

16+

Культурология, социология и психология: эксперименты и концептуализация

I МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

Культурология, социология и психология: эксперименты и концептуализация

**Сборник научных трудов
по материалам I Международной научно-практической
конференции**

1 декабря 2017 г.

www.scipro.ru
Нижний Новгород, 2017

УДК 330-399
ББК 60

*Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: Ю.О. Канаева*

Культурология, социология и психология: эксперименты и концептуализация: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции, 1 декабря 2017 г., Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2017. - 117 с.

ISBN 978-1-370-36255-4

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы социологии, культурологии, психологии по материалам I Международной научно-практической конференции **«Культурология, социология и психология: эксперименты и концептуализация»**, состоявшейся 1 декабря 2017 г. в г. Нижний Новгород.

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в сборник статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 2819-10/2015K от 14.10.2015 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

УДК 330-399
ББК 60



- © Редактор Н.А. Краснова, 2017
- © Коллектив авторов, 2017
- © НОО Профессиональная наука, 2017
- © Smashwords, Inc., 2017

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ.....5

- Медведев С. Н. Никитин Д. С. Модусы «БЫТЬ» И «ИМЕТЬ» КАК ДУХОВНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ5

СЕКЦИЯ 2. СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ..... 10

- ДАМИНОВА Я.Р. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И МЕСТО SMM СОПРОВОЖДЕНИЯ В НЕМ 10

СЕКЦИЯ 3. СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ 18

- ЕФИМОВА Н. М ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДЕЖИ (СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА) 18
- КУЗНЕЦОВА Ю.А. ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВОЭКОЛОГИИ В ПРОЦЕССЕ АССИМИЛЯЦИИ МИГРАНТОВ В СОВРЕМЕННОЙ ГЕРМАНИИ 29

СЕКЦИЯ 4. СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ 33

- ДЖАНИКЕШЕВА Б.Т. ВОЗНИКНОВЕНИЕ И ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ СОЦИОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ 33
- ЗАКИРОВА Д.Ф. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ПРОЦЕССОМ В СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТАХ 37
- ФРОЛОВА Н.А. НЕФОРМАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СТРУКТУРЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ..... 47
- ШИВРИНА Т.Б., СУСЛОПАРОВА Н.Н. ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ РАБОТЕ С БЮДЖЕТАМИ ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ (ОРГАНИЗАЦИИ) 58

СЕКЦИЯ 5. ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ИСТОРИЯ ПСИХОЛОГИИ 63

- ТЛЕПБЕРГЕНОВА А.М. ЖАСӨСПІРІМДЕРДІҢ СТРЕССКЕ ТӨЗІМДІЛІГІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДА ҚОЛДАНЫЛАТЫН ӘДІС-ТӘСІЛДЕРІ 63
- ВЕЗЕТИУ Е.В. ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ЛИЧНОСТИ 72
- ГОРБУНОВА Н.В. ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ КРИТЕРИЕВ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЗРЕЛОСТИ ЛИЧНОСТИ 76
- КОНОПЛЁВА Л.С., КОНОПЛЁВ Н.Н. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ ДНЕВНОЙ И ЗАОЧНОЙ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ НА ПОСТ СОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ 80

СЕКЦИЯ 6. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ 86

- САВИНОВА Т. В., ТУЖИЛКИНА Л. С. ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ДОШКОЛЬНИКОВ 86
- СТЕПАНОВА А.Ю. СОЦИАЛЬНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛИЦ, ПОДВЕРГШИХСЯ ВОЗДЕЙСТВИЮ НЕТРАДИЦИОННЫХ ДЛЯ РОССИИ РЕЛИГИЙ 91
- ТРИФОНОВ Ю.А. ОСОБЕННОСТИ САМОАКТУАЛИЗАЦИИ ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ БЕЛАРУСИ 100
- ТРИФОНОВ Ю.А. СТРАТЕГИИ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ БЕЛАРУСИ 104

СЕКЦИЯ 7. ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ 107

- ФЕДОТОВА А.А. УЧЕТ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ПРИ НАЧАЛЬНЫХ ЗАНЯТИЯХ ФУТБОЛОМ 107

СЕКЦИЯ 8. ЯЗЫК И КУЛЬТУРА..... 111

- СИН Е. А., МЕЖОВА М. В. ФОЛЬКЛОРНЫЙ ТЕКСТ В КОНТЕКСТЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА 111

СЕКЦИЯ 1. ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ

УДК 796.01

Медведев С. Н. Никитин Д. С. Модусы «быть» и «иметь» как духовные ориентиры спортивной деятельности

Modes "to be" and "to have" as spiritual guidelines for sports activities

Медведев Сергей Николаевич

Аспирант кафедры философии
Самарский государственный технический университет

Никитин Денис Сергеевич

Аспирант кафедры философии
Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева
Medvedev Sergey Nikolaevich
Postgraduate Student, Department of Philosophy
Samara State Technical University
Nikitin Denis Sergeevich
Postgraduate Student, Department of Philosophy
National Research N.P. Ogarev Mordovia State University

Аннотация. В статье применительно к спорту рассмотрены две основных фундаментальных социокультурных ориентации – модус обладания и модус существования. Первый модус основывается на стремлении к обладанию и достижениям, второй – на служении. Диссертант демонстрирует, что возможность профессионального и личностного развития дает человеку только модус служения, стимулирующий развитие смыслов жизни. Он раскрывает человека, готовит его к выходу за привычные потребности, за пределы профессиональной деятельности и, соответственно, способствует созданию условий, побуждающих к самореализации. Спортивное развитие, стремление к творчеству в спорте прямо пропорциональны зависимости от меры альтруизма субъекта, направленности в своей деятельности на другого человека и его потребности, положительного восприятия людей.

Ключевые слова: спорт, духовные ориентиры, ценности, модус, служение, обладание, «иметь», «быть»

Abstract. In the article, two basic fundamental socio-cultural orientations (as applied to sports) are considered: the mode of possession and mode of existence. The first mode is based on the desire for possession and achievements, the second – on service. The paper demonstrates that only a mode of service gives a person the possibility of professional and personal development that stimulates the development of the meanings of life. He prepares a person for going beyond his or her habitual needs, beyond professional activities and, accordingly, contributes to the creation of conditions that encourage self-realization. Sports development, the desire for creativity in sports are directly proportional to the measure of the altruism of the subject, the direction in his activity to the other person and his need, the positive perception of people.

Keywords: sport, spiritual landmarks, values, modus, service, possession, "to have", "to be"

В контексте философии спорта важное значение имеют экзистенциально фундированные концепции Х. Ортега-и-Гассета и Э. Фромма, раскрывающие два основных способа бытия человека, соответствующие двум фундаментальным социокультурным

ориентациям («Быть» и «Иметь») – модус обладания и модус существования [См.: 6, 13]. Первый модус основывается на стремлении к обладанию и достижениям, второй – на служении.

Самым значимым проявлением модуса «Иметь» можно назвать отношение к другим людям и вещам, как к некому способу удовлетворения собственных потребностей, то есть самовыражению и самоутверждению. При этом степень самоутверждения можно определить количеством вещей, которые имеются у деятелей. Также для этого модуса характерно нежелание деятеля менять самого себя и собственную деятельность. Главный конфликт, имеющий место в деятельности, реализуемой в модусе обладания, можно определить, как конфликт «Я» и «Других» [1, 5].

