаживания связей и взаимоотношений между отдельными индивидуальными самосознаниями нужны индивидуальная личность и независимость мышления.

Вместе с тем Икбал считал, что данные условия не говорят о том, что эти самосознания связаны друг с другом. Говоря о сущности «Эго», следует отметить, что следует различать «Я» и то, что не является «Я», вместе с тем выявлять то, что их объединяет.

Известно, что проблему Икбал пытался решить, прежде всего, на основе отождествления личности и Бога. Для этого он обращается к религиозным источникам – Корану, отдельным аятам и проч. Он подчеркивает, что человек является самым совершенным существом, когда-либо созданным Богом. Человек как частица бытия обладает и отрицательными чертами, вместе с тем он – наместник Бога на Земле.

С другой стороны, человек как свободная личность – обладатель свободы воли. Согласно Корану, у «Эго» есть определенное начало в бытии, которому рано или поздно наступает конец. Человек конечен, однако это не означает конец бытия или судьбы. Человек смертен, однако своими поступками и действиями он может заработать вечность, т. е. бессмертие. Как отмечается в Коране, смерть всего лишь переход в инобытие, когда меняются пространственно-временные рамки и у «Эго» начинается новое состояние, что способствует развитию тех «Я», которые только стали на путь развития.

Самым важным преимуществом философии М. Икбала является ее направленность на практическую сторону жизни, когда он призывает участвовать каждого человека в практической деятельности, поскольку это его родовое качество. Даже в своих стихах М. Икбал пишет об общении человека с Богом, о величии человека как такового: «Бог создал ночь, а человек – свечу; Бог создал землю, а человек на ней построил дома и дворцы; Бог создал горы для полетов птиц, а человек сады сажает и цветами их украшает».

Как видно из стихов, философ уделяет пристальное внимание проблеме человека, считая, что человек – частица бытия, соединяющая материальный и божественный миры. Выйдя на сцену бытия, человек стал существом, обладающим разумом, свободой воли и умением любить. Человек волен поступать плохо или хорошо. Именно это предопределяет его волю. Поступки человека не являются жестко детерминированными. Икбал, в связи с проблемой свободы воли, выступал также и по поводу атрибутов Бога, связанных с могуществом и знаниями. Человек был создан при условии свободы творчества. Благодаря свободе творчества, Бог создал конечные «Я», которые являются его образцом и подобием.

Человек, сформировавшийся в наделенном им качестве, не может быть отброшен в сторону как ненужный предмет. Человек постоянно развивается, стремится к совершенству, об этом говорится и в Коране (сура Аш-Шамс, аяты 7–9): «Клянусь землей и тем, как распростерт ее покров, и всякою душой, и соразмерностью ее (для проживания на сей земле), ее прозрением о том, что праведно, что скверно, – поистину восторжествует тот, кто чистоту ее блюдет» [3, с. 627].

Духовность может сформироваться только через праведный труд, через деятельность. Смысл жизни, как говорится и в Коране, –

в деяниях человека. Жизнь – сфера деятельности человека, а смерть лишь первая проверка этой деятельности.

Таким образом, мысли М. Икбала о человеке, его предназначении уже в период его жизни и деятельности отличались от воззрений современников тем, что он человека ценил не просто за то, что он есть, а за то, что в нем заложена божественная искра творчества, разума, свободы воли. Человек – существо, наделенное Богом многими дарами, которые он должен развивать и совершенствовать, украшая тем самым жизнь на Земле.

Библиографический список

1. Анিকেев Н. Икбал // Философская энциклопедия. – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy
2. Философская концепция Мохаммада Икбала о «персональном Ego». – URL: <http://www.manekin.narod.ru>
3. Коран. Перевод смыслов и комментарии Иман Валерии Прохоровой. – Изд. 8. – М.: Рипол Классик, 2005.

ИСКУССТВО – НОСИТЕЛЬ ОПЫТА КОММУНИКАТИВНОГО ОБЩЕНИЯ

С. А. Шахгусейнова

Азербайджанский государственный университет
культуры и искусства, г. Баку, Азербайджан

Summary. The article considers problems of communicative intercourse. One of the ways of such intercourse is art. The increasing interest in national features of communication in the modern stage strengthens the role of art in this process.

Key words: communicative intercourse; communicative behavior; Art – a way of communicating; communicating traditions of the people; communicative space.

При рассмотрении проблемы коммуникативного общения возникает необходимость обратить внимание на те факторы, которые направляют и осуществляют его, т. к. коммуникативные законы не передаются человеку генетически или по наследству. Они усваиваются человеком в ходе общения, из опыта, из коммуникативной практики.

Общение – это процесс, который определяется не только отношениями «субъект-субъект», но и отношениями «объект-субъект». Общение в рамках системы «субъект-субъект» – это общение между отдельными людьми, друзьями, семьями, школами, творческими коллективами, спортивными командами, религиозными общинами, политическими деятелями, представителями разных национальностей, специалистами и т. д.

Общение, определяемое отношениями «объект-субъект», – это общение человека с природой, с животными, с произведениями искусства, также архитектуры, художественной или научной литературы. Кроме того, общение может быть: 1) индивидуальным или коллективным (например, коллективный просмотр кинофильма); 2) непосредственным, «с глаза на глаз», или виртуальным (телефон, телеграф, интернет, телемост и т. д.); 3) с настоящим или с прошлым (с помощью СМИ, материальной культуры, отдельных предметов и т. д.).

На современном этапе наблюдается повышение интереса к национальным особенностям общения. «Национальное коммуникативное поведение в самом общем виде определяется как совокупность норм и традиций общения народа» [1, с. 5].

Одним из наиболее важных источников в изучении этой проблемы является искусство. Во-первых, искусство само существует именно в процессе общения его с реципиентом, в процессе восприятия, освоения. Именно в этом заключается его жизнь. Во-вторых, одной из функций искусства является коммуникативная, которая обеспечивает возможности формирования у индивида умений и навыков правильного ориентирования в коммуникативном пространстве. В третьих, искусство, имеющее познавательную функцию, содержит определенную информацию о национальных особенностях коммуникативного общения или общения вообще. Произведения искусства, в частности кино, дают возможность более наглядно знакомиться с разными интересными фактами в области межкультурной коммуникации, увидеть совпадающие и отличительные черты коммуникативных признаков разных культур. Среди таких кинофильмов можно назвать «Мимино», «Тринадцатый воин», «Час пик», «Евротур», «Клон», «Кавказская пленница» и т. д.

Контакт искусства с реципиентом вызывает у последнего определенное переживание, которое, являясь субъективным состоянием, способствует развитию человека как творческого существа, активно участвующего в преобразовании мира.

Искусство как носитель опыта коммуникативного общения, отражая общекультурные нормы разных национальностей, воздействует на людей неодинаково, т. к. разные люди воспринимают одно и то же произведение по-разному. В зависимости от качества произведения искусства, оно оставляет отпечаток в сознании реципиента не на одинаковый срок. Кроме того, человек, не понимающий данный вид искусства или конкретное произведение, не может воспринять его на нужном уровне. Трудности восприятия, связанные с языковыми проблемами, в некоторых видах искусства, в которых используются национальные языки, например в художественной литературе, театре, кино и т. д., легко ликвидировать. В связи с отсутствием языковых проблем не нуждаются в переводе на другие языки пространствен-

ные виды искусства (архитектура, скульптура, живопись, графика, декоративно-прикладное искусство, художественная фотография) и музыка. Потому что, например, «язык музыки, обладая национальными отличиями, в то же время универсален, если не во всемирном масштабе, то во всяком случае, в широких границах крупных этнических и культурных регионов, охватывающих многие нации. Если словесный язык далеких эпох перестает быть понятным даже для представителей той же нации, то памятники музыки продолжают бытовать и сохранять силу воздействия на протяжении веков и тысячелетий (хотя их восприятие, естественно, в чем-то изменяется)» [2, с. 211]. Но в любом случае «искусство, во-первых, способствует процессу социализации личности, усвоению его норм, традиций, передовых тенденций. Во-вторых, усиливает все процессы межличностных и общественных коммуникаций, дает им творческую наполненность и направленность» [3, с. 73].

Искусство передает накапливаемый отдельными людьми духовный опыт от одного человека к другому, от одного поколения к другому и делает его общественным достоянием. Искусство функционирует как специфическая организация общения людей. Общаюсь с искусством, люди надеются получить от него ответы на интересующие их вопросы, почерпнуть в нем новые знания, новые переживания, новые оценки, новые волевые импульсы.

Искусство, являясь средством общения, преодолевает ограниченность коммуникативных возможностей языка. В отличие от языка, искусство не только сообщает информацию, но и передает заключенное в нем духовное содержание. И на том же духовном уровне искусство сближает и объединяет людей, в том числе и народы.

Библиографический список

1. Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк английского коммуникативного поведения. – Воронеж, 2003.
2. Сохор А. Н. Вопросы социологии и эстетики музыки: сб. ст. Вып. 1. – Л., 1980.
3. Панкевич Г. И. Некоторые методологические проблемы исследования художественного процесса. – Саратов, 1985.
4. Гаджиев Т. Социальная активность искусства. – Баку, 1980.
5. Шахгусейнова С. А. Роль искусства в культурно-эстетическом развитии личности: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Баку, 1991.
6. Данилец А. В. Межкультурные коммуникации. – СПб., 1999.
7. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М: Гиозис, 2003.
8. Стернин И. А. О понятии коммуникативного поведения // *Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung*. – Halle, 1989.
9. http://sternin.adeptis.ru/articles_rus.html

МЕМ-ТЕАТР: ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ НОВЫХ МЕДИА НА ПОЗНАНИЕ МИРА ЧЕЛОВЕКОМ

А. Б. Шалимов
Сибирский федеральный университет,
г. Красноярск, Россия

Summary. Social networks or social media are understood as the most significant social institute in modern world. In the article we consider them as a unique method of cognition of the world, which is based on a new way of distribution of the information, the Internet-memes. The author analyzes the Internet-memes from the point of view of their influence on true understanding of social validity. We came to conclusion about the distortion of events at their perception through a prism of meme-complexes in social networks and about the alienation of the person from true knowledge of the world. Summing up, the author describes the integration of social institutes on the basis of social media as possibility for realization unalienated relations in network.

Key words: social network; alienation; media; culture; meme.

Памяти профессора, д-ра философ. наук
Альберта Яновича Райбекаса

С конца 2000-х можно говорить о том, что социальные сети, или социальные медиа, такие как Facebook, ВКонтакте, Твиттер, образуют отдельный социальный институт, для миллионов людей более значимый, чем церковь, школа, армия, государство, наука и т. п. События 2011 года (революции в странах Ближнего Востока и Северной Африки) показали способность этого социального института приводить к социальным, историческим изменениям, что делает исследование их влияния на познание мира человеком особо актуальным не только с научной точки зрения, но и социально-экономической, социально-политической, социокультурной.

Исходя из категорий деятельности и коммуникации как антропологических доминант личности, новые медиа обладают собственной культурой. Т. е. представляют собой «способ человеческой жизнедеятельности по преобразованию природы, общества и самого человека, выраженный в продуктах материального и духовного творчества»; характеризуют «исторически определенный уровень развития общества и человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях»; являются «сложной, многоуровневой знаковой системой, моделирующей в каждом социуме картину мира и определяющей место человека в нем». Для доказательства данных тезисов не требуется производить длительные логические операции; достаточно просто создать аккаунт в социальной сети и заполнить предлагаемую при этом анкету.

Но насколько эта культура культурна в своих аксиологической и семиотической сущностях? Мир социальных медиа со стороны до-

ступа к совокупности произведений человеческой деятельности (нематериального доступа к материальной и нематериальной культуре) пока значительно уступает реальной действительности (оффлайн-миру). Так, например, осуществление эстетической программы как возможности встречи с прекрасным либо совсем невозможно, либо значительно затруднено для пользователя в социальных медиа. Аналогичные выводы можно сделать и о познавательной деятельности как встрече со знанием; и о соприкосновении с уникальными практиками (кроме, наверное, маркетинга в социальных медиа – SMM). Сложившееся положение можно объяснить отсутствием (надеюсь, пока) или неразвитостью в социальных сетях театров, галерей, музеев, библиотек, университетов, школ. В силу полного доминирования в социальных сетях потребительского, консьюмеристского отношения к миру. В силу зачаточного характера веб-искусства в социальных сетях. В силу преобладания развлекательной функции в сервисах социальных медиа – приложениях, группах, встречах.

Тем не менее, в этом направлении нам видится значительный потенциал. Так, Иван Засурский в своем эссе, посвященном социальной сети ВКонтакте, приводит пример о том, что некоторые из культурных артефактов уже сейчас можно найти только в этой среде: «В какой-то момент я обнаружил, что только в сети «ВКонтакте» я могу найти фильм «Прекрасная зеленая» (запрещенный к показу в некоторых странах), не говоря уже о «В прошлом году в Мариенбаде» (фильм 1961 года Алена Рене) и «Книгах Просперо» (режиссер Питер Гринуэй, 1991 года). Я знаю наверняка, что их авторы не возражали бы, чтобы люди могли их посмотреть бесплатно... Все это – шедевры. Это фильмы, без которых я не могу жить. Когда я нашел их, я понял, что что-то в мире изменилось и мне не придется в очередной раз покупать эти записи (тем более что «родные» диски с ними порой нереально найти даже в хороших магазинах в Лондоне...».

На данный же момент превалирующее количество пользователей заходят в социальные сети не для того, чтобы соприкоснуться с прекрасным, получить новое знание, работать и т. д., а просто, чтобы «убить время». И именно при этом клиоциде становятся создателями нового мира, новой формы личной экзистенции, нового способа познания мира, который отличается от существовавших ранее, главным образом, способом распространения культурной информации.

Для описания способа передачи культурной информации в социальных медиа используется введенный в 1976 году американским ученым Ричардом Докинзом термин «мем». С точки зрения меметического подхода, выделившегося в западной социологии в отдельную научную дисциплину, мемы – это идеи, чистая информация, но их функционирование имеет заметные физические и поведенческие последствия, приводит к социальным изменениям (эко-

номическим, культурным, политическим и т. д.). Мемы используют каналы коммуникации, порождая медиа- и веб-вирусы, мгновенно распространяющиеся по всему миру через прямую передачу от человека к человеку. Появление Интернета и особенно социальных сетей как уникального способа коммуникации привело к чрезвычайному распространению культуры интернет-мемов и веб-вирусов. Например, существует точка зрения, согласно которой на избрание в 2008 году Президентом России Дмитрием Медведевым существенно повлиял интернет-мем «Превед, Медвед».

Интернет-мем, в отличие от более общего понятия мема, всегда как единица информации представляет собой мем-комплекс, т. е. целую совокупность мемов, передаваемых и воспринимаемых человеком целостно, а не по отдельности. Т. е. мем из простейшей единицы информации преобразуется в совокупность стереотипов.

Автор концепции медиавируса Дуглас Рашкофф приводил в своих работах такой метод различения медиавируса (любой из которых сам по себе является медиамемом) и продукта PR- и рекламной деятельности: «Медиавирусы порождают новые вопросы, а не готовые ответы. Простейший способ отличить медиавирус от трюка пиарщиков – это определить, упрощает ли он вопрос, сводит ли его к эмоциям, или, напротив, делает его необычайно сложным. Вирус всегда заставляет социальную систему или систему взглядов, на которые нападает, выглядеть запутанной и непостижимой, какой она и является на самом деле. Прием упрощения и отвлечения внимания безнадежно устаревает после атаки медиавируса».

Тем не менее, сложность, запутанность социальных феноменов в их восприятии через призму мемов и медиавирусов вовсе не означает полноты, истинности их отражения; доступности для адекватного понимания. Наоборот, сложный мем начинает восприниматься человеком целостно, как стереотип, и поэтому не подвергаться рефлексии, осмысливанию. Т. е. человек не постигает причин и следствий социальных явлений, а воспринимает их как данность, а мир как их совокупность, т. е. развитие общественных отношений видится через мемомеханику, что значительно упрощает, искажает социальное устройство, современный исторический процесс.

Пользователь начинает мыслить реальную действительность через своеобразный мем-фильтр, через который проходят лишь интернет-мемы, затем выстраивающиеся в мем-картину мира.

Если использовать знаменитое определение Шекспира, то мир социальных медиа превратился в своеобразный мем-театр, но при этом пользователи сети вовсе не актеры при этом действе, а лишь зрители и одновременно его промоутеры.