Модус «Быть» предполагает наличие межсубъектных отношений, осуществляемых вне рамок утилитарных мотивов. Цель такой деятельности не в производстве нового, а в разрешении существующей проблемы, осуществляемом ради тех других, для кого решение существующей проблемы будет иметь позитивное значение. Профессиональная деятельность является проявлением служения при условии отдачи деятеля другим людям, в отсутствии противоположения себя тем, с кем субъект имеет определенные взаимные отношения в связи со своей деятельностью, в желании приобщиться к ним, быть к ним причастным.

Если рассмотреть выражение различных модусов в бытии человека в контексте социокультурной сферы, то модус обладания можно определить, как подход к другому человеку как к средству для собственных целей. Фундамент модуса служения – в любви, причем не в узком значении чувства, а в особом устройстве самого человека, проявляющимся в отношении к другому человеку как к цели. Для того, чтобы быть человеком в полном смысле этого слова, деятель должен быть для другого не объектом познания, а условием самой жизни, самого человеческого существования (наоборот, ненависть определяется как непризнание, полное или частичное отрицание бытия человека и его значимости). Получается, что выбор ведущего модуса бытия, сознательно и целенаправленно осуществляемый, оставляет явный и определенный отпечаток на всех областях жизнедеятельности, в том числе и на спортивной [12].

Спорт, на первый взгляд, кажется деятельностью, не преследующей утилитарных целей (в отличие, например, от экономики или политики), и потому совершающейся исключительно в модусе «быть». Однако это не совсем так. Ж.-П. Сартр пишет: ««Делать» редуцируется в средство, чтобы иметь. Этот случай встречается чаще всего. Но можно также сделать так, чтобы моя деятельность не появлялась бы тотчас как редуцируемая. Она может казаться безвозмездной, как в случаях научного исследования, спорта, эстетического творчества. Однако в этих различных случаях действие не является совсем нередуцируемым» [9, с. 500].

Спорт, полагает Сартр всегда содержит в себе стремление к обладанию (впрочем, то же он думал и относительно любви, которую традиционно считают фундаментом модуса

служения). Философ продолжает: «Я оставляю на стороне желания реализацию спортивного достижения, побитие рекорда, которое может действовать как спортивный стимул; я не говорю даже о том «обладании» прекрасным телом, гармоничными мускулами, которые относятся к желанию присвоить себе объективно свое собственное бытие-для-другого. Эти желания не всегда присутствуют и не являются к тому же фундаментальными. Но в самом спортивном действии есть присваивающий компонент. Спорт является, в действительности, свободным преобразованием среды мира в элемент поддержки действия» [9, с. 500]. Тренировка есть в некоторой степени освоение внешней среды, а спорт является ее присвоением. Лыжник, который несется по снежному полю, ощущает свою власть над этим полем; он покоряет его: «Это мое снежное поле, я сто раз прошел его, сто раз порождает в нем моей скоростью эту силу уплотнения и поддержки, оно мое» [9, с. 500].

Нельзя не согласиться с Сартром, что не только на внешних уровнях (спорт как развлекательная массовая культура, шоу, способ заработка денег, стремление к рекордам), но и на самых глубинных уровнях спорта можно найти элементы модуса обладания. Однако спорт становится элементом культуры, только тогда, когда он становится ценным и осмысленным сам по себе, без отсылки к внешним по отношению к нему целям. Даже если спорт не реализуется как служение, это не значит, что он не должен реализовываться именно таким образом. В этом контексте культура спорта равнозначна этике спорта.

Как уже было сказано выше, ценностная ориентация может быть направлена или к вещи, или к цели, или к смыслу, что, соответственно, определяет существование в модусе достижения, обладания или служения. А. Р. Фонарев, например, приходит к выводу что только бытие в модусе служения действительно продуктивно для личности и ее развития [Цит. по: 3, с. 21]. Кроме того, модус служения может предоставить личности возможность выхода за определенные рамки, построить свою жизнь по собственному желанию, независимо от внешних факторов и обстоятельств, возможность жить творчески, свободно. Тот же исследователь делает акцент на том факте, что существует необходимость соответствия каждого поступка человека нравственным императивам. В обратном случае, говорит автор, деятелю скорее всего придется столкнуться с различными проблемами психологического плана.

Б. С. Братусь в своих трудах доказал, что принятие нравственных ценностей составляет суть нормального развития. Он приводит различные данные, убеждающие, что подходящие условия для развития человека создаются в случае ориентации личности на социальные и культурные нормы, тогда как отклонения в развитии явления самым прямым образом связаны с эгоцентрической ориентацией [7, с. 17].

Термин «служение» представляется центральным в исследованиях таких специалистов как С. Кови и П. Друкер. Многочисленные примеры свидетельствуют о том, что для людей с неразвитым уровнем альтруистичности и самоактуализации, положительного отношения к

людям и сильной значимостью материальной обеспеченности профессиональное опустошение практически наверняка неизбежно. Для того, чтобы предотвратить такое явление, необходимы факторы, способствующие самоактуализации человека [2, с. 64].

Итоги проведенных исследований говорят о том, что профессиональный рост, развитие профессионального мастерства, стремление к творчеству прямо пропорциональны зависимости от меры альтруизма субъекта, направленности в своей деятельности на другого человека и его потребности, положительного восприятия людей. Легко заметить близость характеристик модуса служения, долга и ответственности [10, 11, 14].

Результатом институционализации модуса служения является олимпийское движение, которое появилось первоначально для того, чтобы соединить субъектов, осуществляющих служение спорту и существовавших в спорте: учитывающих огромный гуманистический, общественно-культурный спортивный потенциал, направляющих свои силы на пропаганду спорта как важной составляющей общечеловеческой культуры, на наиболее полное выражение в спорте и через спорт общечеловеческих гуманистических ценностей и минимизации вероятности его использования в негуманных, антикультурных целях.

В ситуации усложнения социокультурных коммуникаций возможность профессионального и личностного развития дает человеку только модус служения, стимулирующий развитие смыслов жизни [8]. Он раскрывает человека, готовит его к выходу за привычные потребности, за пределы профессиональной деятельности и, соответственно, способствует созданию условий, побуждающих к самореализации. Спортивное развитие, стремление к творчеству в спорте прямо пропорциональны зависимости от меры альтруизма субъекта, направленности в своей деятельности на другого человека и его потребности, положительного восприятия людей.

Однако нельзя не признать, что олимпийский идеал на данный момент переживает серьезный кризис, а проведение Олимпийских игр в большинстве не содержит философской основы. Зрелищная сторона Олимпийских игр абсолютно вытесняет их культуротворческую суть и олимпийское движение начинает рассматриваться не как инструмент развития олимпизма, где Игры рассматриваются в качестве терминальной цели, а как некая сила, которая определяет сущность Олимпийских игр в зависимости от политического момента [4]. Дальнейшая коммерциализация, все более плотное внедрение профессионализма разрушают входящие в основание спорта идеалы, в которых содержится его альтруистическая ценность.

Магистральным путем разрешения кризиса олимпийских принципов является диалогизация спорта. Существует явная зависимость диалогического взаимодействия в сфере спорта от способностей к диалогу в других областях жизни общества. Когда отсутствует диалог в политике, диалог культур, отсутствует и диалог в спорте. Спорт, утверждающий свободную коммуникацию равноправных партнеров в свою очередь, способствует глобальной диалогизации мировых общественных отношений. Поддерживать диалог в спорте – вот

важнейшая функция гуманистического движения.

Библиографический список

1. Ахиезер, А. С. Концепция социальной философии в усложняющемся мире // Власть. Общенациональный научно-политический журнал. – 2005. – № 7. – С. 54–63.
2. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. – М., СПб., Киев: Вильямс, 2003. – С. 64-65.
3. Егоров Г. Меланина Т.В. Личностное и профессиональное развитие взрослого человека в пространстве образования: теория и практика. – М.: ПСТГУ, 2014. – 116 с.
4. Национальные проекты и реформы 2000-х годов: модернизация социальной политики / Е. А. Алексеева, М. В. Алешина и др. – М.: ЦСПиГ, 2009. – 277 с.
5. Новые идеи в социальной философии / В. Г. Федотова, А. С. Ахиезер и др. – М. : ИФ РАН, 2006. – 324 с.
6. Ортега-и-Гассет, Х. Эстетика. Философия культуры / Х. Ортега-и-Гассет. – М. : Искусство, 1991. – 589 с.
7. Психология и этика: опыт построения дискуссии /отв. ред. Б. С. Братусь. – Самара: БАХРАХ-М, 1999. – 127 с.
8. Рябова М. Э. Человек как субъект усложняющихся коммуникаций // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2008. – № 1. – С. 50-57.
9. Сартр, Ж. П. Бытие и ничто : Опыт феноменологической онтологии – М.: Республика, 2000. – 693 с.
10. Сычев А. А. Этика воспитания: между долгом и ответственностью // Ведомости прикладной этики. – 2013. – № 42. – С. 96-108.
11. Сычев А. А. Модальности моральной ответственности // Вестник Российского университета Дружбы народов. Серия: Философия. – 2015. – № 2. – С. 37-45.
12. Фофанова К. В. Выбор и ответственность: переосмысление традиций // Журнал исследований социальной политики. – 2012. – Т. 10. № 3. – С. 409-414.
13. Фромм, Э. Иметь или быть? – М.: Прогресс, 1990. – 336 с.
14. Чашина Ж. В. «Симбиоз» ответственности и долга в ценностной парадигме современного общества // Духовная сфера общества. – 2016. – № 13. – С. 249-254.

СЕКЦИЯ 2. СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

УДК 339.138

Даминова Я.Р. Анализ состояния рынка маркетинговых коммуникаций и место SMM сопровождения в нем

The analysis of marketing communications and the role of SMM support it

Даминова Ямиля Рафаиловна

Студент 4 курса

Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы

Научный руководитель

Бенин В.Л. д.п.н., к.ф.н. профессор кафедры культурологии и социально-экономических дисциплин,

Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы

Daminova Yamilya Rafailevna

Student

Bashkir state pedagogical University. M. Akmulla

Scientific adviser: Benin V.L. Dr. of pedagogical sciences,

candidate of philosophical sciences,

professor of cultural studies and socio-economic disciplines

Аннотация. Статья содержит анализ рынка маркетинговых интернет-коммуникаций. Приведены основные тенденции ускоренного развития рынка в сфере digital-маркетинга. Внимание акцентировано на технологию social media marketing (SMM) как на одну из активно развивающихся форм маркетинга в интернете.

Ключевые слова: Интернет-коммуникации, интернет-маркетинг, digital-маркетинг, SMM, маркетинг в социальных сетях.

Abstract. The Article contains analysis of the market of online marketing communications. The main trends of accelerated development of the market in the field of digital marketing. The attention is focused on technology social media marketing (SMM) as one of the most actively developing forms of online marketing.

Keywords: Internet communication, Internet marketing, digital marketing, SMM, social media marketing.

На современном этапе развития общества отмечается активное проникновение новых информационных технологий во все сферы жизни. Не составляет исключения каналы доставки информации потребителю. Пропорционально увеличению численности пользователей интернета, реклама, распространяемая в этой сети, увеличивает свой удельный вес относительно других средств массовой коммуникации.

Сказанное подтверждают данные за ближайший период с января 2014 по октябрь 2017 года. Согласно статистическим данным Фонда «Общественное Мнение», на конец лета суточная аудитория интернета составила 60% взрослых россиян, недельная 67%, месячная 70%. Для сравнения, летом 2016 года суточная аудитория интернета составляла 57%

россиян, недельная 64%, месячная 68% [1]. Увеличению показателей способствует развитие мобильных технологий, скорость увеличения объемов продукции мобильного доступа. В структуре отрасли телекоммуникаций более половины доходов приходится на сотовую связь. Этот сегмент растет быстрее остального рынка, в основном за счет услуг мобильного интернет-доступа. Ожидается, что к 2018г. на сотовую связь будет приходиться почти 75% рынка [2].

По итогам исследования iKS-Consulting мобильный интернет-трафик становится ключевым фактором при формировании пакетных тарифов. Он упрощает доступ к общению, приложениям и сервисам, и становится выгодным местом для распространения рекламы. Эксперты Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) подсчитали, что за 2016 год рынок рекламы России вырос на 11% до 360 млрд руб. [3].

Наибольший рост показал сегмент интернета, в котором расход рекламодателя на продвижение в сети выросли на 21% до 136 млрд руб. [3]. В прошлом году, подсчитали в АКАР, доля интернет-рекламы на рекламном рынке составила 38%, в то время как расходы на рекламу на ТВ выросли на 9% до 150,8 млрд руб., рынок сегмента Out of home (наружная реклама, транзитная реклама и реклама в кинотеатрах) вырос на 6% до 38,34 млрд руб., рынок рекламы на радио также вырос на 6%, до 15,1 млрд руб. и лишь рынок печатной продукции показал спад на 16% до 19,7 млрд руб.

Согласно данным Mediascope, на период с октября 2016 по март 2017 г. ежемесячная аудитория интернета в России составляет 71% от всего населения страны [4]. За год российская интернет-аудитория увеличилась на 2%. При этом 54% от населения страны пользуются интернетом хотя бы раз в месяц через мобильные устройства, а 16% только с мобильных устройств. Данные АКАР об объемах рекламы в средствах ее распространения в первом полугодии 2017 года, говорят об увеличении объема рекламы в средствах распространения на 14% по сравнению с соответствующим периодом прошлого года [5]. На данный момент эксперты прогнозируют и дальнейшее развитие рекламы в сети Интернет. Опираясь на этот прогноз, рассмотрим Digital-маркетинг и SMM (Social Media Marketing – маркетинг в социальных медиа).

Digital Marketing является совокупностью инструментов продвижения, использующих цифровые каналы, но не является тем же, что и интернет-маркетинг, так как захватывает широкую целевую аудиторию помимо онлайн среды используя sms-рассылку, приложения, телевидения, радио, рекламы Out of home. Интернет-маркетинг в данном случае становится инструментом рынка Digital, и используют каналы локальных сетей (местные компьютерные сети, являющиеся полноценными информационными ресурсами) и социальных сетей.