Происходит гносеологическое отчуждение личности от истинного познания социума. Только если пользователь становится актором, т. е. субъектом действия, практиком, только в этом случае у не-

го есть возможность разотчужденного существования в медиа. Для адекватного, самостоятельного понимания мира через социальные сети требуется мыслительная способность к деконструкции и реконструкции идей, культурных мемов, т. е. способность к критическому, диалектическому мышлению. А возможно это лишь благодаря социализации личности, серьезным познавательным, гносеологическим усилиям воли (здесь можно привести афоризм Стива Джобса: «Компьютеры – это как велосипед. Только для нашего сознания»); через взаимодействие с другими социальными институтами – образованием, искусством и т. д. Но как отмечалось нами выше, эти социальные институты в современном мире значительно уступают социальным сетям в своем влиянии на сознание людей. Выходом из сложившейся ситуации нам видится конвергенция социальных институтов на базе социальных медиа, окультуривание последних с аксиологической и семиотической точек зрения. Т. е. создание в социальных сетях университетов, образовательных сообществ; развитие сетевого творчества, вебискусства; научных лабораторий и т. д. А также распространение информации о них с использованием эффективных методов, которые уже успела породить сама сеть, – вирусного маркетинга и других SMM-коммуникаций.

Библиографический список

1. Докинс Р. Эгоистичный ген. – М., 1993.
2. Броди Р. Психические вирусы. – М., 2002.
3. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М., 2003.
4. Засурский И. Давно «ВКонтакте» и дальше будут // Частный корреспондент. – 2011. – 29 марта.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ PR В СИСТЕМЕ ВОСПИТАНИЯ ПАТРИОТИЗМА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Ю. В. Грицков, В. В. Кузнецова
Сибирский федеральный университет,
г. Красноярск, Россия

Summary. Authors of article consider the actual problems of political and ideological intervention on development a patriotic component in formation the modern cast of mind Russian youth by means of PR.

Key words: communications; youth; PR-technologies; patriotism.

Особенностью текущей ситуации в России является недостаточная эффективность политического и идеологического вмешательства в формирование духовного облика молодежи, расширения ее соци-

альной самостоятельности и инициативы. К сожалению, зачастую этот процесс сопровождается переоценкой ценностей, критическим осмыслением опыта предшествующих поколений, новыми представлениями о своем профессиональном будущем и будущем общества. Данные исследований показывают, что досуговая самореализация молодежи в основном осуществляется вне учреждений культуры и относительно заметно обусловлена приоритетным воздействием телевидения и Интернета – наиболее влиятельных институциональных источников не только эстетического, но и в целом социализирующего воспитания молодого поколения. Народная культура (традиции, обычаи, фольклор и т. п.) большинством молодых людей воспринимается как анахронизм. Попытки внесения этнокультурного содержания в процесс социализации в большинстве случаев ограничиваются приобщением к православию, между тем как народные традиции, безусловно, не ограничиваются одними лишь религиозными ценностями. Кроме того, этнокультурная самоидентификация состоит, прежде всего, в формировании положительных чувств в отношении к истории, традициям своего народа, то есть того, что принято называть «любовью к Отечеству», а не в приобщении к определенной конфессии. Ценности национальной культуры, как классической, так и народной, уже много лет вытесняются при помощи СМИ схематизированными стереотипами-образцами массовой культуры, ориентированными на внедрение ценностей «американского образа жизни» в его примитивном и облегченном варианте. Еще английский писатель-философ Ричард Хоггарт, осмысливая изменения в послевоенном образе жизни английского рабочего класса, связывал духовное обеднение национальной английской культуры именно с американизацией и глобализацией потребительской культуры, и, прежде всего, с молодежным потребительством американского типа. Он считал, что Голливуд «ослеплял» молодежь.

На теоретическом уровне схожие идеи развивались представителями франкфуртской школы. В русле их теории были разработаны основы критики культуры в развитых капиталистических странах. Т. Адорно и Хоркхеймер, в частности, исходили из того, что на Западе уже развилась целая культурная промышленность, которая производила товары массового культурного потребления, чтобы контролировать сознание личности с целью поддержания и воспроизводства существующего строя. Культурная промышленность не отвечала на запросы людей, она сама создавала, воспроизводила и поддерживала потребности в этих запросах. Те «культурные» формы, которые эта индустрия производила, были неоригинальны, банальны и действовали на людей так, что они становились более пассивными и менее критичными. Однако американизация культурных интересов имеет и более широкую сферу приложения: художественные образы возводятся на уровень группового и индивидуаль-

ного поведения молодых людей и проявляются в таких чертах социального поведения, как прагматизм, жестокость, неумеренное стремление к материальному благополучию. Эти тенденции присутствуют и в культурной самореализации молодежи: наблюдается безрассудное презрение таких «устаревших» ценностей, как вежливость, кротость и уважение к окружающим в угоду моде. Совсем не безобидной в этом плане является и вездесущая реклама.

Формирование современного облика молодежной субкультуры обусловлено целым рядом причин, среди которых можно выделить, в частности, кризис института семьи и семейного воспитания, подавление индивидуальности и инициативности ребенка, подростка, молодого человека как со стороны родителей, так и педагогов, всех представителей «взрослого» мира, что не может не привести, с одной стороны, к социальному и культурному инфантилизму, а с другой – к прагматизму и социальной дезадаптированности – и к проявлениям противоправного или экстремистского характера. Агрессивный стиль воспитания порождает агрессивную молодежь, самими взрослыми приуроченную к межпоколенческому отчуждению, когда выросшие дети не могут простить ни воспитателям, ни обществу в целом ориентации на послушных безынициативных исполнителей в ущерб самостоятельности, инициативности, независимости, лишь направляемых в русло социальных ожиданий, но не подавляемых агентами социализации.

Особенности современной социокультурной и экономико-политической ситуации порождают потребность, которую емко выразил в одном из своих выступлений в СФУ известный российский ученый, академик Александр Петрович Сквородников: современной России «нужны не просто специалисты, а граждане и патриоты». В данном контексте необходимо подчеркнуть, что субкультура молодежи формируется под непосредственным воздействием культуры «взрослых» и обусловлена ею даже в своих контркультурных проявлениях. Формальная молодежная культура базируется на ценностях и инструментах массовой культуры, целях государственной социальной политики и официальной идеологии. В этом аспекте серьезный потенциал для формирования и развития определенных ценностных аспектов молодежной субкультуры принадлежит коммуникативным технологиям PR.

PR-технологии в системе социализации и формирования жизненного стиля молодежи содержат потенциал для активной трансляции таких духовных ценностей, как добро, благо, любовь, дружба, здоровье, семья, патриотизм, честность, бескорыстие, трудолюбие, порядочность, верность, взаимопомощь, справедливость, уважение к старшим, вера, красота, гармония, следование традициям и другие гуманистически направленные ценности, которые носят исторически обусловленный характер и являются неременным условием соци-

альной стабильности. При декларации этих ценностей средствами коммуникативных технологий PR обозначаются существующие ценностные приоритеты и расставляются ценностные акценты в современном обществе [3], что способствует укреплению традиций.

Научно-практическое исследование возможностей применения коммуникативных технологий PR в системе воспитания патриотизма в молодежной среде в аспекте традиций и инноваций исходит из трактовки традиции как «выраженного в социально организованных стереотипах группового опыта, который путем пространственно-временной трансмиссии аккумулируется и воспроизводится в различных человеческих коллективах» [1, с. 160–165]. Традиция осуществляет передачу в диахронном плане, от старших к младшим, от поколения к поколению устоявшихся форм поведения, навыков, понятий и всего, что образует костяк культуры.

Коммуникативные технологии PR в системе воспитания патриотизма оказывают влияние на процессы социализации и на тесно связанный с нею процесс приобщения к культуре, в ходе которого молодые люди познают и перенимают манеру поведения, свойственную культуре их страны. Дифференцируя понятия социализации и приобщения к культуре, исследователи термин «социализация» относят к самому процессу и механизмам, с помощью которых люди обучаются правилам поведения в обществе, т. е. к тому, что говорится, кому, когда и в каком контексте, а термин «приобщение к культуре» – к продуктам процесса социализации – субъективным внутренним психологическим аспектам культуры, которые усваиваются в процессе развития человека [2].

Необходимо отметить, что средствам PR в системе воспитания патриотизма всегда уделялось существенное внимание. В частности, особенно ярко это проявилось в период Второй мировой войны, когда всем странам антигитлеровской коалиции приходилось отстаивать свой приоритет в борьбе с немецкой пропагандой. Так, в России агитационная работа была организована тремя ведущими учреждениями: Совинформбюро, издательством «Искусство», Главным политическим управлением Красной армии, действовавшим под руководством Агитационно-пропагандистского отдела ЦК ВКП(б). Агитационная работа тогда активно выполняла функцию социальной интеграции, воодушевления граждан, должна была вдохновлять людей на борьбу, вселять чувства патриотизма и всеобщего единения. В 1942 г. по инициативе Министерства военной информации в США был сформирован Совет военной рекламы, который организовал самую масштабную в истории кампанию по продвижению военных облигаций, пропаганде внутренней безопасности, нормированному распределению продовольствия, жилищных решений и т. д. При этом рекламные фирмы бесплатно создавали тексты и выполняли художественное оформление плакатов [4, с. 138–139]. В приве-

денных выше ситуациях мы можем наблюдать очевидное внимание государства как субъекта стратегического планирования к вопросам коммуникации в процессе реализации политических задач и стратегических интересов.

В соответствии с социальной потребностью в воспитании патриотически настроенной молодежи за прошедшее десятилетие в России были реализованы несколько государственных программ, направленных на развитие патриотизма, причем особое внимание уделялось патриотическому воспитанию молодежи. Однако остается открытым вопрос о том, оказали ли проведенные акции заметное влияние на патриотическое сознание молодежи? В какой степени современный студент является гражданином и патриотом? В чем он видит свой долг перед Родиной и насколько готов к практическим действиям, направленным на ее благо?

Результаты проведенного среди студентов ИППС СФУ пилотного социологического исследования (анкетированный опрос, в котором приняли участие 100 человек) свидетельствуют о том, что, во-первых, понимание студентами патриотизма носит в основном поверхностный, эмоциональный характер; во-вторых, значительная часть студенческой молодежи не готова к активной деятельности на благо Родины. Выяснилось, что подавляющее большинство респондентов не только не участвовали в патриотических акциях, но и не задумывались всерьез над темой патриотизма. Так, например, 40 % из них затрудняются ответить на вопрос «считаете ли вы себя патриотом?», 65 % не задумывались о том, собираются ли они делать что-либо во благо Родины. Кроме того, 80 % респондентов указывают, что в той или иной мере готовы эмигрировать в другую страну. Только 25 % ответили, что планируют заниматься деятельностью, направленной на улучшение ситуации в стране, регионе или городе.

В целом же представления о патриотизме ограничиваются абстрактными высказываниями о любви к отчему дому и родному краю, уважении к традициям, истории, законам страны, но при этом практически не связываются с необходимостью какой-либо общественной деятельности или активного участия в жизни страны. Поверхностный характер представлений студентов о том, что такое патриотизм и как должен вести себя гражданин и патриот, чреват либо равнодушием к судьбам страны, либо наоборот – возникновением социально опасных форм патриотизма: те молодые люди, которые стремятся занять активную позицию, зачастую попадают либо в организации профашистского толка, либо к «ряженым патриотам».

Недостаточная эффективность существующих программ и мероприятий обусловлена тем, что в них преобладают устаревшие методы пропаганды, а потенциал высокотехнологичных PR-коммуникаций, которые могут оказаться более действенными в современной ситуации, используется не в полную силу. Чтобы разра-

ботать новую, более эффективную программу патриотического воспитания, включающую не только методы пропаганды, но и PR-технологии, необходимо более тщательно исследовать существующую ситуацию. Это, в свою очередь, требует выявления причин апатичности и снижения уровня патриотизма студентов; конкретизации блока ассоциаций, связанных с Родиной; выявления аттракторов, работа с которыми позволит очертить круг более эффективных PR-мероприятий по развитию патриотизма среди молодежи и перенаправлению его в деятельностное русло.

Библиографический список

1. Арутюнов С. А. Взаимодополнительность инноваций и традиций // Народы и культуры: развитие и взаимодействие. – М., 1989. – С. 160–65.
2. Мацумото Д. Психология и культура. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2002.
3. Пидшморга Ю. В. Социокультурное воздействие рекламы на ценности современного российского общества: дис. ... канд. культурол.: 24.00.01. – Краснодар, 2009.
4. Ученова В. В. История отечественной рекламы. 1917–1990: учеб. пособие. – М. ЮНИТИ-ДАНА, 2004.

ЛИНГВО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕТАФОРИЗАЦИИ

Ф. И. Османова

**Институт языкознания им. Насими
Национальной академии наук Азербайджана,
г. Баку, Азербайджан**

Summary. In the article have been observed the significance of the phenomenon of metaphorization and its lingvo-culturological aspects. Here is based that metaphorization plays an irreplaceable role in the enrichment of the vocabulary stock of the language and in the creation of figurativeness in speech and in the firmation of picturesque means of artistic expressiveness and description. The author points out that the basis of metaphorization is a semantic motivation. In the article also have been revealed ethno-social and culturological peculiarities of this phenomenon.

Key words: metaphorization; figurativeness; figurative meaning; semantic motivation; nominative meaning; means of artistic expressiveness.

Природа каждого языка такова, что в нем в пределах определенных языковых норм происходят те или иные процессы. Эти процессы связаны с отдельными (фонетическим, грамматическим и лексико-семантическим) уровнями языка. На наш взгляд, на лексико-семантическом уровне представлен самый значимый и интересный процесс – метафоризация. Метафора – достаточно сложное и

важное языковое явление. Это акт восприятия мира. Она играет значительную роль в образовании риторических фигур.

Метафоризация усиливает выразительные возможности языка, относится к средствам обогащения его словарного состава. Образующиеся в ходе данного процесса переносные значения отдельных лексем играют огромную роль в создании образной лексики, являющейся самой выразительной частью лексики того или иного языка [1, с. 18].

Метафора значима и в передаче языковой картины мира. Она не только создает мощную языковую картину мира, но и обладает широкими функциональными возможностями [2, с. 54]. Одна из основных функций метафоры – служить словообразующей моделью.

Метафоризация не образует обычные слова, ее особенностью является то, что создаваемые новые выражения носят характер скрытого сравнения [3, с. 24].

В процессе метафоризации контекст оживает, формируются новые парадигматические отношения.

По своей значимости метафора бывает двух видов: общеупотребительная и стилистическая (или поэтическая), которая считается одним из способов обогащения словарного состава литературного языка [1, с. 84]. Художественный стиль, являющийся сердцевиной литературного языка, функционирует именно за счет метафоризации.

В художественном стиле слово не ограничивается только тем, что выражает мысль. Там оно создает образность, дает субъективную оценку событий, выражает глубокие и нежные чувства, служит эстетическому вкусу читателя и является средством, оказывающим эмоциональное воздействие. Причина подобной нагрузки слова заключается в том, что в глубинах семантики слова есть ресурсы различного рода переносности и метафоризации.

Переносность принадлежит мировоззрению человека, служащему постоянной образности, она одна из категорий языка [4, с. 197]. Вместе с тем, если первичное, прямое значение слова ясно и без контекста, то его истинная природа, многозначность и переносные значения раскрываются в пределах контекста. По этому поводу русский языковед Д. Н. Кудрявский образно выразился так: «Нельзя забывать, что атмосфера, в которой живет и меняется слово, – это речевая атмосфера. Если не принять это во внимание, то нельзя будет распознать его природу» [1, с. 76].