Среди лучших техник digital-маркетинга в 2017 году [6] признаны:

1. Контент-маркетинг: предполагает создание и распространение информационного контента для привлечения конкретной целевой аудитории, происходит

плановмерно и с регулярным обновлением информации о продукте или услуге. Контент – это информационное наполнение сайтов, сообществ социальных сетей и других платформ. Это могут быть текстовые, аудио-, видео-, фото- материалы.

2. Big Data (большие данные) – совокупность технологий, призванных совершать три основные функции: обрабатывать бо́льшие по сравнению со «стандартными» сценариями объемы данных, работать с быстро поступающими новыми объемами данных, должны также работать со структурированными и плохо структурированными объемами данных одновременно. Большие данные предполагают поступление не всегда обработанных и структурированных данных и могут выжать из этого более чем одну смысловую единицу. Изначально big data использовались научными сообществами для учета, анализа и оценки хода эксперимента или действий экспериментальной разработки. В публичное использование вошла тогда, когда речь зашла о количестве пользователей социальных сетей, совершающих множественное количество операций, которые big data структурирует, тем самым ускоряя процессы поиска информации или действия соответствующих запросов.

3. Автоматизация маркетинга только начала свой путь в русскоязычном интернете и предполагает собой автоматизацию рутинных процессов при помощи программного обеспечения, которое анализирует действия клиентов и создают персональные предложения на основе полученных данных, тем самым освобождая людям время на более сложную интеллектуальную работу;

4. Мобильный маркетинг представляет собой комплекс мероприятий, направленных на продвижение товаров и услуг с помощью средств мобильной связи;

5. SMM-маркетинг использует социальные платформы как каналы продвижения бренда. SMM продвижение предполагает создание качественного контента, который будут распространять сами пользователи. Соответственно, реклама уже не будет являться типичным набором фраз, описывающих товар или услугу. Она представляет собой содержательную форму, интересную пользователям. Рекламные кампании реализуются в социальных сетях и блогосфере с помощью администрирования и раскрутки групп, поддержание обратных связей со всеми заинтересованными лицами.

Среди социальных сетей, по данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) самыми часто посещаемыми для российских интернет-пользователей являются ВКонтакте – 42% (в молодежных группах – 78% среди 18-24-летних, 54% среди 25-34-летних) и одноклассники 27% (среди 60-летних и старше – 40%) [7].

Instagram с той или иной периодичностью просматривают 25%, страницы Facebook и Моего мира листают 20%. Twitter и Livejournal наименее популярны: ими пользуются 11% и

7%, соответственно.

«Медиалогия» подготовила рейтинг самых упоминаемых в российских СМИ соцсетей с начала 2017 года. В рейтинге лидирует Facebook (470,7 тыс. сообщений), ВКонтакте (420,7 тыс. сообщений), Twitter (349,3 тыс. сообщений), Instagram (281,4 тыс. сообщений) и ОК (57,4 тыс. сообщений).

Но социальные сети, в классическом понимании этого выражения, не единственная площадка для SMM проектирования. Кроме самых популярных (ВКонтакте, Одноклассников, Facebook) и менее известных (Мой мир, My space, Livejournal) социальных сетей существуют и другие формы самоорганизации пользователей в интернет-пространстве. Это профессиональные сообщества, которые могут использоваться для размещения скрытой и нативной рекламы, а также альтернативные площадки: новостные порталы, сайты отзывов, сайты с пресс-релизами.

При размещении рекламы в профессиональном сообществе необходимо изначально оценить заинтересованность ЦА сообщества в предлагаемых услугах или товаре. Новостные порталы формируются специфическим контентом, обуславливая этим содержание и форму предлагаемой публикации. Новость не придумашь, поэтому в этой области чаще всего занимаются рерайтом известного события, и обозначают свою причастность (если таковая есть), либо создается уникальный инфоповод в самой компании, примерно такой же принцип работы с сайтами пресс-релизов. Сайты отзывов предоставляют возможность публиковать свой контент не только бесплатно, но еще и отозвавшемуся будут платить. Использование подобной площадки будет относиться к скрытым методикам продвижения, которые мы поясним в дальнейшем.

При формировании контента SMM менеджер анализирует маркетинговую деятельность конкурентов и с опорой на знание создает собственный контент-план продвижения. Также, необходимо знать, какие интересы преследует публика в социальных сетях: так наиболее востребованными в социальных сетях тематическими сообществами и группами являются юмористические (их просматривают 43%), связанные со здоровьем (41%), новости о событиях в стране (41%). С небольшим отрывом за ними следуют страницы о еде и кулинарии (36%), о доме и семье (33%), путешествиях (32%), спорте (31%), и, в заключении, науке и технике (28%).

Маркетинг в социальных сетях использует несколько различных методов продвижения, их условно делят на «белые», «серые» и «черные». Разделяет их стоимость, эффективность и соблюдение правил социальных сетей, а иногда и российского законодательства. Белый метод не навязывает рекламу, он предлагает ответ на поисковый запрос, чем и привлекает к себе повышенное внимание потенциальных клиентов. В целом этот метод заключается в создании интересного и востребованного читателями контента, ведение группы, блога и постоянная связь с пользователями. Если разделить это общее, к

«белым» методам относятся:

- **Таргетированная реклама** – может представлять собой текстовые, мультимедийные, медийные объявления, удовлетворяющие соответствующие требования пользователя, заданные в настройках объявления рекламодателем. То есть, объявление самостоятельно находит целевого потребителя, ориентируясь на его систематические запросы. В отличие от контекстной, поисковой рекламы стоит немного дешевле. Таргетированная реклама имеет больший охват аудитории, поэтому ее эффективность может быть ниже контекстной рекламы, ее настройки проще и требуют меньше аналитических данных о целевой аудитории (ЦА в дальнейшем), но при этом может найти клиента, который ранее и не задумывался о том, что ваша услуга может быть ему полезна, или сможет решить поставленную пользователем задачу. Среди инструментов таргетированной рекламы часто встречаются реклама в ВКонтакте и реклама в Facebook.

- **Посты в своем сообществе.** Это пассивная форма объявления или контента, она не ищет клиента самостоятельно и предлагается теплой ЦА, которая состоит в сообществе, и так или иначе заинтересованной в продуктах и услугах организации. Эта же аудитория является основным двигателем рекламы, которая увеличивает количество просмотров с помощью репостов и одобрений (лайков). Подобная форма требует творческого подхода, чтобы реклама являлась не просто заданным ключами объявлением, но и имела насыщенное содержание, интересное само по себе.

- **Реклама в сторонних сообществах или аккаунтах.** Эффективность подобного метода зависит от подбора площадки для публикации по заинтересованности в продукте подписчиков группы или аккаунта. Здесь важно уметь составлять грамотно текст, дабы отсеять незаинтересованных пользователей. Площадки для размещения рекламы можно покупать напрямую или через биржи, а также пользоваться сотрудничеством и актуальными площадками клиентов взамен на скидки и другие выгодные предложения.