Если основное значение слова предназначено для называния предмета, то метафоризированное значение представляет его все-сторонне, служит для выражения различных значений. Такое значение обладает образностью и силой мысли, способно более точно выражать мысль. Например, в азербайджанском языке, говоря о сильном и волевом человеке, употребляют выражение "*dəmir iradəlidir*" – «у него железная воля». В этом примере слово *dəmir* –

«железо» – употребляется не в прямом, а в переносном, метафоризированном значении. Свойства, присущие железу, на основе сравнения и схожести приписываются характерным чертам человека, причем делается это в ярко выраженной форме. Если переносное значение, оказывая влияние на природу слова, меняет его функцию, то оно способно перемещать его из одной лексико-семантической группы, категории в другую. Так, согласно номинативным значениям, слова, не являющиеся синонимами, метафоризируясь, становятся словами, близкими по значению. Например, в литературном азербайджанском языке слова *hacileylək* «аист», *qurbağa* «лягушка», *tisbağa* «черепаха» по своему номинативному значению обозначают птиц и животных. Однако в переносном значении эти слова, выражая значение «уродство», «безобразность», создают синонимические отношения. Другие слова – *qarğa* «ворона» и *bauyquş* «сова» – в своем основном номинативном значении также являются названиями птиц. В переносном же значении они символизируют «неудачу», «презрение», «проклятие».

По сути, метафоризированное значение может превращать слова, не выражающие противоположное значение, в антонимы. Например: лев и лиса – разные животные. Однако присущие этим животным самые характерные особенности (храбрость, смелость льва и трусость, хитрость лисы) порождают возможность того, что в азербайджанском языке эти слова способны употребляться в переносном значении и, следовательно, стилистически противопоставляться.

Уточним нашу мысль следующим отрывком из поэмы «Искендернаме» Низами Гянджеви:

Tez verdi belə bir cavab İskəndər: Искендер быстро ответил

"Bir tülkü aslandan gətirməz xəbər! «Лиса не может принести весть от льва!

Gözündə olsam da cəsur, qəhrəman, Если даже я буду храбрым, героем,

İskəndər deyiləm, elçiyəm ondan. Я не Искендер, я – его посланник.

...Ürəkli olmata səbəb onu bil, Причина того, что я смел,

Göndərən aslandır, bir tülkü deyil! То, что послан львом, а не лисой! [5, с. 210] (Здесь и далее подстрочный перевод дан автором.)

Если общенародному языку присуща лишь часть переносных значений, то другая часть употребляется только в литературной речи и уточняется средствами художественного текста. Это означает, что у слова есть и общеупотребительное, и ситуативное/оказиональное переносное значение. Это переносное значение стабилизируется, закрепляется в языке, и тогда, когда оно принимается и употребляется всеми, становится общеупотребительным переносным значением.

В случае если переносное значение, созданное по тому или иному поводу, образовано с учетом художественно-стилистических условий, то такое значение называется ситуативным/окказиональным переносным значением. Даже если такое значение образовано от основного значения слова, оно может и не войти в его семантическую структуру, а останется стилистическим средством конкретного художественного произведения.

Наряду с этим художник, который мастерски пользуется словом, всегда опирается на язык народа, создает новые и интересные по составу слова, отвечающие нормам данного языка [1, с. 54]. Рассмотрим употребление многозначного слова в различных контекстах. Основное значение слова ясно и без контекста. В речи, наряду с основным значением, слово может употребляться и в других значениях.

Нижеследующие примеры наглядно демонстрируют вышесказанное: *Yazıcı öz yaradıcılığında yeni bir **yol** seçdi.* – «Автор нашел в своем творчестве новый путь»; *Hər bir adam qarşısında geniş **yollar** (imkan mənasında) açılmışdır.* – «Перед каждым человеком раскрылись новые пути (в значении „возможности“)». *Mənim konsulxanada verilən ziyafətə **yol** tapa biləcəyimə imkan yaradacaq idi.* – «Он должен был изыскать возможности моего присутствия на обеде в посольстве» [6, т. 4, с. 607]. *Ondan üç **yol** soruşdum. Dost **yolunda** bu dünyada başından keçdiyin varmı?* – «Я спросил у него о трех дорогах. Может ли он ради друга поплатиться головой? [6, т. 4, с. 608].

*İnsanlar, Люди,
alovlar, ölümlər içindən keçib, прошедшие сквозь огни, смерти,
Ümidin qollarını açın, Откройте объятия надежды,
Səhərin **yollarını** açın. Откройте **дороги** утра [7, с. 254].*

Очевидно, что многозначное слово **yol** в зависимости от контекста используется в различных значениях: в первых четырех предложениях оно употреблено в стабилизированном, общеупотребительном переносном значении, а в пятом предложении это значение особое – ситуативное/окказиональное.

В художественной речи употребляются оба вида переносов значения, но в отличие от общеупотребительных переносов, ситуативные переносы являются наиболее выразительными средствами. Следует также отметить, что в зависимости от конкретных условий ситуативные переносные значения могут переходить в общеупотребительные переносные значения. Это вовсе не снимает разницы между общеупотребительным переносным и переносным окказиональным значениями. Ситуативное/окказиональное переносное значение образуется от исходного объективного значения слова и зависит от него [8, с. 14].

Общеупотребительные переносные значения по своему характеру и значимости бывают разными. Некоторая часть их полностью утратили образность и используются в речи как обычные слова и выражения. Следовательно, эти значения не воспринимаются как переносные значения, например: *dağın ətəyi* «подножье горы», *ağacın qolu* «ветвь дерева», *ay doğur* «луна восходит», *qazan qaupayır* «кастрюля кипит» и др. Другие же (например: *şirmayı barmaqlar* «пальцы, словно перламутр», *acı təbəssüm* «горькая улыбка», *dəmir iradd* «железная воля», *mirvari dişlər* «жемчужные зубы» и др.) несут в себе образность. Таким образом, подобные переносы вместе с ситуативными переносами выступают в качестве выразительных средств художественного стиля.

Перенос значения – очень древнее языковое явление. Предполагают, что переносы были связаны с мировоззрением древних людей, с их отношением к природе. Переносные значения, имеющиеся в языке каждого народа, связаны с местом его проживания, условиями, природой, климатом, обстановкой. В каждом языке имеется специфическая для этого языка значимая система переносов. Например: если в русской литературе переносное значение приобретают такие наименования деревьев, как *tozağacı* «березка», *sökə* «липа», *ağsaqovaq* «осина», то в азербайджанской литературе подобные переносные значения мы найдем у таких деревьев, как *şinar* «чинара, платан», *sərv* «кипарис», *yasəmən* «сирень», *palıd* «дуб». В азербайджанской художественной литературе красивая женщина и черты ее лица обычно сравниваются с **розой** «*qızıl gül*», а индийские мастера пера в качестве сравнения приводят **лилию** [9, с. 83].

Основу процесса метафоризации составляет мотивация. Процесс переноса значений обычно называется терминами «**метафоризация**» или «**семантическая мотивация**». Н. А. Купина пишет, что семантическая мотивация/метафоризация – это результат одного из этапов четырехступенчатого процесса, который завершается мотивацией слова [10, с. 43].

Всякий вид деятельности происходит из мотивации, т. е. из возникновения некоей необходимости, некоего мотива. Мотив может состоять из предоставления определенной информации, побуждения к действию. В каждом отдельном случае в языке обнаруживает себя иерархия мотивов.

В «Толковом словаре» А. Ахундова термин «мотив» дается в двух значениях: 1) *психол.* психологическое состояние, подталкивающее человека к деятельности по удовлетворению какой-либо потребности; 2) основной элемент темы художественного произведения [11, с. 262]. В лингвистике термин «мотив» может быть применен не только к основному, но и к дополнительному/второстепенному значению слова. Мотивы подобного рода составляют единство вместе с основным значением.

«Мотивация тесно связана с индивидуальной речью, этот процесс приводит к серьезным семантическим изменениям в слове, выявляет степень развития его семантики» [12, с. 45].

Одним из видов мотивации в языке является *семантическая мотивация*. Семантическая мотивация является поэтической фигурой, создающей образность в художественном произведении. Этот вид мотивации рождает сильные ассоциации.

Х. Джаббаров пишет: «Исторически сложилось так, что слова, склонные к денотативности, образовались ранее, чем слова со сложными понятиями. Известно, что слова с прямым значением первичны, в отличие от образованных позднее слов с переносным значением. Процесс, в результате которого прослеживается развитие от однозначности к многозначности, к омонимии и переносности значения, в действительности представляет собой процесс метафоризации, а в языкознании он называется семантической мотивацией» [13, с. 30].

В своей монографии «Семантика азербайджанского языка» И. Мамедов пишет: «Предметы и явления называются так или иначе в соответствии со своими характерными признаками. На основе подобного называния они отличаются от других предметов и явлений. Как правило, процесс называния основывается на каких-либо качествах, бросающихся в глаза при первом же знакомстве с предметом: размеру, форме, цвету, а также его схожести по неким внутренним и внешним особенностям. Это определение может касаться мотивированных слов с прозрачной внутренней формой. В словарном составе языка имеется достаточное количество слов с полностью условным характером лексического значения по отношению к реальной действительности. С позиций современного языка признак, находящийся в основе некоторых простых слов, не ясен и не ощутим, однако это ни в коей мере не ограничивает функциональных возможностей подобных значимых единиц. Например: с позиций современного азербайджанского языка практически необъяснимо, почему за словами *dağ* «гора», *su* «вода», *ot* «трава», *otaq* «комната», *ev* «дом», *çay* «река» закрепился конкретный комплекс звуков. Вместе с тем, каждый носитель этого языка без труда понимает их лексическую составляющую. Следовательно, и в азербайджанском языке слова с самостоятельным значением бывают двух видов:

1) немотивированные слова: *ata* «отец», *ana* «мать», *qardaş* «брат», *əl* «рука», *baş* «голова»;

2) мотивированные слова: *gəlin* «невеста», *meydança* «площадка», *əlcək* «перчатка», *otbiçən* «косилка», *döşək* «матрац» [14, с. 222].

В азербайджанском языке собственные имена, подвергшиеся семантической мотивации, получили статус «говорящих имен» и превратились в строительный материал художественного стиля. К этому ряду также можно причислить и семантически мотивиро-

ванные ономастические переносы. Примеры ономастических переносов часто встречаются в произведениях великого Низами. Чаще всего поэт пользуется ономастическими переносами в двух случаях: первое – когда представляет предмет, и второе – когда вовлекает этот образ в различные ситуации, события, с целью создать у читателя некие представления. Так, Низами прибегает к помощи «говорящих имен», превращая их в прекрасное средство художественного описания и выразительности. В процессе представления поэт описывает образ в сравнении с другими персонажами и собственными именами, носящими символическое значение. В этом случае сторона, с которой сравнивается, состоит из одного, а сравниваемая – из одного, двух, трех и более компонентов.

В качестве примера мотивированных переносных имен поэт приводит: *Yusif* (Юсиф), *İbrahim* (Ибрагим), *İsmayıl* (Исмаил), *İsa* (Иса), *Səmşid* (Джемшид), *Keyqubad* (Кейгубад), *Rüstəm* (Рустам), *Gavə* (Гаве), *Oxçu* (Охчу), *Ariş* (Ариш), *Qaruni* (Гаруни), *Loğman* (Логман), *Qədarxan* (Гедерхан), *Sultan Mahmud* (Султан Махмуд), *Sultan Məsud* (Султан Месуд), *Ayaz* (Аяз), *Firdousi* (Фирдовси), *Samiri* (Самири), *Mehdi* (Мехди) и др. Эти имена поэт мастерски использует в сравнительно-метафорических моментах. Чаще всего собственные имена в произведениях Низами сравниваются с соответствующими им нарицательными именами, например:

Ham o dünyagir, ağızı qan qılınc? Где этот алчный меч с кровавой пастью?

Gavə bayrağına qan saçan qılınc? Меч, сочащий кровь на знамя Гави? [15, с. 424]

В этих строках «знамя Гави» – символ иранского трона, а меч олицетворяет Бахрама Чубина, захватившего трон Чурмуза. Интересно, что в тексте не упоминается ни Иран, ни имя Бахрама Чубина.

Великий поэт был мастером превращения нарицательных имен в собственные, создавая таким образом мощные ономастические метафоры, например:

Vuruşur önümdə Çin ilə Həbəş, Сражается передо мной Китай, и Хебеш

Şaha edəcəyəm onları peşkəş Я подарю их шаху [16, с. 417].

В тексте стиха слово *Çin* иносказательно обозначает *белую бумагу*, а *Həbəş* – *черные буквы* на ней. В семантическом плане топонимы *Çin* и *Həbəş*, мотивируясь, заменяют собой понятие «народ этих стран».

Можно привести достаточное количество подобных примеров из произведений Низами. Эти факты также будут свидетельствовать в пользу того, что метафоризация/семантическая мотивация имеет

древнюю историю и что этот вид художественной мысли находится в постоянном развитии.

Несомненно, история народа тесно связана с развитием языка. Слово же, являющееся его составной частью, с семантической точки зрения мотивируется и подвергается постоянным изменениям. Семантика слова, считающегося исходной единицей языка, представляет собой отражение реальности в сознании. Основу семантических изменений/мотивации, прежде всего, составляет обозначенное положение теории восприятия. Вместе с тем, в основе семантики языка лежат общечеловеческие мыслительные категории. Именно поэтому основным решающим фактором образования различных видов метафор, функциональных замен, расхождений значений считаются «формально-логические закономерности мышления» [17, с. 82].

Метафора – актуальное явление. Широка область ее употребления в художественных, публицистических и научных произведениях. Метафора имеет характерные особенности. В художественном стиле метафоризируются как собственные, так и нарицательные имена. При этом собственные имена становятся «говорящими именами». Метафоризацию нарицательных имен можно классифицировать по нескольким вещественно-тематическим группам.

Метафоризация нарицательных имен классифицируется по следующим основаниям: 1) наименование животных; 2) наименование птиц; 3) наименование пресмыкающихся; 4) наименование растений; 5) наименование явлений природы; 6) наименование минералов; 7) наименование предметов; 8) наименование пищи.

Рассмотрим метафоризацию **наименований животных** с точки зрения их семантики. Для описания характера человека такая мотивация регулярно встречается и в разговорной речи, и в языке художественной литературы. «В каждом языке традиционно проводится сравнение с животными» [18, с. 64]. Именно наименования животных и служат импульсом образования метафор, например:

İt «собака». Так говорят о злом, скандальном, злоречивом, колком, язвительном, злоязычном, ехидном человеке. Чаще употребляют с частицей *kimi*, например: *İtin birisi qarına gəlib qızını özünə bənd eləyir, belə də binamıslıq olar?! – «Одна из собак пришла к моим дверям, чтобы обворовать мою дочь, где видана такая бессовестность?!»* [6, т. 2, с. 606].

Tülkü «лиса». Так говорят о хитром, изворотливом, коварном, лукавом, ехидном человеке: *Bu tülkünün pulu çox. Nət də sağmal bir inək.* – «У этой **лисы** много денег. Просто, дойная **корова**» [6, т. 4, с. 385]. Лисой называют и трусливого, робкого, боязливого, малодушного человека: *Aslanam, deyiləm tülkü. Tanıtarım qorxu, hürkü.* – «Я – лев, я – не **лиса**. Я не знаю страха, испуга» [6, т. 4, с. 385].

Eşşək «ишак». Так говорят о невежественном, бестолковом, непонятливом, глупом человеке, неспособном отличить хорошее от плохого (как правило, используется в качестве ругани), например: *Eşşək nə bilir zəfəran (plov) nədir.* – «Ишаку не ведомо, что такое шафран/плов»; *Eşşək nə bilir xurmanın dadını.* – «Ишаку не ведомо, что такое хурма». А выражение *İki eşşəyin arpasını bölə bilmətək* – досл. «Не способен поделить ячмень между двумя ишаками» – употребляют по отношению к неспособному, бездарному человеку.

Öküz «бык». Так говорят об очень большом, рослом, коренастом, исполинском, здоровенном, грубом, бездарном человеке, например: *Öküz oğlu, öküzün heç qanasağı yoxdur* – «Бычий сын, у быка совсем нет совести».

В азербайджанском языке и такие наименования животных, как *qoyun* «баран», *quzu* «ягненок», *at* «лошадь», *pişik* «кот», *donuz* «свинья», *canavar* «волк», *aslan* «лев», *ayı* «медведь», способны метафоризироваться в процессе своего семантического развития.

Таким образом, метафоризация/семантическая мотивация имеет древнюю историю, этот вид художественной мысли находится в постоянном развитии.

Исследования показывают, что среди причин, которыми обусловлена семантическая мотивация, определяющую роль играет денотативность.

Мотивируясь, внешняя форма лексических единиц меняет направление значения. Эти направления способствуют возникновению этапов семантической мотивации. В языке имеется множество средств мотивации лексических единиц, а удел мастеров пера – привести в действие эти средства.

Следует отметить и то, что один и тот же предмет/явление не рождает у всех народов одинаковые чувства. В то время как один предмет/явление в мышлении одного народа вызывает положительные представления и образные выражения, другой народ может выражать к нему негативные эмоции. Например, индусы почитают слона как величественное, благородное животное, а потому в художественном произведении это слово положительно проецируется на образ. Так, походка женщин неземной красоты сравнивается с грациозной походкой слона, восхваляется. В русском же языке сравнение «походка как у слона» является отрицательным и означает тяжелую, грубую поступь. Поскольку индусы считают корову ласковым, добрым, милосердным, великодушным животным, то в их произведениях она является священным символом матери. Это слово употребляют, когда необходимо описать красивую женщину [9, с. 83]. В русском же языке это слово используют по отношению к неуклюжей и некрасивой женщине. В азербайджанском языке красоту черт лица и нежную кокетливую походку женщины в основном

связывают с такими словами, как *seyran* «джейран», *maral* «лань», *kəklik* «куропатка», *tərlan* «чоглок», *durna* «журавль», *sona* «селезень». И это естественно. Еще с древности этих животных, обитающих в нашей стране, люди считали самыми красивыми. В азербайджанском фольклоре они были символами красоты, а позднее использовались и в художественной литературе.

Подытожим сказанное: процесс метафоризации – это способность восприятия имеющихся в языке взаимных связей между различными предметами и явлениями. Будучи явлением национально-го порядка, данный процесс одновременно состоит из этносоциальных и психолингвистических комплексов. Объединяясь, эти комплексы формируют новые значения. Гипотетические метафоры превращаются в действительность, а антропометрические создают интеракции, т. е. рожают новые модели значений.

Библиографический список

1. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языков мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М., 1988.
2. Кассиер Г. Сила метафоры // Теория метафоры: сб. – М., 1990.
3. Əfəndiyeva T. Azərbaycan dilinin leksik üslubiyatı. – Bakı: Elm, 1980.
4. Мейлах Б. Метафора как элемент художественной системы // Вопросы литературы и эстетики: сб. – Л., 1959.
5. Nizami Gəncəvi. İskəndərnamə (Şərəfnamə). – Bakı, 2004.
6. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti. – Bakı, 2006. – С. 1–4.
7. Rza R. Seçilmiş əsərləri. – Bakı, 2002.
8. Будагов Р. А. Очерки по языкознанию. – М., 1953.
9. Əfəndiyeva T. Azərbaycan ədəbi dilinin üslubiyat problemləri. – Bakı: Elm, 2001.
10. Купина Н. А. Процесс образования метафорического слова // Вопросы лексикологии и лексикографии русского языка. – Свердловск, 1969.
11. Axundov A. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti. – Bakı: Elm, 2005.
12. Аллендорф К. А. Значение и изменение значения слов: автореф. д-ра филол. наук. – М., 1966.
13. Cabbarov X. Bədi ədəbiyyatda obrazlılıq. – Bakı: Yazıçı, 1986.
14. Məmmədov İ. Azərbaycan dilinin semantikasi. – Bakı: Xəzər nəşriyyatı, 2006.
15. Nizami Gəncəvi. Xosrov və Şirin. – Bakı, 1982.
16. Nizami Gəncəvi. İskəndərnamə. – Bakı, 1982.
17. Гак В. Г. Семантическая структура слова как компонент семасиологической структуры высказывания. – М., 1971.
18. Актуальные проблемы лексикологии. – Минск, 1970.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ОБУЧЕНИЯ БАШКИРСКОМУ ЯЗЫКУ

Л. Г. Субхангулова

Вечерняя (сменная) общеобразовательная школа № 1,
г. Салават, Республика Башкортостан, Россия

Summary. In the education sector is being actively developed the idea of multicultural education, relevant to the Republic of Bashkortostan, where representatives of more than one hundred nationalities, training is conducted at the national and Russian languages. Lingvokulturologicheskom area is one of perspective directions of modernization of the school course of the Bashkir language as the state and the mother and other native languages and their teaching methods. Language education is aimed at familiarizing students for the national culture through learning the mother tongue, which plays an important role not only in shaping the consciousness of the growing person, but getting used to the culture.

Key words: multicultural education; the Republic of Bashkortostan; language education.

Особенности общения того или иного народа, описанные в совокупности, представляют собой описание коммуникативного поведения этого народа. Национальное коммуникативное поведение в самом общем виде определяется как совокупность норм и традиций общения народа, группы, личности. Термин «коммуникативное поведение» впервые был использован в 1989 г. в работе И. Стернина «О понятии коммуникативного поведения».

В исследовании национального коммуникативного поведения в настоящее время сформировались следующие основные задачи:

1. Формирование научных представлений о коммуникативном поведении как компоненте культуры народа, компоненте национального поведения лингвокультурной общности.

2. Разработка моделей описания коммуникативного поведения лингвокультурной общности.

3. Демонстрация применимости разработанной модели к описанию основных черт коммуникативного поведения той или иной национальной лингвокультурной общности.

4. Практическое описание коммуникативного поведения различных народов в лингвокультурологических и дидактических целях.

Лингвокультурологический аспект изучения языка в настоящее время является одним из наиболее перспективных, так как познание языка невозможно в отрыве от культуры и истории, носителя языка, психологии и образа жизни народа. В образовательной сфере активно разрабатывается идея поликультурного образования, актуальная для Республики Башкортостан, где проживают представители более ста национальностей, обучение ведется на национальном и русском языках. Лингвокультурологическое направление, в основе которого лежит идея взаимосвязанного изучения языка и

культуры, является одним из перспективных направлений модернизации школьного курса башкирского языка как государственного и родного и других родных языков и методики их преподавания. Языковое образование нацелено на приобщение учащихся к национальной культуре через обучение родному языку, который не только играет важнейшую роль в формировании сознания растущего человека, но и способствует вживанию его в культуру.

Библиографический список

1. <http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/211.pdf>
2. http://www.lib.csu.ru/vch/121/vcsuo8_20.pdf

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ И ЧЕШСКИХ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ОБОРОТОВ С КОМПОНЕНТОМ-ФИТОНИМОМ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВОДИДАКТИКИ

Р. Ш. Шафиева

Бакинский славянский университет, г. Баку, Азербайджан

Summary. The article deals with the national-cultural specific character and connotation of the comparative expressions of the Azerbaijani and Czech languages that are researched in the linguistic-didactic aspect. The analysis of the comparatives is based on the linguistic facts connected with empiric, cultural knowledge and world outlook of native speakers, their emotional and value attitude to the speech. The main purpose of the research of the certain fragments of the national linguistic world picture on the basis of the lexical subject group “flora” is achieving didactic tasks of teaching foreign language.

Key words: linguistic didactics; phytonym; comparative; Azerbaijani language; Czech language; national-cultural specific character.

Тематика лингвистических научных конференций последних десятилетий отличается тем, что на повестку дня выносятся такие проблемы, как сравнительная типология, и в частности сравнительная стилистика, когнитивная лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология и др. Новая научная парадигма определила и новые подходы не только к анализу категорий и единиц языка, но и к изучению его субъекта – человека как носителя языкового сознания, обладающего качествами, обеспечивающими речемыслительную деятельность в условиях бытования определенного лингвокультурного сообщества.

Резко возросшие в условиях глобализации экономики культурные и научно-экономические контакты между разными народами выдвинули на первый план проблемы межкультурной коммуникации. В связи с этим в своей диссертации «Культурно детермини-

рованные коннотации русских зоонимов и фитонимов» Л. Ф. Пуцילהва отмечает, что многолетние исследования в области взаимовлияния языка и культуры оформились в новые научные направления на стыке смежных с лингвистикой наук, таких как этнопсихолингвистика и особенно лингвокультурология, которая характеризуется, прежде всего, системным рассмотрением культуры и языка как совокупности единиц, при котором доминирующим является простое взаимодействие языковых, этнокультурных и социокультурных факторов [1].

Развивая эту тему в своей монографии по лингвокультурологии, В. В. Воробьёв определяет данное направление исследований как «целостное, теоретико-описательное исследование объектов как функционирующей системы культурных ценностей, отражаемых в языке, контрастивный анализ лингвокультурологических сфер разных языков (народов) на основе концепции, согласно которой структура языка и системная семантика его единиц коррелируют со структурой мышления и способом познания внешнего мира у того или иного народа» [2, с. 4–5].

А поскольку подавляющее большинство исследований синхронного общего языкознания носит контрастивный (конфронтативный или сопоставительный) характер, то их ключевым понятием становится и учет национально-культурной специфики языковых единиц.

Безусловно, особая роль при этом отводится сохранению национально-культурной картины мира, ибо именно стилистически маркированные единицы (коими и являются вынесенные в заглавие настоящей статьи азербайджанские и чешские сравнительные обороты с компонентом-фитонимом) обладают высоким национально-культурным потенциалом. Наличие частотных корреляций между стилистическими характеристиками с учетом национально-культурной специфики обозначенных языковых единиц сопоставляемых языков вызвало необходимость проведения анализа в аспекте лингводидактики, центральной категорией которой выступает язык как объект усвоения, средство общения, познания и обучения людей.

Термин «лингводидактика» все чаще используется в методике обучения иностранным языкам как отрасль методической науки, которая обосновывает содержательные компоненты образования, обучения, научения в их неразрывной связи с природой языка и природой общения как социального феномена, детерминирующего деятельностную сущность речевых произведений, в основе которых лежат механизмы социального взаимодействия индивидов. Иначе, лингводидактика выступает в качестве методологического аспекта теории обучения. Она призвана разрабатывать основы методологии обучения иностранным языкам применительно к различным искомым результатам данного процесса [3].

Обращение к данному аспекту изучения языка, а стало быть, и проведение подобного исследования в аспекте лингводидактики связано с выявленными нами трудностями в процессе преподавания чешского языка в азербайджанской языковой среде. Вынесение в заглавие статьи именно лингводидактического аспекта весьма актуально для современной азербайджанской богемистики. В Бакинском славянском университете накоплен определенный опыт преподавания чешского языка как в группах с русским, так и в группах с азербайджанским сектором обучения. Одна и та же конечная цель – привитие навыков свободного владения языком – в разных аудиториях достигается путем разных приемов, подходов и, как следствие, разных усилий. Несомненно, что при этом не обойтись без такой лингвистической составляющей, как национально-культурная специфика.

Известно, что национально-культурная специфика языковых единиц является следствием взаимодействия лингвистических и экстралингвистических факторов.

В плане экстралингвистических факторов первостепенную значимость получают факторы культурологического характера: речь об эстетических, моральных ценностях, а также языковых традициях того или иного народа.

Лингвистическую же составляющую национально-культурной специфики исследуемых нами сравнительных оборотов с компонентом-фитонимом составляют: а) характер денотативного значения отдельной лексической единицы (в нашем случае фитонима); б) семантико-стилистические трансформации в процессе метафоризации, словопроизводства, формирования стилистических приемов при образовании сравнительных оборотов с этим компонентом; в) стилевая и жанровая принадлежность, а также прагматическая ориентированность подобных оборотов; г) адекватность их перевода на указанные языки.

Практическим материалом, иллюстрирующим обозначенную специфику, послужит группа чешских и азербайджанских компаративов, заключающих в себе наименование фитонима [4–8]. Речь о чешских (например: *stát jako ze dřeva, spát jako dřevo, jako dub, silný jako dub* и т. п.) и азербайджанских (например: *albuxara torbası kimi, tən bölünmüş alma kimi, ürəyi yarpaq kimi əsmək, göbələk kimi* и т. п.) сравнительных оборотах.

Вариантность как самих фитонимов, так и связанных с ними глагольных действий в приведенных сравнительных оборотах весьма очевидна. И если вариативность глагольных действий *əsmək/titrəmək* «дрожать, трястись» относится к явлению синонимии, то наименование самих фитонимов *napə* «мята» и *rauiz yarpağı* «осенний лист» в составе сравнительных оборотов диктуется национальной спецификой. Так, сравнительные обороты, имею-

щиеся в языке каждого народа, связаны с местом его проживания, условиями, природой, климатом, обстановкой. В каждом языке имеется специфическая для этого языка значимая система сравнительных оборотов.

В процессе преподавания следует обратить особое внимание и на образы, которые несут в себе компаративы с флористическим компонентом, на их наличие/отсутствие в другом языке.

Так, например, образ *гриба* в компаративе *jako po dešti* способствует выражению значения «быть в изобилии». Идентичный по значению оборот есть и в русском языке: *расти как грибы после дождя*. Образ может считаться общим для тех лесных народов, у которых грибы составляют существенную часть стола, что не свойственно азербайджанской кухне, поскольку гриб не является ингредиентом национальной кухни. Вместе с тем и в азербайджанском языке существует сравнительный оборот *göbələk kimi* в значении «очень много, в изобилии». В приведенных примерах наблюдается редкая для этих языков эквивалентность как в семантическом, стилистическом, так и в компонентном отношениях.

Другим универсальным образом может считаться образ *шипа* в значении «помехи». В чешском языке его наблюдаем в компаративе *jako trn v oku*. Универсальность образа проявляется и в азербайджанском языке. Азербайджанско-русский фразеологический словарь фиксирует фразеологизм *tikan olub (tikan kimi) gözə batmaq*. Как видим, в скобках (*tikan kimi*) дается факультативная часть сравнительного оборота. В этом случае можно говорить о полном азербайджанском эквиваленте чешского оборота.

Другой пример: в чешском языке существует также сравнение *je jako na trní*, т. е. «сидеть как на колючках». В азербайджанском языке употребляется фразеологизм *tikan üstündə oturmaq*. Идентичное значение отличает то, что в чешском языке мы имеем дело со сравнением, а в азербайджанском – с метафорической номинацией.

Поскольку одна и та же лексема может обозначать и биологически общее родовое и видовое понятие, то в процессе обучения иностранному языку могут возникнуть сложности понимания переносного значения. Например, слово *орех* обозначает и дерево, и плод данного дерева. В составе сравнительного оборота речь идет не об образе растения, а об образе прецедентной ситуации. Так, в чешском языке имеется компаратив *jako když bičem mrská* в значении «так же легко, как щелкать орехи». В азербайджанском языке существуют и компаративы, и фразеологические обороты с компонентом *орех*.

Лексема *бук* в составе компаратива также реализует универсальный признак – значение «крепость здоровья». В чешском языке имеется оборот *zdravý jako buk*. Вариантом этого сравнения можно считать оборот *kluk jako buk*, т. е. *мальчик как бук* – «крепыш, здоровяк». Отсутствие в азербайджанском языке сравнительного обо-

рота с этим образом также объясняется несвойственностью данного вида дерева нашей флоре.

Образ *дерева* в чешском языке (*stát jako ze dřeva*) реализует такой признак, как «неподвижность». Как факультативный он используется и в сравнении *spát jako dřevo, jako dub*. Символ дуба часто выступает в целом как символ дерева. Кроме того, компонент *dub* выступает факультативным, образ дуба находит отражение и в других сравнениях. Например, *silný jako dub, jako když mluvíš do dubu*. Первый оборот реализует центральную сему «сила», второй – «тупость» или «невосприимчивость». В азербайджанском языке, судя по словарям, отсутствуют сравнения с образом дуба. Вместе с тем, носители языка в разговорной речи иногда используют сравнения с дубом для обозначения крепости здоровья человека.

Символ *гороха* в чешском языке встречается в обороте *jako když hrách na stěnu hází*. Данный оборот эквивалентен русскому выражению *как горох об стенку*. Употребляющийся в разговорном азербайджанском языке сравнительный оборот *poxid boyda/poxid kimi* может иметь значения «очень крупный», «мелкий» и «много». В значении «очень крупный» он совпадает с подобным чешским оборотом (*slzy*) *jako hráchy*, т. е. (слезы) как горох – «крупные слезы», что свидетельствует в пользу универсальности данного образа в обоих языках.

Символ *полыни* в чешском языке встречается в составе сравнения: (*hořký*) *jako pelyněk*, т. е. «горький как полынь». В азербайджанском языке образ полыни не зафиксирован в сравнительных оборотах, а потому и оборот (*hořký*) *jako pelyněk* не находит в нем своего эквивалента. Следует отметить и тот факт, что после выхода в свет книги М. Аджи «Полынь Половецкого поля» [9] тюркские народы стали считать *полынь* тюркской травой. Заметим, однако, что сравнительного оборота с этим символом в азербайджанском языке нет. В словаре А. Оруджева отмечается только один фразеологизм с компонентом *youşan*: *youşanlığa çıxmaq*. Значение этого фразеологизма определяется как «переборщить, выйти за границы (дозволенного), выйти за рамки».