- **Конкурсы в сообществе.** Позволяют увеличивать количество подписчиков даже при минимальных затратах на призы. В условиях конкурса прописываются действия, которые должны осуществить потенциальные участники. Среди действий обычно обозначают подписку в сообщество, комментарий, одобрение и репост записи. Отрицательно то, что часть пользователей будет участвовать в конкурсе ради дармовой возможности получить что-то, но не будет заинтересована в услуге. Для развлекательных сообществ, или продвижения услуги одного или нескольких лиц, это достаточно эффективный метод. Но для B2B бизнеса, потенциальными клиентами которых будет другой бизнес или организация, а так же для организаций, направленных на реализацию больших объемов продукции призы в конкурсах не самый лучший вариант, вместо этого

рекомендуется предлагать скидки на товары и услуги организации, которые будут приняты аудиторией, имеющий интерес к данной продукции.

- SEO - это комплекс мер по внешней и внутренней оптимизации страницы для улучшения ее поиска и поднятию позиций в результатах выдачи поисковыми системами. Позволяет увеличить количество пользователей с помощью ключевых слов, фраз, значений. В случае социальных медиа применяется в описании сообществ, страниц и создании хэштегов. Но SEO оптимизация не может использоваться отдельно, сама по себе. Она является лишь путевой точкой, набором ключей поиска, привлекающих возможных потребителей, но их еще нужно удержать – этим занимается контент.

- Связь и диалог с подписчиками. Наиболее энергозатратный и трудоемкий метод, но бесплатный. Для его осуществления необходима регулярная проверка активностей, комментариев и сообщений страницы. Этот метод эффективен тем, что позволяет уделить внимание буквально каждому пользователю лично, и позиционирует страницу как живую.

По существу, сообщество развивается само, при наличии интересного контента и первоначальных вложений на начальную аудиторию (таргетинг). Для компаний подписчики – в первую очередь клиенты, а не читатели, соответственно и затраты будут выше, и круг пользователей уже.

Черные методы привлекают своей дешевизной и широким набором инструментов, которые варьируются от банального обмана до уголовного преступления. Основная их цель – достижение массовости подписчиков с помощью фейковых страниц (подделок, страницы несуществующих людей), спам в личных сообщениях, постинг рекламы всюду независимо от тематики группы. Спам со взломанных страниц, покупка одобрений и репостов, распространение гиперссылок, представляющих угрозу безопасности сайтов и страниц, использование автоматических программ для накрутки, написание негативных отзывов конкурентам и положительных для своей организации от лица потребителей. И еще множество возможностей черного продвижения, в зависимости от изощренности фантазии менеджеров. Но есть один существенный минус подобного продвижения – массовость подписчиков не гарантирует вам горячей клиентской базы, как и того, что обман не будет разоблачен, репутация испорчена, а сообщество заблокировано без возможности восстановления.

Различные источники расходятся в количестве методов SMM продвижения, называя то два: черный и белый, то три: черный белый и серый методы. Выбираем второй вариант, дабы охватить всю широту понятия.

Серые методы являются синтезом двух противоположностей, но часто гораздо ближе к черным, нежели к белым. В них также присутствует рассылка предложений в личные

сообщения, накрутка офферами (платные одобрения), платные или бесплатные рассылки приглашений в сообщество (только от имени руководства) баннерная или контекстная реклама в сообществах, уместный постинг по теплым ЦА. В этот метод закладывается больше денег и меньше времени чем в белый, так как акцент также на массовость, а не на контент. Поисковое ранжирование в социальных сетях осуществляется по количеству участников – это плюс. Но отсутствие целевых подписчиков делает этот метод неэффективным для производственных организаций, компаний, бизнеса. Массовая рассылка незаинтересованным лицам здесь лучше, чем в черном методе, так как задает ссылки на сайт или сообщество, и привлекает потенциального клиента, но с наименьшей эффективностью. Еще один инструмент серого метода – массфоловинг. Массфоловинг – это подписка на пользователей в надежде на подписку в ответ. Актуален для продвижения личных страниц, но малоэффективен из-за «холодности» ЦА.

При выборе метода необходимо следовать цели сообщества: собрать большее количество подписчиков или клиентов. Бренд должен иметь хорошую репутацию. Его развитие зависит от качественного исполнения работы и реальных отзывов потребителей. Среди методик присутствует открытая и закрытая форма SMM. Открытый маркетинг подразумевает продвижение от лица бренда, компании с использованием элементов фирменного стиля, идентификацию с компанией. Скрытый SMM соответственно предполагает продвижение бренда, его товаров и услуг, без идентификации с компанией. Скрытый SMM используется в сером и черном методах, он симулирует спрос и создает многочисленные положительные отзывы. Соответственно открытая методика используется в белом методе SMM продвижения.

В результате развития средств коммуникации и увеличения охвата мобильного интернет-доступа, к привычным формам продвижения продуктов и услуг происходит перенаправление денежных средств в сферу digital-маркетинга, который, в свою очередь, активно внедряет в пользование технику SMM. Ее преимущество заключается в активном взаимодействии с аудиторией, создание обратной связи, которое позволяет регулировать рекламную кампанию и наполнение сообщества в соответствии с запросами целевой аудитории.

Библиографический список

1. Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2017г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13783> (дата обращения: 19.10.2017).
2. Эксперты: Российский рынок телекоммуникаций в 2014-2018гг. замедлит темпы роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/20131217183428.shtml> (дата обращения: 19.10.17).

3. Объем рекламы в средствах ее распространения в 2016 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id7363 (дата обращения: 19.10.17).

4. Аудитория пользователей интернета в России в 2017 году составила 87 млн. человек [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <http://mediascope.net/press/news/744498/> (дата обращения: 19.10.2017).

5. Объем рекламы в средствах ее распространения в первом полугодии 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id7881 (дата обращения: 20.10.2017).

6. Тренды digital-рекламы в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/21129-digital-trends-2017> (дата обращения: 20.10.17).

7. Социальные сети: кто туда ходит и зачем? Пресс-выпуск № 3388 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2017. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116254> (дата обращения: 24.10.2017).

8. Каптюхин, Р.В. Анализ состояния рынка маркетинговых интернет-коммуникаций в мире и в России [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Науковедение». - №5. – 2013. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-sostoyaniya-rynka-marketingovyh-internet-kommunikatsiy-v-mire-i-rossii> (дата обращения: 24.10.2017)

СЕКЦИЯ 3. СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

УДК 31

**Ефимова Н. М. Исследование ценностных предпочтений молодежи
(сравнительная характеристика)**

About the value orientations of young people

Ефимова Н. М.

Кандидат философских наук, доцент
Вятский государственный университет
nm-efimova@rambler.ru
Efimova N. M.
Candidate of Philosophy
Vyatka State University

Аннотация. Анализ определений молодежи как социальной группы позволяет выделить в качестве одной из основных ее характеристик становление социально-экономического положения и духовного мира; это предполагает отсутствие ценностных ориентаций у молодежи в виде определенных констант. Поэтому в исследованиях, которые предполагают наличие у молодежи определенных ценностей, должно обнаружиться отсутствие существенных различий между ценностными ориентациями молодежи и старшего поколения

Ключевые слова: молодежь, поколения, коэффициент ранговой корреляции Спирмена, ценностные ориентации.