Символ *петрушки* как объекта, содержащего в себе некоторую информацию, участвует в образовании оборота *rozumí tomu jako koza petřelí*, однако центральным образом здесь все же является образ козла. Поэтому данный оборот был нами рассмотрен в микросистеме животных. Тем не менее, он может быть рассмотрен и здесь. Например, в семантической структуре азербайджанского фразеологизма *eşşək nə bilir zafəran nədir* образ шафрана выступает символом прекрасного и недоступного для понимания осла. Хотя и здесь центральным образом является образ осла, и этот фразеологизм всегда употребляется в тех ситуациях, когда кого-либо приходится квалифицировать как осла. Тем не менее, в любой ситуации актуален и

образ шафрана. Ведь именно он символически обозначает ту ценность, понимание которой недоступно ослу.

В семантической структуре сравнительного оборота *rozumí tomu jako koza petřelí* символ *петрушки*, конечно же, менее значителен. Причина этого кроется в ориентации фразеологического значения. Дело в том, что здесь значение определяется как «не знать», а образы козла и петрушки выступают исключительно в формальной функции. Совсем иное дело семантическая структура азербайджанского фразеологизма *eşşək nə bilir zəfəran nədir*, где и образ осла, и образ шафрана функционально-семантически осмыслены.

Символ *цветка* в чешском языке представлен в сравнении *dívka jako květ*. Здесь реализуется универсальная ассоциация юной девушки с цветком. В азербайджанском данный символ также находит отражение. Например, *gül kimi açılmaq*, т. е. расцвети как цветок. Фактически и здесь речь идет о женской красоте, поэтому можно говорить об идентичности ассоциаций и образа, легшего в основу фразеологизации.

Образ лилии является традиционным для духовности народов, религия которых связана с Библией, т. е. для евреев и христиан. В чешской компаративистике встречаются обороты *je čistý/nevinný jako lilium, vyšel z toho jako lilium*. В первом обороте реализуется базовый признак «чистоты», во втором – «спасения», т. е. вышел из воды сухим, как лилия. В азербайджанском языке лилия не служит объектом сравнения.

Образ малины находит отражение в обороте: *spolkl to jako malinu*, т. е. «проглотил как малину».

Три признака в чешской компаративистике реализует образ пня. Например, *(stojí) jako pařez, (spí) jako pařez, (je hluchý) jako pařez*. То есть *стоять как пень, спать как пень и быть глухим как пень*. Фактически символ пня в чешском менталитете ассоциируется с одним признаком – «бесчувственностью». Однако этот признак на семантическом уровне дифференцируется в структуре содержания приведенных компаративов. Так, *(stojí) jako pařez* реализует базовую сему «неподвижность», *(spí) jako pařez* – «крепко», *(je hluchý) jako pařez* – «абсолютное отсутствие слуха».

Собственно сравнение здесь, как и чаще всего в чешском языке, носит абсолютный характер. То есть собственно сравнительным оборотом во всех трех случаях является структура *jako pařez*. Все, что представлено в скобках, является лексическим окружением фразеологизма, конкретизирующим его значение. Поэтому вполне правомерно утверждать, что здесь мы имеем дело не с тремя сравнительными оборотами, а всего лишь с одним сравнительным оборотом, имеющим три значения.

Образ свеклы в чешском языке создает сравнение *zdravý jako řípa*, т. е. *здоровый как свекла*. В азербайджанском языке отсутству-

ют сравнения с образом свеклы. Но в разговорном азербайджанском языке нередко о девушке говорят, что она ядреная, крепкая как репа *turp kimi*.

Образ шафрана также служит объектом сравнения в чешском языке. Например, *šetřit s (čím) jako se šafránem* – обращаться с чем-либо как с шафраном, т. е. «очень бережно». Интересно, что именно шафран служит в чешском языке эталоном нежного обращения. В азербайджанской флоре значение этого растения можно отнести чуть ли не к национальным символам. Именно поэтому в азербайджанском языке широко употребляют фразеологизм *eşşək nə bilir zəfəran nədir*. В семантической структуре этого фразеологизма компонент *zəfəran* является эталоном максимальной ценности. Следовательно, в символической системе азербайджанского языка шафран представляет собой аксиоматический эталон. Однако в азербайджанском языке данная лексема не служит объектом для сравнения. Конечно, можно попытаться дать этому явлению экстралингвистическую интерпретацию. Например, для Европы шафран – редкое растение. Оно сложно поддается выращиванию, поэтому и служит объектом сравнения. В Азербайджане же оно традиционно выращивается. Однако интерпретации остаются интерпретациями, языковые же факты остаются фактами. Вместе с тем можно утверждать, что символ шафрана ценен в обеих культурах, следовательно, с точки зрения лингвокультурологии можно говорить об эквивалентности фразем чешского и азербайджанского языков. Разумеется, с точки зрения компаративных систем этих языков говорить об эквивалентности не приходится, поскольку чешский оборот не находит эквивалентности в азербайджанском языке.

Очевидно, что в чешском языке объектами для сравнения служат образы *бамбука, гриба, шипа, ореха, бука, дерева, дуба, гороха, стручка, полыни, мака, петрушки, цветка, лилии, малины, терновника, пня, ржи, пихты, свеклы, стебля, шафрана, колючки, тростника*.

Таким образом, можно утверждать, что в чешском языке фразеосемантическая система сравнений, построенная на образах растений, включает в себя 23 символа. Десять символов несут отрицательную коннотацию, остальные, если и не однозначно положительную, то и не отрицательную. Одиннадцать образов дают положительные семы.

В этой системе имеются признаки и, соответственно, сравнительные обороты, не поддающиеся однозначному определению. Например, компаратив *jako houby po dešti*, т. е. «расти как грибы после дождя», в зависимости от ситуации может означать и положительную и отрицательную коннотацию. Хотя возможно, что имплицитно здесь превалируют отрицательные эмоции. Об этом может свидетельствовать сама по себе фиксация внимания на том, что

чего-то слишком много. В целом в данной микросистеме положительная и отрицательная коннотации уравниваются.

В азербайджанском языке данная микросистема включает в себя 10 образов: *сушеная слива, яблоко, лист, мята, яблоко, лук, гриб, персик, осенний лист, солома*. Разнообразия в этой микросистеме сравнений азербайджанского языка не наблюдается. Фактически одно сравнение представляют *iki bölünmüş alma kimi* и *tən bölünmüş alma kimi*. Вариантами одного и того же сравнительного оборота можно считать выражения *yarpaq kimi əsmək, nanə yarpağı kimi əsmək, rayız yarpağı kimi əsmək, ürəyi yarpaq kimi əsmək, ürəyi nanə (yarpağı) kimi əsmək (titrətək)*. В первом из приведенных сравнений присутствуют три обязательных компонента: глагол – *əsmək*, объект сравнения – *yarpaq* и сравнительное слово – *kimi*. Все остальные компоненты, встречающиеся в других выражениях, носят дополнительный и факультативный характер. Поэтому можно считать, что здесь мы имеем дело с одним фразеологизмом.

Обороты *soğan kimi soymaq* и *ürəyi soğan qabığı kimi soyulmaq* основаны на двух идентичных компонентах: объект сравнения и глагол, обозначающий действие. Поэтому их можно считать также вариантами одного сравнения. Если так, то в данную микросистему входит не 14 оборотов, а всего лишь 8.

Обороты *yarpaq kimi əsmək, nanə yarpağı kimi əsmək, rayız yarpağı kimi əsmək, ürəyi yarpaq kimi əsmək, ürəyi nanə (yarpağı) kimi əsmək (titrətək)* однозначно выражают отрицательную коннотацию.

Оборот *albuxara torbası kimi* синонимичен русскому фразеологизму *как будто аршин проглотил*, т. е. также выражает отрицательную коннотацию.

Оборот *şaftalı tabağı kimi (ortaya düşmək)* в словаре А. Оруджева объясняется как «о неуместной услужливости или вмешательстве в чужие дела, споры». Следовательно, и здесь налицо отрицательная коннотация.

Soğan kimi soymaq и *ürəyi soğan qabığı kimi soyulmaq*, несмотря на то, что в одном случае речь идет о субъекте, подвергнутом объекту неприятному воздействию, а во втором – об объекте, подвергнутом неприятному воздействию, в обоих случаях выражают отрицательную коннотацию.

Компаративы *iynə samanın içində itən kimi* реализует отрицательную коннотацию.

Сравнительные обороты *iki bölünmüş alma kimi* и *tən bölünmüş alma kimi* реализуют одну и ту же базовую сему «похожесть». С точки зрения коннотации эти сравнения нейтральны, т. е. сходство само по себе не может означать ни положительной, ни отрицательной коннотации.

Наконец, сравнительный оборот *göbələk kimi*, как уже отмечалось выше, также не несет эксплицитного указания на характер

коннотации. Однако сама фиксация внимания на чрезмерности чего-либо может считаться косвенным свидетельством имплицитно выраженной негативной коннотации.

Положительной коннотацией характеризуется оборот *gül kimi açılmaq* в значении «раскрыться как цветок». Таким образом, в азербайджанском языке фразеосемантическая микросистема, построенная на символах растений, обнаруживает одну положительную сему, три нейтральные и десять отрицательных.

Вместе с тем, обозначенная в заглавии проблема тесно связана и с проблемой перевода, в частности художественного перевода, поскольку сравнительные обороты относятся к сфере вторичной номинации и средств выразительности языка.

Экскурс в историю азербайджанского переводоведения позволил нам заметить, что в нем нашла свое отражение разработка таких вопросов, как соответствие национальной специфики тексту оригинала, необходимость его передачи на другой язык и т. п.

В аспекте дидактического подхода к переводу сравнительных оборотов чешского и азербайджанского языков следует оперировать плоскостью смысла родного слова, чтобы мастерски передать реалии и представления инокультурного концепта. Если согласиться с мнением Х. Вайнриха, что «все переведенные слова лгут, а переведенные тексты (предложения) лгут только тогда, когда они плохо переведены» [10, с. 55], то при переводе актуальной станет дилемма: *что сохранить* – денотативный или коннотативный смысл; *что лучше* – сохранение смыслов элементов высказывания в комплексе или смысла всего высказывания, не имеющего аналогичного лексического наполнения в оригинале. Удачным будет считаться такой перевод, в котором авторская трактовка действительности окажется адекватной трактовке переводчика (*в нашем случае – преподавателя иностранного языка*), а трактовка переводчика – адекватно воспринятой читателем (*обучающимся*).

Сопоставительный анализ одноименных единиц микросистемы «флора» выявил символическое и семантико-функциональное преобладание чешских компаративов. Кроме того, иногда чешским сравнительным оборотам соответствует собственно фразеологическая единица азербайджанского языка, являющаяся по своему характеру метафорой или метонимией. Вместе с тем, в исследуемой фразеосемантической группе азербайджанского языка значительно меньше символов, чем в соответствующей группе чешского языка.

Библиографический список

1. URL: <http://www.dissercat.com/content/kulturno-determinirovannye-konnotatsii-russkikh-zoonimov-i-fitonimov>
2. Воробьев В. В. Лингвокультурология. – М., 2008. – 336 с.
3. Ворожцова И. Б. Основы лингводидактики. – Ижевск, 2007. – 113 с.

4. Slovník české frazeologie a idiomatiky. Přirovnání. – Praha, 1994. – 492 s.
5. Rejzek J. Český etymologický slovník. – Leda, 2001. – 742 s.
6. Martinková M. Rusko-český frazeologický slovník. – Praha: Státní pedagogické nakl., 1953. – 489 s.
7. Rusko-český frazeologický slovník. – Olomouc: Vyd. UP, 2007. – 878 s.
8. Оруджев А. А. Азербайджанско-русский фразеологический словарь. – Баку: Элм, 1976. – 247 с.
9. Аджи М. Полынь Половецкого поля. – М., 2011. – 381 с.
10. Вайнрих Х. Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987.

МОРАЛЬНЫЕ СУЖДЕНИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ ФАТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

О. Н. Околелова

**Мичуринский государственный аграрный университет,
г. Мичуринск, Россия**

Summary. The article is devoted to the research of linguistic particularities of moral estimations within the sphere of phatic communication. The semantic approach to the description of actual piece of the language system meets the general tendency to the integration of human cognition. The analysis of semantic nature of the term is based on the portraiture of its presentation within the language system of British and Russian linguistic cultures.

Key words: phatic; moral; linguistic worldimage; lexical element; ethymology; estimation.

Как известно, «любовь к моральным суждениям» [1, с. 36] присуща в большей мере русскому национальному характеру. Стремление русских к «этической манере выражения», которое не раз подчеркивалось исследователями и противопоставлялось рациональной ориентации западноевропейцев, демонстрируют тот факт, что русские сильно отличаются от американцев степенью оценивания по моральному признаку. «Американцы выдвигают на передний план автономность и общественное одобрение, тогда как русские редко оставляют заметки о своих личных достижениях. От своего окружения русские ждут и часто даже требуют моральных оценок (лояльности, уважения, искренности). Американцев же больше интересует, нравятся ли они другим или нет... Американцы испытывают гораздо большее беспокойство, претерпевая неудачу в каком-либо предприятии, отклоняясь от общепринятых этикетных норм или сознавая свою неспособность нести определенные социальные обязанности. Русские более глубоко стыдятся нечестных поступков, – предательства или нелояльности» [1, с. 67].

Исконно русская приверженность к гуманизму диктует особенности как русской культуры в целом, так и свойства русского ха-

рактера, менталитета, что, несомненно, отражается в русском языке и способах морального оценивания явлений, поступков в рамках определенной языковой картины мира. Этим объясняется и обилие абсолютных моральных оценок, суждений в русскоязычной литературе: **Негодяй, подлый человек, но ведь – благодетель...** (А. Чехов); **Конечно, бежать и жаловаться шефу – мерзость и недостойно** (Б. Акунин).

Обращает на себя внимание исследование лексем *подлец, негодяй, мерзавец* в работе А. Вежбицкой «Русский язык»: «Охарактеризовать действие некоторого лица как подлое или сказать, что кто-то поступил подло, это означает дать этому человеку вполне негативную оценку, однако значительно хуже, конечно, назвать человека подлецом». Однако, русские нередко употребляют данные лексемы в речи, английская альтернатива которым – *bastard* – «an unpleasant, disagreeable, or cruel person» [7, с. 74] – имеет пометку «бранное» в толковых словарях. А. Вежбицкая указывает на тот факт, что если *bastard* является грубым словом и на его употребление по сей день наложены определенные ограничения, то русская параллель *подлец* в этом смысле никоим образом не является табуированной: *Ах, какой вы, говорит, подлец (так и сказала)! Какой вы злой, говорит, подлец! Да как вы смеете!* (Ф. Достоевский).

Точное значение русских существительных, выражающих категорическое моральное осуждение, предлагаемое толковыми словарями, прекрасно дает возможность почувствовать семантическую близость данных лексем: **подлец** – «подлый человек, негодяй» [4, с. 535]; **негодяй** – «подлый, низкий человек» [4, с. 401]; **мерзавец** – «подлый, мерзкий человек, негодяй» [4, с. 349]. Однако дифференциацию этих слов возможно понять только с учетом этимологии.

Существительное *мерзавец* соотносится с глаголом «*мерзить*» – «делать мерзким; возбуждать отвращение, сквернить, поганить, быть противным, отвратительным». Соответственно, слово «мерзавец» применимо к человеку подлому, безнравственному в крайней степени, употребляется как бранное в состоянии крайне негативного отношения к объекту: *Ни одного чиновника нет у меня хорошего, все мерзавцы* (Н. Гоголь); *Ты лжешь, мерзавец! – вскричал я в бешенстве, – ты лжешь самым бесстыдным образом* (А. Пушкин).

Слово *подлец* также произносится чаще импульсивно, как реакция на что-то подлое, низкое – «исподнее, последнего качества, плохого разбора; о человеке, сословии: из черни, темного, низкого рода-племени, из рабов, холопов, крепостного сословья; о нравственном качестве: низкий, бесчестный, грязный, презренный»: *Я тебе, подлец, сейчас оплеуху дам* (А. Чехов).

Что касается лексемы *негодяй*, то этимологически она связана с прилагательным «негодный» – «ни к чему или никуда не способ-

ный, дурной, плохой»: *В глубине души он чувствовал уже, что он негодяй, которому должно быть совестно смотреть в глаза людям* (Л. Толстой).

Итак, анализ лексического материала позволяет сказать, что эти три существительных со значением крайнего неодобрения, обвинения коррелируют с различными чувствами, вызываемыми различными эмоциями: «мерзавец» предполагает отвращение, «подлец» – моральное негодование, соединенное с чувством презрения, а «негодяй» – моральное отбрасывание, сопровождаемое гневом [1, с. 78].

Любопытно, что не всегда русскоговорящие употребляют данные лексемы применительно к поступкам человека, носящим строго негативный, аморальный характер (на что указывает этимология и лексикография), другими словами, оценка с использованием данных лексем не всегда «справедлива». Зачастую употребление подобных инвективных слов не подразумевает отдельных поступков или слов человека, а с их помощью он характеризуется как личность, т. е. оценивается как личность обобщенно. Произносящий эти слова в подобном случае находится в состоянии эмоционального негодования, это эмоциональная оценка, не связанная с логическим, разумным языковым аспектом, оценка – аффектив: *Разве я это сюда говорил ставить тебе, подлец? Разве я не говорил тебе наперед разогреть курицу, мошенник?* (Н. Гоголь).

Именно такое обилие абсолютных моральных суждений, в большей мере негативных, характеризует русских как экспансивную, эмоциональную нацию, склонную к категорическим суждениям.

Русская лингвокультура основана на православии как идеологической основе становления ценностных ориентиров этноса, и понятия «грех», «грешно», а также антонимичное ему «праведно» являются ключевыми модальными категориями. Русский человек в большинстве случаев оценивает явления действительности, поступки как хорошие/плохие именно с позиции православной этики.

Этимологический словарь М. Фасмера указывает на связь лексемы *грех* и *греть* в первоначальном значении «жжение (совести)». Толковый словарь интерпретирует данную лексему следующим образом: 1. У верующих: имеющий много грехов, исполненный греха. 2. Нехорошо, стыдно. 3. Выражает признание своей неправоты. Все эти значения проявляются в зависимости от коммуникации. Сравним различные оттенки рассматриваемой лексемы в следующих примерах:

(1) *Прошли Святки и рядиться в маски теперь грешно, а то может и прирасти и не отдерешь вовеки* (И. Шмелёв).

Святки, святые вечера, как они обыкновенно называются в России, известны как дни веселья и дни священного торжества Рождества Христова. Пожалуй, нет и не было ни одного празднования на Руси, которое бы отличалось таким богатым набором обычаев,

обрядов, примет, как Святки. Кроме славления по домам, эти дни сопровождалось ряжением в маски и костюмы с целью не быть узнаваемыми. Маски известны с глубокой древности. Как писал М. Забылин, «еще в оргіяхъ Бахусовыхъ надевали личины, чтобы избавить себя от чарованія» [2, с. 12]. Считалось, что в течение восьми дней после Рождества Христова разрушается «царство зла», нечистая сила забирает и мучает людей, встречаемых на пути. Маски, внешне похожие на этот пугающий образ, умышленно надевались в надежде на силу «отвораживания». Но так как маски, по объяснению священников, – «личины», оскверняющие людей, то носить их разрешалось строго ограниченно: только во время Святков, и те, кто рядился на Святках, должны были очищаться купанием в реках в день Крещения Господня. Итак, включение оценочного слова в высказывания подобного характера сигнализирует о морально-нравственном «лике», обычаях и нравах русского народа, выработанных столетиями и уходящих корнями в христианство.

(2) *Ищи в чужом краю здоровья и свободы, / Но север забывать **грешно**, / Так слушай: поспешай карлсбадские пить воды, / Чтоб с нами снова пить вино* (А. Пушкин).

Известно, что данное четверостишие великий поэт посвятил своему соотечественнику Н. Д. Киселёву. В этом случае объективный (социальный) фактор – признание Петербурга «северной столицей» и, соответственно, любовь и уважение не только петербуржцев, но и всех русских людей, которые чтят своё Отечество, – накладывается на субъективный – негативную оценку того, что город оставлен, покинут человеком ради прельщающей его заграницы. Эти неязыковые знания определяют логико-понятийную природу слова «грешно», оценивающего действие с морально-этической точки зрения.

Создавая психологический портрет англичан, ученые отмечают парадоксы английского национального характера, среди которых странное сочетание конформизма и индивидуализма, эксцентричности и пригласенности, приветливости и замкнутости, отчужденности и участливости, простоты и снобизма. Подобный парадокс, проявляемый и в выражении эмоций, определенным образом накладывает печать и на особенности морально-нравственных суждений.

Самоконтроль и сдержанность, так высоко ценимые этой «невозмутимой и неэмоциональной нацией» [3, с/ 151], диктуют некий запрет на открытое проявление эмоций, особенно негативных, в английской коммуникативной культуре. Неслучайно лексемы *emotional*, *effusive* в английском языке обладают отрицательной коннотацией (*Stop behaving so emotionally! Her effusive welcome made us feel most uncomfortable*). Т. В. Ларина отмечает в своем исследовании любопытный факт, что для характеристики пьяного человека в английском языке существует забавная идиома – *tired*

and emotional, что в буквальном переводе означает «уставший и эмоциональный» [3, с. 151].

Как отмечает А. В. Павловская, «английская сдержанность и нежелание показывать свои чувства вызывают наибольшее непонимание, а порой осуждение окружающих, как эмоциональных представителей романского мира, так и чувствительных – мира славянского, даже немцы отличаются хотя бы сентиментальностью» [5, с. 238].

Что касается фатической коммуникации, или коммуникации межличностного взаимодействия русских, то, по сравнению с англичанами, они реже улыбаются, не доверяют комплиментам, не любят преувеличений, однако им свойственно открытое, неконтролируемое проявление эмоций, что, по словам А. Вежбицкой, является «одной из русских культурных ценностей» [1, с. 121].

Данный факт наилучшим образом объясняется Т. В. Лариной, вводящей различие таких понятий, как *эмоциональность* и *эмотивность*: «Эмоциональность – инстинктивное, бессознательное, незапланированное проявление эмоций, являющееся психофизиологической потребностью человека; эмотивность – сознательная, запланированная демонстрация эмоций, имеющая определенную коммуникативную установку. В первом случае эмоции носят естественный, спонтанный характер, являются открытой демонстрацией чувств; во втором – проявление эмоций носит преднамеренный характер и представляет собой стратегию коммуникативного поведения» [3, с. 152]. Концентрирование на субъекте («эмоции для себя») эмоциональности и направленность на объект («эмоции для других») эмотивности объясняют их различную природу.

Вслед за В. И. Шаховским [6] и Т. В. Лариной [3] считаем правомерным использовать термин *фатические эмотивы*, под которым понимаются «коммуникативные единицы, содержащие оценочность и ориентированные на адресата с целью оказания на него положительного эмоционального воздействия» [3, с. 154].

Стратегическая направленность фатических эмотивов, их семантика в англоязычной коммуникации нередко удивляют русскоговорящих коммуникантов, не привыкших к использованию суперлативных лексем при оценке заурядных вещей (You're absolutely fantastic).

Итак, как видим, традиционная английская сдержанность проявляется лишь в эмоциональной коммуникации, но не эмотивной, «коммуникативная эмотивность, напротив, является одной из доминантных черт английского коммуникативного поведения и непосредственно связана с английской вежливостью, которая предписывает преувеличивать интерес, симпатию к собеседнику, быть оптимистом» [3, с. 154].

Однако не стоит рассматривать средства гиперболизации, акцентированные в английской фатической коммуникации, как преувеличение, соседствующее с неискренностью. Демонстрация симпа-

тии, желание показать свою расположенность собеседнику, девиз «I want you to feel good» абсолютно искренни, что лишний раз доказывает неразделенность эмотивности и английского коммуникативного поведения, неотъемлемость вежливости и английской культуры, что не является доминантным в менталитете русскоговорящих. «Отличительной особенностью русского коммуникативного стиля является эмоциональность (свободное выражение эмоций) и коммуникативная естественность (говорю то, что чувствую), английского – эмоциональная сдержанность (контроль над проявлением эмоций), но в то же время эмотивность (говорю то, что приятно собеседнику). Вследствие этого английская фатическая коммуникация является более экспрессивной и выразительной, чем русская; коммуникативное поведение русских в межличностном взаимодействии, напротив, оказывается более сдержанным и умеренным» [3, с. 158].

Библиографический список

1. Вежбицкая А. Русский язык [Электронный ресурс]. – URL: http://philogos.narod.ru/ling/wierz_rl/rl2.htm
2. Забылин М. Русский народ, его обычаи, предания, суеверия и поэзия. – М., 1990.
3. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М., 2009.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 1992.
1. Павловская А. В. Англия и англичане. – М.: Изд-во МГУ, 2004.
2. Шаховский В. И. Нацио- и социокультурные аспекты языковой личности // Общество, язык и личность: мат-лы науч. конф. – М. – Пенза: ИЯ РАИ, ПГПУ, 1996. – С. 29–30.
5. Longman Dictionary of Contemporary English. – М., 1992.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В СОЧИНЕНИЯХ ВЫПУСКНИКОВ

М. Г. Ситдикова

Академия ВЭГУ, г. Уфа, Республика Башкортостан, Россия

Summary. This article deals with types of verbal behavior of senior students and communication strategies exactly, used in their final tests. Argumentative communication strategies, used by students in their final test, are mend to influence upon the minds of participants of the speech interaction.

Key words: speech interaction; communication strategy; model of verbal communication; argumentative discourse; destination.

В последние десятилетия в психолингвистике широко обсуждаются проблемы речевой коммуникации. Классическое понимание коммуникации допускает, что участники (субъекты) могут вступить

во взаимодействие друг с другом только на основе наличия общих кодов и правил, опосредующих взаимодействие, «артикулирующих понимание целей, задач, мотивов, интересов другого» [14, с. 257]. Согласно Бахтину, всякое высказывание в процессе речевой коммуникации диалогично. Строя высказывание, человек стремится рефлексивно предвосхитить возможную реакцию со стороны собеседника: «Этот предвосхищаемый ответ, в свою очередь, оказывает воздействие на наше высказывание» [6, с. 77]. Иными словами, в ходе речевой коммуникации человеком учитывается возможное восприятие его речи собеседником, его осведомленность и отношение к высказыванию.

Выбирая речевой жанр, участники коммуникации определяют таким образом «собственную идентичность и наделяют идентичностью партнера по коммуникации» [7, с. 85]. Как утверждает К. Е. Калинин, «реалии начала XXI века выводят на первый план новые потребности, связанные с изучением речевых процессов, а конкретно коммуникации» [11]. Коммуникативные стратегии и тактики являются предметом научного анализа уже не одно десятилетие. Представления о структурировании речи в соответствии с целевой установкой говорящего легли в основу многочисленных исследований (А. Н. Баранов, А. Н. Леонтьев, И. П. Тарасова).

Согласно Л. К. Стуктермаа, коммуникационная стратегия представляет собой «концептуально положенное в технологии мировоззренческое намерение и его действенное осуществление... то есть выбор того или иного коммуникативного пространства, той или иной среды коммуникации, того или иного типа взаимодействия, того или иного места порождения смысла, и тем самым одного или нескольких дискурсивных измерений, относительно которых мы строим дискурс коммуникации» [18, с. 44]. Иными словами, речевая стратегия представляет собой «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [10, с. 54].

Речь рассматривается как один из видов деятельности человека, а она, как известно, всегда имеет некоторую цель. За непосредственной целью стоят более глубокие потребности, или мотивы, осознание которых позволяет получить ясное представление о смысле высказывания. Таким образом, коммуникативные стратегии как вид человеческой деятельности имеют глубинную связь с мотивами, регулирующими речевое поведение, а также явную, непосредственно наблюдаемую связь с потребностями и желаниями (см. подробнее: [18, с. 44]). Выявление различных целей речевого общения позволяет объединять их в различные группы и на этом основании классифицировать коммуникативные стратегии. О. С. Иссерс разграничивает два типа целей, отражающих существенные мотивы поведения: желание реализовать интенцию и необходимость приспособиться к

ситуации. Обе эти цели материализуются в письменных работах выпускников, выполняющих задание части С по русскому языку.

Учащиеся, выбирающие тот или иной тип речевого поведения, способны осуществить этот выбор только при том условии, что они располагают общими знаниями о способах речевого взаимодействия в определенных ситуациях. Чтобы планировать какие-либо речевые действия, следует иметь представление об обычных ситуациях общения и уметь анализировать их. Помимо этого, пишущие обладают мнением/установками/убеждением, а речевое поведение осуществляется на базе интенций. Таким образом, еще до коммуникативного акта пишущий сочинение выпускник обладает не только информацией о предстоящем речевом событии и статусе адресата, но и информацией «о когнитивных пресуппозициях и ситуации или контексте» [10, с. 94]. Поэтому все имеющиеся данные ученик-коммуникант может эффективно объединить, чтобы осмысленно и целенаправленно построить план взаимодействия.

С когнитивной точки зрения речевые стратегии могут быть описаны как совокупность процедур над моделями мира участников коммуникативной ситуации [3]. Коммуникативная эффективность речи достигается не только за счет ее продуманного построения, композиционного и стилистического оформления или информативности как письменного текста. Ключевым способом обеспечения успеха является воздействие на эмоциональную сторону восприятия адресата. При этом решающую роль может сыграть множество различных факторов, например внешний или внутренний контекст данной конкретной ситуации. Соответственно, выбор средств презентации, а также эмоционального воздействия определяется особенностями адресата и прочих параметров в каждой отдельной коммуникативной ситуации: подбор информации и ее интерпретация в необходимом контексте, постулирование авторитетного мнения, пример личного опыта, индукция позитивного эмоционального состояния, закрепление положительного образа, использование ключевых фраз, параллелизм, кольцевая композиция, эмоциональный призыв и многие другие.

Согласно классической концепции восприятия, текст понимается как законченное, завершённое произведение, имеющее четкие границы, и восприятие зависит от соучастия, улавливания коммуникативных правил, заложенных в произведении. «Читая, я вступаю в сферу коммуникативной стратегии, которая организуется не моей способностью понимать, а строением произведения», – пишет В. А. Подорога [15, с. 184]. Согласно Л. А. Гапону, «произведение становится телом, влияющим на нас; оно обладает собственной энергией, которую мы должны уловить, чтобы наш контакт состоялся» [8, с. 74].

Рассматривать любую коммуникативную стратегию следует глубоко индивидуально, ввиду того что комбинация таких определяю-

щих факторов, как интенции, внешний и внутренний контекст ситуации и характеристика адресата, в каждом случае уникальна. Анализ процесса коммуникативного воздействия в перцептивном ключе приводит к общему выводу о том, что универсальных коммуникативных стратегий в принципе не существует. Планирование речи каждый раз осуществляется в уникальных условиях, любой элемент которых может оказать решающее влияние на конечный результат. Предполагаемая модель мира адресата и наличие в сознании пишущего фрейма, включающего в себя заранее подготовленный шаблон коммуникативного поведения, позволяют выпускнику создать собственный текст, близкий к эталону, репрезентируя себя как пишущую языковую личность. По нашим наблюдениям, все сочинения одиннадцатиклассников являются интолерантными.

В интолерантном тексте, по мнению О. Балясниковой, коммуникативным намерением является презентация положительного образа «я». Интолерантный текст (далее – ИТ) – продукт мотивированной деятельности, включающей в себя подбор и организацию знаков либо коррекцию уже имеющегося текста, установление соответствия эталону – результату. Выбор продуциентом ИТ лексических единиц, синтаксических конструкций, экспрессивных средств определен психосоциальными условиями, а также речевой практикой, способствующей появлению и закреплению константных семантико-структурных единиц ИТ [2, с. 94–95]. Пишущий сочинение выпускник не только на всех уровнях языка реализует интолерантные установки текста, но и подкрепляет их примерами из личного опыта: *«Мы с подругой шли домой и увидели пожилую бабушку. Она шла с тяжелыми сумками. Рядом шли двое молодых парней, но они прошли быстрым шагом мимо нее. Тогда мы из чувства сострадания сами проводили старушку до дома и донесли ее сумки»* (из сочинений выпускников 2011 года, РБ).