Abstract. Analysis of definitions of youth as a social group allows you to select as one of its main characteristics, the formation of socio-economic status and spiritual world; it suggests a lack of value orientations of youth in the form of certain constants. Therefore, in the studies that suggest the presence of young people of certain values must occur the absence of significant differences between the value orientations of youth and the older generation.

Keywords: youth, generation, the Spearman rank correlation coefficient, values.

Когда мы знакомимся с результатами исследований ценностных ориентаций молодежи, то обнаруживаем, что по соответствующим показателям молодежь практически мало чем отличается от старших поколений. Покажем это, обратившись к фундаментальной монографии М.К. Горшкова и Ф.Э. Шереги. Представим таблицу, в которой сравниваются представления разных поколений о жизненном успехе [1, с. 130].

Таблица 1

Что включают представители разных поколений

в понятие «жизненный успех», %

Результаты исследования от 2009 года, выборка 2000 человек

Что включают в понятие «жизненный успех»?	Возрастные группы		
	Молодое поколение (18-30 лет)	Среднее поколение (31-50 лет)	Старшее поколение (старше 50 лет)
Богатство	17,2	12,5	5,3
Уважение окружающих	25,8	24,5	35,1
Наличие семьи и детей	57,4	67,4	62,7
Интересную работу	40,4	39,5	31,5
Возможность быть самому себе хозяином	24,9	23,4	17,8
Быть первым во всем, что кажется важным	6,2	2,1	1,7
Высокую должность	1,7	1,4	1,1
Победу над своими врагами	3,7	2,2	2,3
Обладание властью	3,0	1,0	0,8
Яркие жизненные впечатления	17,2	7,6	6,5
Наличие престижной собственности (иномарка, коттедж и т.п.)	5,2	3,3	1,8
Достижение известности, популярности	1,7	1,3	0,3
Наличие надежных друзей	46,5	37,5	27,9
Честно прожитую жизнь	15,9	32,6	59,9

Определим степень различия между поколениями через использование коэффициента ранговой корреляции Спирмена, который определяется по формуле:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N d_i^2}{N(N^2 - 1)} .$$

Здесь d_i – разность между рангами в одной и той же строке; N – количество строк в таблице; Σ – знак суммы.

Проранжируем данные таблицы и укажем разность между рангами и квадраты разностей между рангами, см. табл. 2.

Таблица 2

Что включают в понятие «жизненный успех»?	Молодое поколение (18-30 лет)	Среднее поколение (31-50 лет)	Разность рангов	Квадраты разности рангов
1. Богатство	6,5	7	-0,5	0,25
2. Уважение окружающих	4	5	-1	1
3. Наличие семьи и детей	1	1	0	0
4. Интересную работу	3	2	1	1
5. Возможность быть самому себе хозяином	5	6	-1	1
6. Быть первым во всем, что кажется важным	9	11	-2	4
7. Высокую должность	13,5	12	1,5	2,25
8. Победу над своими врагами	11	10	1	1
9. Обладание властью	12	14	-2	4
10. Яркие жизненные впечатления	6,5	8	-1,5	2,25
11. Наличие престижной собственности (иномарка, коттедж и т.п.)	10	9	1	1
12. Достижение известности, популярности	13,5	13	0,5	0,25
13. Наличие надежных друзей	2	3	-1	1
14. Честно прожитую жизнь	8	4	4	16
Сумма квадратов разностей				35

Рассчитаем коэффициент ранговой корреляции:

$$r_s = 1 - (6 \times 35) : (14 (196 - 1)) = 1 - 0,076 = 0,924$$

По таблице «Критические значения коэффициента ранговой корреляции Спирмена» [2] получаем при количестве строк, равном 14, для уровня значимости 0,005 критическое значение коэффициента 0,675. Это значительно меньше полученного нами коэффициента 0,924, поэтому можно говорить о почти полном совпадении позиций младшего и среднего поколений в понимании того, что означает жизненный успех.

Аналогичным образом можно подсчитать, что сравнение ранговых показателей среднего и старшего поколений, а также молодого и старшего поколений дают коэффициенты 0,952 и 0,864 соответственно, которые тоже значительно выше критического значения коэффициента при уровне значимости 0,005.

Правда, в нашей таблице присутствуют так называемые объединенные ранги – 13,5 (строки 7 и 12), при которых должны использоваться более сложные коэффициенты. Однако это ограничение действует, когда таких объединенных рангов много, у нас же всего один случай [3].

Таким образом, полученные значения коэффициента Спирмена не позволяют утверждать, что существуют значимые различия между молодым, средним и старшим поколениями относительно понятия жизненного успеха. Хотя какое-то различие можно зафиксировать: чем дальше отстоят друг от друга поколения, тем меньше коэффициент ранговой корреляции. Так, при сравнении молодого и среднего поколений получаем коэффициент 0,924, а сравнение молодого и старшего поколений дает коэффициент 0,864. Но существенно то, что это различие лежит выше критического значения коэффициента 0,675.

Аналогичную картину мы получаем при определении коэффициента ранговой корреляции Спирмена на основе таблицы, показывающей отношение к поступкам, которые никогда не могут быть оправданы, см. табл. 3 [4, с. 126].

Таблица 3

**Мнения молодежи и представителей старшего поколения о том,
какие поступки никогда не могут быть оправданы, %**

Поступки, которые не могут быть оправданы	Представители молодого поколения (до 35 лет)	Представители старшего поколения (после 35 лет)
Плохое воспитание детей	93,2	97,1
Жестокое обращение с животными	83,1	88,4
Употребление наркотиков	82,1	94,7
Измена Родине	78,4	82,9
Гомосексуализм	66,8	79,7
Нетерпимость к представителям других национальностей	62,0	77,1
Пьянство, алкоголизм	59,3	66,4
Хамство, грубость, матерщина	55,1	74,0
Обогащение за чужой счет	53,3	76,0
Деловая необязательность	53,1	69,5
Проституция	53,1	66,1
Супружеская измена	49,2	48,9
Уклонение от уплаты налогов	39,7	50,8
Аборт	34,4	25,6
Дача/получение взятки	34,2	46,7
Соппротивление полиции	29,3	32,8
Присвоение найденных денег, вещей	27,3	40,5
Уклонение от армии	24,4	31,1
Безбилетный проезд	15,6	22,6

Проранжируем данные таблицы, укажем разность между рангами и квадраты разностей между рангами, см. табл. 4.

Таблица 4

Поступки, которые не могут быть оправданы	Ранги, молодое поколение	Ранги, старшее поколение	Разность рангов	Квадраты разности рангов
1. Плохое воспитание детей	1	1	0	0
2. Жестокое обращение с животными	2	3	-1	1
3. Употребление наркотиков	3	2	1	1
4. Измена Родине	4	4	0	0
5. Гомосексуализм	5	5	0	0
6. Нетерпимость к представителям других национальностей	6	6	0	0
7. Пьянство, алкоголизм	7	10	-3	9
8. Хамство, грубость, матерщина	8	8	0	0
9. Обогащение за чужой счет	9	7	2	4
10. Деловая необязательность	11,5	9	2,5	6,25
11. Проституция	11,5	11	0,5	0,25
12. Супружеская измена	12	13	-1	1
13. Уклонение от уплаты налогов	13	12	1	1
14. Аборт	14	18	-4	16
15. Дача/получение взятки	15	14	1	1
16. Сопротивление полиции	16	16	0	0
17. Присвоение найденных денег, вещей	17	15	2	4
18. Уклонение от армии	18	17	1	1
19. Безбилетный проезд	19	19	0	0
Сумма квадратов разности рангов				45,5

Определим величину коэффициента Спирмена:

$$r_s = 1 - (6 \times 45,5) : (19 (361 - 1)) = 1 - 0,04 = 0,96.$$

Из таблицы «Критические значения коэффициента ранговой корреляции Спирмена» следует, что при количестве строк, равном 19, для уровня значимости 0,005 критическое значение коэффициента равно 0,584. Это значительно меньше полученного коэффициента 0,96, что означает снова почти полное совпадение позиций младшего и старшего поколений теперь уже относительно поступков, которые не могут быть оправданы.