В ходе анализа классической модели речевого общения наметился подход, ориентированный на адресата, и дальнейший поиск ключей к успешным коммуникативным стратегиям проходил в рамках этого подхода.

Для осуществления речевой деятельности говорящий/пишущий выбирает определенную речевую стратегию. По мнению С. Дацюка, существуют три основных типа коммуникационных стратегий, поскольку именно они являются концептуально описывающими основные социальные процессы, порождающие коммуникационные действия, – презентация, манипуляция, конвенция. В манипулятивной стратегии смысл порождается и упаковывается до коммуникационного процесса трансляции смысла. Более того, в манипуляции коммуникационные действия сторон неравноправны, и одна сторона (производитель смысла) управляет другой стороной (адресатом этого смысла). Манипуляционные стра-

тегии и тактики ставят целью управление ситуацией через управление поведением людей: выпускник заинтересован донести до адресата-эксперта, что исходный текст им адекватно понят, переработан и что на основе исходного материала созданное им сочинение отвечает всем критериям оценки.

К лингвистическим тактикам манипулятивных коммуникативных техник можно отнести: использование слов со значениями «знать», «понимать», «известно» и т. д. – для придания высказыванию характера непреложной истины, внесение элемента неформальности – рассказ о своем личном опыте, риторический вопрос [17, с. 202]: *«Легко ли жить на свете одному человеку?»*, *«Можно ли не проявлять сострадания к ближнему?»*, *«Было ли государство сильнее и могущественней, чем СССР, победивший Германию?»*, *«И мы понимаем, что Россия перестает быть самой читающей страной в мире»*, *«Известно, что в последние десятилетия экологическая ситуация на Земле ухудшается, и в этом С. Поляков прав»*, *«Я знала одного человека, который был лишен тепла, радости, работы и чувствовал себя никому не нужным в этой жизни. Но однажды он встретил человека, который переубедил его в том, что он никому не нужен. Этим человеком была я. Мы до сих пор общаемся и дружим. И я знаю, что он сейчас счастлив и нашел себе место в этом мире»* (примеры из текстов учащихся (ЕГЭ – 2011, РБ).

С помощью этих средств выпускник, желающий оказать воздействие на адресата, может направить процесс передачи информации в русло, соответствующее его планам, активизировать реципиента.

Презентационные стратегии представляют собой «способ производства коммуникативного пространства и способ представления этого коммуникативного пространства в среде коммуникации за счет работы по изменению структуры этой среды» [9]. В содержании презентации имеет место определенный тип знаний, которые могут быть переданы в тексте. Это – коммуникация в пространстве преобразования, где знание выступает как форма сообщения.

Самопрезентацию как подтип презентации можно определить как прагматическую стратегию: ее задачи тесно связаны с интенцией говорящего/пишущего и с коммуникативной ситуацией в целом. В любом случае самоподача является неотъемлемой частью коммуникативной ситуации, создаваемой автором. Именно через нее говорящий/пишущий решает актуальную для него коммуникативную задачу.

Анализируя письменные работы учащихся 11 классов формата ЕГЭ по русскому языку, следует отметить, что они выполняются в рамках аргументативного дискурса, в котором реализуются коммуникативные стратегии определенного типа. Чаще всего мы имеем дело с (само)презентацией, манипуляцией, аргументативом.

Выделение аргументативного дискурса стало возможным на основании вычленения аргументации как вида коммуникативной деятельности и способа речевого воздействия. По определению А. Н. Баранова и В. М. Сергеева, аргументативный дискурс включает «в качестве основного компонента тексты... призванные повлиять на сознание одного или нескольких участников коммуникации в нужную для говорящего сторону» [4, с. 105]. Вслед за авторами под аргументативным дискурсом мы будем понимать монологическую/диалогическую речь в устной/письменной форме в социально детерминированной ситуации с целью убеждения кого-либо в правильности/ошибочности, приемлемости/неприемлемости мнения, выбора, точки зрения, действия и т. п.

Прагматическая обусловленность аргументативного дискурса заключается в подчиненности всех коммуникативных стратегий определенной теме и основной интенции посредством целеустановки на убеждение. Являясь текстообразующими факторами, «глобальная цель и общая тема объясняют контекстуальную обусловленность аргументативного дискурса» [13, с. 9]. В этой связи аргументативный дискурс представляет собой иерархически организованную, связанную последовательность речевых ходов и способствует решению глобальной темы под контролем определенной стратегии. В широком понимании под аргументативным текстом понимается «монологический/диалогический текст, в котором реализуется коммуникативная задача: обоснование взглядов и представлений, убеждение/разубеждение партнера по коммуникации в истине, либо в прагматической приемлемости определенных высказываний, предложений, предположений и т. д.» [1, с. 10]. Руководствуясь определением О. А. Ревенко, под аргументативом мы понимаем сложный речевой акт... определенного диалогического/монологического контекста аргументативного дискурса, представленный его минимальным отрезком, имеющий типичную лексико-грамматическую структуру, характеризующийся базисной иллокуцией (аргументативной целью) и отражающий намерения говорящего и личностные характеристики слушающего, на которого направлено аргументативное воздействие [16, с. 55]. К основным свойствам, используемым говорящим/пишущим при аргументативе, можно отнести отбор фактов, встраивающихся в аргументативную линию; апелляцию к концептуальной модели мира адресата; эксплуатацию образов литературных персонажей (чаще всего это главные герои произведений Ф. М. Достоевского, Л. Н. Толстого и М. А. Булгакова).

В письменных работах выпускников прослеживается ориентация на структуру текста, максимум речевых ограничений, меньшая обусловленность непосредственным контекстом: целей немного, и они имеют глобальный характер. Для успешной реализации аргу-

ментатива, то есть для достижения перлокутивного эффекта пишущий как субъект речевого воздействия должен организовать общение (привлечь и удержать внимание адресата, создать желаемое впечатление и т. п.) и побудить объекта воздействия к некоторой деятельности, осуществление которой приведет к удовлетворению имеющейся у него потребности.

В связи с этим, выделяя на основе анализа отобранных сочинений реализованные в них стратегии убеждения (аргументатива), (само)презентации, манипуляции, интолерантности, следует отметить, что любая классификация не может заключать в себе полного перечня коммуникативных стратегий. Существенным в данном случае представляется не терминология, а принцип, согласно которому любая коммуникативная стратегия рассматривается в тесной связи с особенностями контекста, ключевой составляющей которого является адресат.

Итак, стратегия – это план комплексного речевого воздействия, которое осуществляет говорящий/пишущий для «обработки партнера». По О. С. Иссерс, это своего рода «насилие» над адресатом, направленное на изменение его модели мира [10, с. 102]. Рядом предложений и тем коммуникант вводит в дискурс свои интерпретации проблем, образов, желая добиться тем самым своего замысла. И, судя по итоговым баллам, выпускник, выбирающий адекватную коммуникативную стратегию в сочинении части С, полностью реализует начальный замысел, убеждая проверяющего эксперта в том, что учащимся правильно интерпретирован исходный текст, и точка зрения пишущего аргументирована в соответствии с мировоззренческими установками адресата.

Библиографический список

1. Алексеева А. А. Аргументативный потенциал крылатых слов: на материале текстов современной немецкоязычной прессы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2001. – 18 с.
2. Балясникова О. А. «Интолерантный» текст в речевой деятельности // Психолингвистика в 21 веке: результаты, проблемы, перспективы. 16-ый междунар. симпоз. по психолингвистике и теории коммуникации. – М.: Ин-т языкознания РАН. – 2009. – С. 94–95.
3. Баранов А. Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): автореф. дис. ... докт. филол. наук. – М., 1990. – 48 с.
4. Баранов А. Н., Сергеев В. М. Естественно-языковая аргументация в логике практического рассуждения // Мышление. Когнитивные науки. Искусственный интеллект. – М., 1988. – С. 104–119.
5. Бахтин М. М. Проблемы речевых жанров // Собрание сочинений. Т. 5. – М.: Русские словари, 1997.
6. Величковский Б. М. Когнитивная наука. Основы психологии познания. В 2 т. Т. 1. – М.: Смысл, Издательский центр «Академия», 2006.
7. Галанова О. Е. «Коммуникативный жанр» как методологический концепт изучения форм социального взаимодействия // Социологические исследо-

- вания. – 2010. – № 6 (июнь). – С. 80–86; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2010-6/Galanova.pdf> (дата обращения: 23.06.11).
8. Гапон Л. А. Текст как телесный объект (творчество Алена Роб-Грийе) // Вестник Омского университета. – 1997. – Вып. 4. – С.74–76.
 9. Дацюк С. Коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] // Новости гуманитарных технологий: [сайт]. – М., 2002–2011. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2751> (дата обращения: 23.06.11).
 10. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
 11. Калинин К. Е. Коммуникативные стратегии убеждения в англоязычном политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Нижний Новгород, 2009. – 20 с.
 12. Леонтьев А. Н. Мотивы, эмоции, личность // Психология личности. Тексты. – М., 1982. – С. 71–81.
 13. Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации: теоретические и прикладные аспекты: межвуз. сб. науч. тр. / Мордов. гос. ун-т им. Н. П. Огарева. – Саранск, 2004. – Вып. 3. – 234 с.
 14. Лукьянова Н. А. Homo significans в виртуальном пространстве коммуникаций // Искусственный интеллект: философия, методология, инновации: мат-лы первой всерос. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых г. Москва, МИРЭА, 6–8 апреля 2006 г. – Москва, 2006. – С. 256–259.
 15. Подорога В. А. Выражение и смысл. – М.: Ad Marginem, 1995. – С. 426.
 16. Ревенко О. А. Диалог-спор в лингвистической теории аргументации: на материале современного английского языка: Дис. ... канд. филол. наук. – Красноярск, 1999. – С. 167–187.
 17. Ситдикова М. Г. Лингвистические стратегии и тактики манипулятивной коммуникативной техники // Межкультурная коммуникация как фактор консолидации современного российского общества: проблемы и пути развития: мат-лы междунар. НПК. – Уфа: Восточный университет, 2011. – С. 200–208.
 18. Стуктермаа Л. К. Коммуникативные стратегии в прошлом и настоящем // Практика коммуникат. поведения в социал.-гуманит. исслед.: мат-лы междунар. науч.-практ. конф. – ООО Науч.-издат. центр Социосфера, 2010. – С. 43–45 [Электронный ресурс]. – URL: <http://sociosphere.ucoz.ru/Arhivs/k-8-12-10-sbornik.pdf> (дата обращения: 23.06.11).

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД КОНТРАСТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

А. С. Крыцин

Хакасский государственный университет
им. Н. Ф. Катанова, г. Абакан, Республика Хакасия, Россия

Summary. That issue is a very important today and is worth paying attention. It is not exhausted, because few people work with it. And to my mind that question is rather serious to be studied and to be discussed. That's why I want you to read my short article.

Key words: comparative analysis; contrastive linguistics.

Контрастивная лингвистика является направлением в языкознании, которое интенсивно развивается с 50-х годов 20 века. Целью ее является сопоставительное изучение двух, реже нескольких языков для выявления их сходств и различий на всех уровнях языковой структуры.

Следует отметить, что сравнение языков имело место задолго до появления контрастивной лингвистики. Доказательством данного суждения могут служить факты общности грамматик европейских языков. «Поскольку природа вещей и модусы существования и понимания, от которых берет начало грамматика, сходны у всех, то по этой причине сходны и модусы обозначения... и так вся грамматика, которая есть в одном языке, сходна с той, которая есть в другом языке... поэтому знающий грамматику в одном языке знает ее и в другом, поскольку это касается всего того, что составляет существенные особенности грамматики» [Б. Дакийский, цит. по Robins, 1987, с. 242].

Еще до контрастивной лингвистики в виде двух направлений в 19 веке выступал лингвистический компаративизм. Во-первых, это историко-генетическое направление (сравнительно-историческое языкознание, компаративистика в узком смысле), обязательно учитывающее при сравнении языков фактор времени, а также зачастую и фактор пространства. Во-вторых, это направление типологическое, отвлекающееся в определенной степени от факторов времени и пространства, в которых существуют языки. Генетический и типологический подходы пересекались в деятельности одних языковедов, в деятельности же других либо акцентировалось только сравнение ради выяснения общих и различительных признаков языков, либо внимание сосредоточивалось на поиске путей происхождения и развития языков.

В конце 19 – начале 20 вв. в качестве третьего самостоятельного направления лингвистического компаративизма выделяется ареальное/пространственное языкознание, которое имеет дело с взаимодействием географически контактирующих языков, могущим привести к возникновению языковых союзов, и главным методом которого является лингвистическая география. Нередко в рамках

генетического компаративизма генетический и ареальный подходы смыкаются как два основных метода сравнительно-исторического языкознания.

Сравнительно-историческое языкознание сегодня является наиболее разработанной областью лингвистического компаративизма, объектом которой являются семьи и группы родственных, т. е. генетически связанных, языков и которая ставит своей целью установить регулярные, закономерные соответствия между родственными языками и описать их эволюцию во времени и пространстве на основе доказательства общности их происхождения из одного языка-основы (или праязыка). Одни его представители акцентируют сравнительное (сопоставительное) начало, напоминая во многом подход типологический, а другие языковеды – начало историческое (эволюционное, генетическое).

Итак, сравнительно-исторический метод выступает как основной инструмент сравнительно-исторического исследования, служащего цели воссоздать модели праязыковых состояний отдельных семей и групп родственных языков мира, их последующего развития и членения на самостоятельные языки, а также построить сравнительно-исторические описания языков, которые входят в ту или иную генетическую общность.

В середине 20 века заявляет претензии на самостоятельный статус в рамках лингвистического компаративизма сопоставительная (контрастивная, конфронтативная) лингвистика.

Контрастивная лингвистика сравнивает два языка по всем элементам системы, стремится установить языковой тип для последующей классификации языка.

Сопоставительная лингвистика дает конкретный материал для типологии языков. Некоторые авторы, сужая понятие контрастивной лингвистики, противопоставляют ее конфронтативной лингвистике. Такая точка зрения представлена Г. Хельбигом. Он считает, что конфронтативная (сопоставительная) лингвистика имеет более теоретическую ориентацию и занимается как сходствами, так и различиями между языками, тогда как контрастивная лингвистика имеет более практическую направленность и занимается преимущественно различиями между языками.

Конечно, при практическом использовании данных контрастивной лингвистики, в частности в преподавании языков, необходимо делать больший упор на различиях, чем на сходствах, но в принципе при сопоставлении языков неизбежно отмечаются как сходства, так и различия, и никакого принципиального расхождения тут нет.

Следовательно, проводить разницу между конфронтативным и контрастивным языкознанием нет оснований, оба подхода пользуются одними и теми же методиками исследования, и все дело здесь

заключается в том, что учитывается в первую очередь при использовании его результатов.

Общие задачи сопоставительного (контрастивного) изучения языков могут быть сформулированы следующим образом:

- выявление схождения и расхождения в использовании языковых средств различными языками;

- определение особенностей каждого из сопоставляемых языков, которые могут ускользать от внимания исследователя при одном лишь «внутреннем» изучении языка;

- установление связи с различными видами прикладного языкознания, прежде всего с преподаванием неродного языка, где оно позволяет предвидеть и преодолеть нежелательную интерференцию, а также с теорией перевода, для которой оно дает надежную лингвистическую базу;

- сбор материала для типологии с целью выявления универсалий.

Данные контрастивной лингвистики являются ценным материалом для лингвистической теории перевода. Выявление соотношения между функциональными единицами двух языков является необходимым фундаментом для построения теории перевода. Многие переводческие трансформации, составляющие технологию перевода, идут от функционально-структурных различий языков, участвующих в процессе перевода [Сдобников, 2008, с. 75].

Таким образом, контрастивная лингвистика является для переводоведения источником исходных данных. Эти данные объясняют расхождения между языками и служат отправным пунктом для собственно переводческого анализа.

**План международных конференций, проводимых
вузами России, Азербайджана, Армении, Белоруссии,
Казахстана, Ирана, Польши, Украины и Чехии
на базе НИЦ «Социосфера» в 2012 гг.**

15–16 января 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Информатизация общества: социально-экономические, социокультурные и международные аспекты»** (К-1-1-12).

20–21 января 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Социальная психология детства: ребенок в семье, институтах образования и группах сверстников»** (К-2-1-12).