Обратимся к данным исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) от 2014 года с выборкой в 1600 человек [5]. Рассмотрим таблицу, на основании которой можно судить о том, какие качества, по мнению молодых людей и представителей старшего поколения, присущи современной российской молодежи, см. табл. 4.

Таблица 4

Качества, присущие молодежи, по мнению разных поколений, %

Качества	Представители молодого поколения (до 35 лет)	Представители старшего поколения (после 35 лет)
1. Ориентация на материальные ценности	76	75
2. Лень	58	57
3. Невнимание к здоровью	51	56
4. Общительность	75	70
5. Аккуратность	67	59
6. Активность	65	55
7. Доброжелательность	52	45
8. Любовь к спорту	61	51
9. Храбрость	53	47
10. Честность	46	42
11. Лицемерие	41	38
12. Равнодушие	42	44
13. Вежливость, культура	43	50
14. Атеизм	45	49
15. Религиозность	30	27
16. Отсутствие кумира	57	41

Снова проранжируем данные таблицы, указав разность между рангами и квадраты разностей между рангами.

Таблица 7

Качества	Ранги, молодое поколение	Ранги, старшее поколение	Разность рангов	Квадраты разности рангов
1. Ориентация на материальные ценности	1	1	0	0
2. Лень	6	4	2	4
3. Невнимание к здоровью	10	5	5	25
4. Общительность	2	2	0	0
5. Аккуратность	3	3	0	0
6. Активность	4	6	-2	4
7. Доброжелательность	9	11	-2	4
8. Любовь к спорту	5	7	-2	4
9. Храбрость	8	10	-2	4
10. Честность	11	13	-2	4
11. Лицемерие	15	15	0	0
12. Равнодушие	14	12	2	4
13. Вежливость, культура	13	8	5	25
14. Атеизм	12	9	3	9
15. Религиозность	16	16	0	0
16. Отсутствие кумира	7	14	-7	49
Сумма квадратов разности рангов				136

Определим степень различия мнений разных поколений относительно качеств, присущих молодежи, через коэффициент Спирмена:

$$r_s = 1 - (6 \times 136) : (16 \times (256 - 1)) = 1 - 0,2 = 0,8.$$

Согласно таблице «Критические значения коэффициента ранговой корреляции Спирмена» при количестве строк, равном 16, для уровня значимости 0,005 критическое

значение коэффициента равно 0,635. Это означает, что при нашем коэффициенте 0,8 можно снова говорить о почти полном совпадении позиций представителей молодежи и старшего поколения теперь уже относительно качеств, присущих молодежи.

Зафиксируем в качестве противоречия то, что мы получили в результате сравнения ценностных ориентаций молодого и старшего поколений: очевидно, что различие между ценностными ориентациями *должно быть*, но результаты рассмотренных социологических исследований значимого различия *не обнаруживают*. Можно предположить, что сам метод анкетного опроса – с указанием готового списка вариантов ответа – не позволяет эти различия зафиксировать в качестве значимых.

Чтобы проверить это предположение, обратимся к определениям молодежи в литературе. Рассмотрим определение молодежи в книге «Обучение социальному проектированию: глоссарий» [6].

Молодежь – это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик и обусловленных этим, а также характером культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации социально-психологических свойств. Современные возрастные границы от 14-16 до 25-30 лет.

Мы видим типичное определение через подведение определяемого понятия под более широкое по объему родовое понятие и указание видового признака, отличающего определяемый предмет [7, с. 48-49].

В качестве рода выступает первая часть определения. И действительно, кроме молодежи, существуют другие социальные группы, например, пенсионеры, которых тоже можно выделить на основе совокупности возрастных характеристик, и т. д. В качестве вида выступает вторая часть определения, где указывается возрастная граница: от 14-16 до 25-30 лет. Но очевидно, что сама по себе данная возрастная (физиологическая) граница еще не диктует какие-либо содержательные социальные характеристики. В иных обществах люди этого же возраста считаются вполне взрослыми.

Рассмотрим определение молодежи в «Социологическом словаре» (проект Socium). Молодежь – большая социальная группа, обладающая специфическими социально-демографическими характеристиками, ценностными ориентациями, мотивацией деятельности, направленностью социальной мобильности, особенностями включения в различные социально-стратификационные слои, конструированием жизненных планов, что

определяется как возрастными особенностями молодых людей, так и тем, что их социально-экономическое положение и духовный мир находятся в состоянии становления» [8].

В этом определении мы снова обнаруживаем то, что можно представить как род: большая социальная группа, обладающая специфическими социально-демографическими характеристиками, ценностными ориентациями и т. д., вплоть до «конструирования жизненных планов». Ведь и пенсионеры тоже обладают этими характеристиками. Но есть указание на видовое отличие: возрастные особенности молодых людей. Правда, получается, что *молодежь* определяется через *молодых людей*, тем самым нарушается запрет так называемого порочного круга, когда определяющая часть включает в себя элементы определяемой части. Примером такой ошибки будет следующее определение: неосторожное преступление – это преступление, совершенное по неосторожности [7, с. 50-51].

А вот уточнение, что социально-экономическое положение и духовный мир молодежи находятся в состоянии *становления*, вроде бы соответствует требованию указать искомый вид большой социальной группы. Однако необходимо признать, что состояние становления можно отнести не только к молодежи. Например, дети, представляя большую социальную группу, тоже находятся в состоянии становления. Тем не менее налицо по крайней мере попытка указания содержательного видового отличия молодежи от иных больших социальных групп.

Соединив возрастную границу от 14-16 до 25-30 лет с ситуацией становления, мы получаем с логической точки зрения более или менее приемлемое определение молодежи современного российского общества. Теперь российскую молодежь можно определить в качестве социальной группы в возрастном интервале от 14-16 лет до 25-30 лет, находящейся в ситуации становления социально-экономического положения и духовного мира.

Но что означает ситуация становления? Очевидно, что речь идет об отсутствии установившегося, или устоявшегося, например, вот этого, а не другого списка ценностных ориентаций, свойственных преимущественно именно молодежи, которые можно отличить от ценностных ориентаций иных больших социальных групп. В таком случае необходимо допустить, что исследования, *предполагающие* наличие установившихся ценностных ориентаций у молодежи, не должны позволить зафиксировать искомое отличие молодежи от других больших социальных групп. Именно это, с нашей точки зрения, объясняет проанализированные выше результаты социологических исследований ценностных ориентаций молодежи.