25–26 января 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Региональные социогуманитарные исследования. История и современность»** (К-3-1-12).

1–2 февраля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Предотвращение межэтнических и межконфессиональных столкновений как одна из важнейших задач современной цивилизации»** (К-4-2-12).

5–6 февраля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Общество, культура, личность. Актуальные проблемы социально-гуманитарного знания»** (К-5-2-12).

10–11 февраля 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Профессионализация личности в образовательных институтах и практической деятельности: теоретические и прикладные проблемы социологии и психологии труда и профессионального образования»** (К-6-2-12).

15–16 февраля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Психология XXI века: теория, практика, перспективы»** (К-7-2-12).

20–21 февраля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Инновации и современные технологии в системе образования»** (К-8-2-12).

5–6 марта 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Символическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях»** (К-9-3-12).

10–11 марта 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Актуальные проблемы современных политико-психологических феноменов: теоретико-методологические и прикладные аспекты»** (К-10-3-12).

15–16 марта 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Социально-экономическое развитие и качество жизни: история и современность»** (К-11-3-12).

20–21 марта 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Гуманизация обучения и воспитания в системе образования: теория и практика»** (К-12-3-12).

25–26 марта 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы теории и практики филологических исследований»** (К-13-3-12).

1–2 апреля 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Игра и игрушки в истории и культуре, развитии и образовании»** (К-14-4-12).

5–6 апреля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Народы Евразии. История, культура и проблемы взаимодействия»** (К-15-4-12).

10–11 апреля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Проблемы и перспективы развития образования в XXI веке: профессиональное становление личности (философские и психолого-педагогические аспекты)»** (К-16-4-12).

15–16 апреля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Информационно-коммуникационное пространство и человек»** (К-17-4-12).

20–21 апреля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Социальные науки и общественное здоровье: теоретические подходы, эмпирические исследования, практические решения»** (К-18-4-12).

25–26 апреля 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Детство, отрочество и юность в контексте научного знания: материалы международной научно-практической конференции»** (К-19-4-12).

5–6 мая 2012 г. III международная научно-практическая конференция **«Теория и практика гендерных исследований в мировой науке»** (К-20-5-12).

10–11 мая 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Безопасность личности: состояние и возможности обеспечения»** (К-21-5-12).

15–16 мая 2012 г. III международная научно-практическая конференция **«Психолого-педагогические проблемы личности и социального взаимодействия»** (К-22-5-12).

25–26 мая 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Инновационные процессы в экономической, социальной и духовной сферах жизни общества»** (К-24-5-12).

1–2 июня 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Социально-экономические проблемы современного общества»** (К-25-6-12).

5–6 июня 2012 г. II международная научно-практическая конференция **«Права и свободы человека: проблемы реализации, обеспечения и защиты»** (К-26-6-12).

10–11 сентября 2012 г. III Международная научно-практическая конференция **«Проблемы современного образования»** (К-27-9-12)

15–16 сентября 2012 г. II Международная научно-практическая конференция **«Новые подходы в экономике и управлении»** (К-28-9-12)

20–21 сентября 2012 г. II Международная научно-практическая конференция **«Традиционная и современная культура: история, актуальное положение, перспективы»** (К-29-9-12)

1–2 октября 2012 г. II Международная научно-практическая конференция **«Иностранный язык в системе среднего и высшего образования»** (К-31-10-12)

5–6 октября 2012 г. III Международная научно-практическая конференция **«Семья в контексте педагогических, психологических и социологических исследований»** (К-32-10-12)

10–11 октября 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Современная психология на перекрестке естественных и социальных наук: проблемы междисциплинарного синтеза»** (К-33-10-12)

15–16 октября 2012 г. II Международная научно-практическая конференция **«Личность, общество, государство, право. Проблемы соотношения и взаимодействия»** (К-34-10-12)

25–26 октября 2012 г. II Международная научно-практическая конференция **«Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов»** (К-36-10-12)

1–2 ноября 2012 г. II Международная научно-практическая конференция **«Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия»** (К-37-11-12)

5–6 ноября 2012 г. III Международная научно-практическая конференция **«Современные тенденции развития мировой социологии»** (К-38-11-12)

10–11 ноября 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Дошкольное образование в стране и мире: исторический опыт, состояние и перспективы»** (К-39-11-12)

20–21 ноября 2012 г. II Международная научно-практическая конференция **«Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования»** (К-41-11-12)

25–26 ноября 2012 г. II Международная научно-практическая конференция **«История и культура славянских народов: достижения, уроки, перспективы»** (К-42-11-12)

1–2 декабря 2012 г. III Международная научно-практическая конференция **«Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях»** (К-43-12-12)

5–6 декабря 2012 г. Международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы теории и практики лингвострановедческой лексикографии»** (К-44-12-12)

ИНФОРМАЦИЯ О ЖУРНАЛЕ «СОЦИОСФЕРА»

Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера» публикует научные статьи и методические разработки занятий и дополнительных мероприятий по социально-гуманитарным дисциплинам для профессиональной и общеобразовательной школы. Тематика журнала охватывает широкий спектр проблем. Принимаются материалы по философии, социологии, истории, культурологии, искусствоведению, филологии, психологии, педагогике, праву, экономике и другим социально-гуманитарным направлениям. Журнал приглашает к сотрудничеству российских и зарубежных авторов и принимает для опубликования материалы на русском и английском языках. Полнотекстовые версии всех номеров журнала размещаются на сайте НИЦ «Социосфера». Журнал «Социосфера» зарегистрирован Международным Центром ISSN (Париж), ему присвоен номер ISSN 2078-7081; а также на сайтах Электронной научной библиотеки и Directory of open access journals, что обеспечит нашим авторам возможность повысить свой индекс цитирования. **Индекс цитирования** – принятая в научном мире мера «значимости» трудов какого-либо ученого. Величина индекса определяется количеством ссылок на этот труд (или фамилию) в других источниках. В мировой практике индекс цитирования является не только желательным, но и необходимым критерием оценки профессионального уровня профессорско-преподавательского состава.

Содержание журнала включает следующие разделы:

- Наука
- В помощь учителю
- В помощь преподавателю
- В помощь соискателю

Объем журнала – 80–100 страниц.

Периодичность выпуска – 4 раза в год (март, июнь, сентябрь, декабрь).

Главный редактор – Борис Анатольевич Дорошин, кандидат исторических наук, доцент

Редакционная коллегия: Дорошина И. Г., кандидат психологических наук, доцент (ответственный за выпуск), Антипов М. А., кандидат философских наук, Белолипецкий В. В., кандидат исторических наук, Ефимова Д. В., кандидат психологических наук, доцент, Саратовцева Н. В., кандидат педагогических наук, доцент.

Международный редакционный совет: Арабаджийски Н., доктор экономики, доцент (София, Болгария), Большакова А. Ю., доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Института мировой литературы им. А. М. Горького РАН (Москва, Россия), Берберян А. С., доктор психологических наук, профессор (Ереван, Армения), Волков С. Н., доктор философских наук, профессор (Пенза,

Россия), Голандам А. К., заведующий кафедрой русского языка Гилянского государственного университета (Решт, Иран), Кашпарова Е., доктор философии (Прага, Чехия), Сапик М., доктор философии, доцент (Колин, Чехия), Хрусталькова Н. А., доктор педагогических наук, профессор (Пенза, Россия).

Требования к оформлению материалов

Материалы представляются в электронном виде на e-mail sociosphera@yandex.ru. Каждая статья должна иметь УДК (см. www.vak-journal.ru/spravochnikudc/; www.jscc.ru/informat/grnti/index.shtml). Формат страницы А4 (210 x 297 мм). Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ – 1,27; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman, стиль – Обычный. Название печатается прописными буквами, шрифт жирный, выравнивание по центру. На второй строчке печатаются инициалы и фамилия автора(ов), выравнивание по центру. На третьей строчке – полное название организации, город, страна, выравнивание по центру. В статьях методического характера следует указать дисциплину и специальность учащихся, для которых эти материалы разработаны. После пропущенной строки печатается название на английском языке. На следующей строке фамилия авторов на английском. Далее название организации, город и страна на английском языке. После пропущенной строки следует аннотация (3–4 предложения) и ключевые слова на английском языке. После пропущенной строки печатается текст статьи. Графики, рисунки, таблицы вставляются, как внедренный объект должны входить в общий объем тезисов. Номера библиографических ссылок в тексте даются в квадратных скобках, а их список – в конце текста со сплошной нумерацией. Ссылки расставляются вручную. Объем представляемого к публикации материала (сообщения, статьи) может составлять 2–25 страниц. Заявка располагается после текста статьи и не учитывается при подсчете объема публикации. Имя файла, отправляемого по e-mail соответствует фамилии и инициалам первого автора, например: **Петров ИВ** или **German P**. Оплаченная квитанция присылается в отсканированном виде и должна называться, соответственно **Петров ИВ квитанция** или **German P receipt**.

Материалы должны быть подготовлены в текстовом редакторе Microsoft Word 2003, тщательно выверены и отредактированы. Допускается их архивация стандартным архиватором RAR или ZIP.

Выпуски журнала располагаются на сайте НИЦ «Социосфера» по адресу <http://sociosphera.ucoz.ru> в PDF-формате.

УДК 94(470)"17/18"

**ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
Г. СЕМИРЕЧЕНСКА В XVIII–XIX ВВ.
В ОСВЕЩЕНИИ МЕСТНОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ**

И. И. Иванов

**Семиреченский институт экономики и права,
г. Семиреченск, Республика Хакасия, Россия**

**MATTERS OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT
OF SEMIRECHENSKAY IN XVIII–XIX C.
IN VIEW OF LOCAL PERIODICAL PRESS**

I. I. Ivanov

**Semirechensky Institute of Economics and Law,
Semirechensk, Republic of Khakassia, Russia**

Summary. This article observes the periodicals of Semirechensk as written historical sources for its socio-economical history. Complex of publications in these periodicals are systematized depending on the latitude coverage and depth of analysis is described in these problems.

Key words: local history; socio-economic history; periodicals.

Некоторые аспекты социально-экономического развития г. Семиреченска в XVIII–XIX вв. получили достаточно широкое освещение в местных периодических изданиях. В связи с этим представляется актуальным произвести обобщение и систематизацию всех сохранившихся в них пуб-

ликаций по данной проблематике. Некоторую часть из них включил в источникковую базу своего исследования Г. В. Нефедов [2, с. 7–8]. ...

Библиографический список

1. Богданов К. Ф. Из архивной старины. Материалы для истории местного края // Семиреченские ведомости. – 1911. – № 95.
2. Нефедов Г. В. Город-крепость Семиреченск. – М.: Издательство «Наука», 1979.
3. Рубанов А. Л. Очерки по истории Семиреченского края // История г. Семиреченска. – URL: <http://semirechensk-history.ru/ocherki>. – Дата обращения: 20.04.2011.
4. Семенихин Р. С. Семиреченск // Города России. Словарь-справочник. В 3-х т. / Гл. ред. Т. П. Петров – СПб.: Новая энциклопедия, 1991. – Т. 3. – С. 67–68.
5. Johnson P. Local history in the Russian Empire, the post-reform period. – New York.: H-Studies, 2001. – 230 p.

Сведения об авторе

Фамилия

Имя

Отчество

Ученая степень, специальность

Ученое звание

Место работы

Должность

Домашний адрес

Домашний или сотовый телефон

E-mail

Научные интересы

Согласен с публикацией статьи на сайте до выхода журнала из печати? **Да/нет** (оставить нужное)

Оплата публикации

Стоимость публикации составляет **150 рублей за 1 страницу**. Выпущенная в свет статья предусматривает выдачу одного авторского экземпляра. Дополнительные экземпляры (в случае соавторства) могут быть выкуплены в необходимом количестве из расчета 150 руб. за один экземпляр. **Оплата производится только после получения подтверждения о принятии статьи к публикации.**

Расчетный счет для перечисления денег

Получатель: ООО Научно – издательский центр «Социосфера»
р/с № 40702810000000002313 в ФАКБ «Инвестторгбанк»
(ОАО) «Пензенский» г. Пенза

ОГРН 1095837003239

ИНН 5837042277

КПП 583701001

БИК 045655722

к/с 30101810900000000722 в ГРКЦ г. Пензы ГУ Банка России
по Пензенской области

Основание платежа: **ФИО автора**

Тел. (8412) 68-68-45, e-mail: sociosphera@yandex.ru

Главный редактор – Дорошин Борис Анатольевич.

Генеральный директор НИЦ «Социосфера» Дорошина Илона Геннадьевна.

ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА»

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- ✓ учебные пособия,
- ✓ авторефераты,
- ✓ диссертации,
- ✓ монографии,
- ✓ книги стихов и прозы и др.

Мы осуществляем следующие виды работ.

- Редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок) – 50 рублей за 1 страницу *.
- Изготовление оригинал-макета – 30 рублей за 1 страницу.
- Дизайн обложки – 500 рублей.
- Печать тиража в типографии – по договоренности.

Данные виды работ могут быть осуществлены как отдельно, так и комплексно.

Полный пакет услуг «**Премиум**» включает:

- редактирование и корректуру текста,
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- печать мягкой цветной обложки,
- печать тиража в типографии,
- присвоение ISBN,
- обязательная отсылка 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору по почте.

Тираж	Цена в рублях за количество страниц				
	50 стр.	100 стр.	150 стр.	200 стр.	250 стр.
50 экз.	7580	12000	16150	20620	25580
100 экз.	9950	15400	20470	26120	32270
150 экз.	12950	20150	26590	34060	42460
200 экз.	15390	24270	31900	40870	50650

* **Формат страницы** А4 (210x297 мм). Поля: левое – 3 см остальные – 2 см; интервал 1,5; отступ 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman.

Тираж включает 16 экземпляров, подлежащих обязательной отсылке в Российскую книжную палату.

Другие варианты будут рассмотрены в индивидуальном порядке.

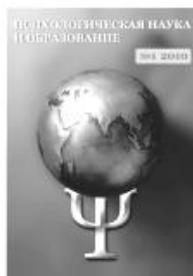
Срок выполнения заказа (включая полный цикл работ) – около 1 месяца.

С вопросами и заявками Вы можете обращаться по электронной почте sociosphera@yandex.ru.

PsyJournals.ru
портал психологических изданий



ЖУРНАЛЫ по психологии **online**



Психологическая наука и образование
Архив за 1996–2010 г.г.



Консультативная психология и психотерапия
Архив за 1992–2010 г.г.



Культурно-историческая психология
Архив за 2005–2010 г.г.



Экспериментальная психология
Архив за 2008–2010 г.г.

Все журналы
включены в Перечень ВАК

онлайн подписка это

- + Удобно
- + Выгодно
- + Современно

ОТКРЫТА ПОДПИСКА НА ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЖУРНАЛЫ ДЛЯ ВУЗОВ И БИБЛИОТЕК:

- Годовая подписка на коллекции психологических журналов (архивы за 15 лет)
- Льготная подписка для постоянных печатных подписчиков
- Доступ к электронным архивам журналов со всех компьютеров организации
- Доступ к статистике обращений у журналам

Подробная информация

- Информация о подписке: (495) 608-16-27
- Заявка на тестовый доступ к журналам: test@psyjournals.ru
- Условия подписки: PsyJournals.ru/



ИЗДАТЕЛЬСТВО
МГППУ

Научно-издательский центр «Социосфера»
Витебский государственный медицинский университет
Сургутский государственный университет
Пензенская государственная технологическая академия

ПРАКТИКА КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Материалы II международной научно-практической
конференции 1–2 декабря 2011 года

Редактор В. А. Дорошина
Корректор Ю. В. Анурова
Оригинал-макет И. Г. Балашовой
Дизайн обложки Ю. Н. Банниковой

Подписано в печать 23.12.2011. Формат 60x84/16.
Бумага писчая белая. Учет.-изд. л. 8,61 п. л.
Усл.-печ. л. 8,00 п. л.
Тираж 100 экз. Заказ № 54/11.

ООО Научно-издательский центр «Социосфера»:
440046, г. Пенза, ул. Мира, д. 74, к. 14. (8412) 68-68-45,
web site: <http://sociosphera.ucoz.ru>,
e-mail: sociosphera@yandex.ru

Типография ИП Попова М. Г.: 440000, г. Пенза,
ул. Московская, д. 74, оф. 211. (8412)56-25-09