Библиографический список

1. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. М.: СЦПМ, 2010.
2. Рабочая книга социолога / под общ. ред. и предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 480 с. Приложение. Таблица Г.
3. Паниotto В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. Киев, 2003. Гл. 2.
4. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. М.: СЦПМ, 2010.
5. Всероссийский центр изучения общественного мнения. Российская молодежь: какой она представляется самой себе – и какой ее видит старшее поколение // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены – 2014, пресс-выпуск № 2614 [Электронный ресурс]. URL: <http://nasha-molodezh.ru/society/rossiyskaya-molodezh-kakoy-ona-predstavlyaetsya-samoy-sebe-i-kakoy-eyo-vidit-starshee-pokolenie.html> (дата обращения: 17.03.2017).
6. <http://voluntary.ru/termin/molodezh.html> (Дата обращения 17.08.17).
7. Кириллов В.И., Старченко А.А. Логика: учебник для юридических вузов. М., 2008.
8. <http://voluntary.ru/termin/molodezh.html> (Дата обращения 17.08.17).

УДК 31

Кузнецова Ю.А. Проблемы лингвоэкологии в процессе ассимиляции мигрантов в современной Германии

Linguoecological problems in the process of assimilation of migrants in modern Germany

Кузнецова Юлия Андреевна

Кандидат экономических наук, доцент
кафедры иностранных языков № 3

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Kuznetsova Yulia Andreevna

Ph.D., Associate Professor, Department of foreign languages №3

Russian University of Economics named after G.V. Plekhanov

Аннотация. Данная статья посвящена проблемам лингвоэкологии в процессе ассимиляции мигрантов в современной Германии. Автор раскрывает факторы, оказывающие негативное влияние на классический немецкий язык, а именно: мигранты, говорящие в гетто на ограниченном немецком, использование молодежного сленга в своей речи людьми различных социальных слоев, масс-медиа и социальные сети, способствующие быстрой передаче информации и сокращению печатных знаков и др. В статье сделан вывод о том, что немецкому правительству необходимо задуматься не только об интеграции мигрантов, их взаимодействии с коренным населением, но и о способах поддержания экологии немецкого языка.

Ключевые слова: лингвоэкология, классический немецкий язык, массовая миграция, развитие немецкого языка, доминирующая культура, интеграция, сленг, миграционная политика.

Abstract. This article raises the problems of linguoecology in the process of migrant assimilation in modern Germany. The author reveals the factors that have a negative impact on the classical German language, namely: migrants who speak limited German in ghetto, the use of youth slang by people of different social strata, media and social networks that facilitate the rapid transfer of information and reduction of printed characters, etc. The article concludes that the German government needs to think not only about integration of migrants, their interaction with indigenous population, but also about the ways of support of ecology of the modern German language.

Keywords: linguoecology, classical German language, mass migration, German language development, dominant culture, integration, slang, migration policy.

Недавно опубликованные результаты социологического исследования истинного влияния массовой миграции на Германию показали неутешительную статистику – 18,6 миллионов человек, а это чуть более пятой части жителей страны, в настоящее время приехали в страну из-за границы.

Научно доказано, что существующие реалии оказывают влияние на лексическое содержание языка. Мы являемся свидетелями трансформаций, которые происходят в современном немецком языке под давлением геополитических факторов [3].

В Германии растет не только число мигрантов, но и негативное влияние на немецкий язык: немецкий язык становится проще. Все происходит от того, что мигранты учат немецкий не столь старательно, и коренные немцы постепенно перенимают самые популярные ошибки.

Одной из особенностей немецкого языка является наличие артиклей. Например, для носителей русского и турецкого языков, непривыкших к использованию подобной единицы, проблема определения необходимости использования неопределённого или определённого артикля является первостепенной. Следующей проблемой является различие в родах слов. «Солнце» в русском языке используется как слово среднего рода, когда в немецком языке – женского. Сначала путается род у слова, затем начинает опускаться использование артиклей, что в свою очередь приводит к упрощению языка при использовании в социальных сетях. В немецком языке всего 4 падежа, но и они представляют сложность для мигрантов, и чаще всего падежные окончания ими игнорируются. Мигранты, которые коверкают слова, не следят за порядком слов в предложении, говорят в гетто на ограниченном немецком, оказывают огромное негативное влияние на речь коренных немцев. Люди различных социальных слоев начинают использовать молодежный сленг в своей речи, чтобы «быть в тренде». Это лишь малая категория «влияющих» на немецкий язык. Масс-медиа и социальные сети способствуют быстрой передаче информации и сокращению печатных знаков [6]. Неформальный язык постепенно затмевает формальный, что неудивительно, ведь большинство компаний старается придерживаться политики общения без учета уровня работника в иерархической структуре компании. Kurzdeutsch, по-русски «краткий немецкий», появился от слияния грамматики немецкого и турецкого языков: в турецком языке отсутствуют артикли и предлоги. Упрощенные слова появляются изначально среди молодежи как сленг, и затем молодежный жаргон перерастает во всеобщее пользование [5]. Бытует мнение, что развитие немецкого языка еще «увидит свои лучшие дни». Kurzdeutsch может исчезнуть через несколько лет, так как осядет в качестве разговорного языка одного поколения. Такой исход существования Kurzdeutsch берлинским исследователям кажется наиболее вероятным. Они считают также, что нет нужды опасаться, что в школах детям будут прививаться неправильные знания по грамматике немецкого языка. "Большинство людей, пользующихся таким сленгом, прекрасно осознают, что это сленг, и в состоянии построить фразу грамматически правильно..." , - считают языковеды. В общем-то, не только мигранты виноваты в глобальных изменениях немецкого языка. Даже если многие из них в повседневной жизни говорят на чистейшем классическом немецком или на его региональном диалекте, термин «немецкий мигрантов» не теряет своей актуальности. Он употребляется для описания определенных новых форм в немецком языке, появившихся в последние годы вследствие миграции. Его также называют «Türkendeutsch» («турецким немецким»), «Kanak Sprak» («канакским языком»), «Kiezsprache» («немецким на районе») или «этнолектом». Несмотря на это, многие лингвисты сходятся во мнении о том, что если ребенок с рождения будет говорить на двух языках и расти в среде, где два языка постоянно используются в речи, то постепенно такой ребенок овладеет обоими языками на уровне носителя. Детям, которые дома говорят на родном языке, нужно начинать знакомиться с немецким как можно раньше. Для того чтобы ни один ребенок не

остался в стороне, необходима речевая диагностика и программы по поддержке [7]. Лингвисты планируют и дальше внимательно наблюдать за тем, что будет происходить с полиэтнолектом в мультикультурных кварталах. А пока можно только выдвигать гипотезы о том, откажутся ли подростки с возрастом от этого стиля речи или нет, перейдет ли он к следующему поколению, будет ли он развиваться дальше и, что не менее важно, будет ли он оказывать влияние на классический немецкий язык. Нарастающее недовольство появляется не только среди коренных немцев, но и среди мигрантов, ведь вопрос благополучного взаимодействия обеих культур все ещё остаётся проблемным аспектом в ведении миграционной политики Германии.

Можно с уверенностью утверждать, что миграционный поток также не способствует и культурному обмену в целом. Ни мигранты, ни коренное население не ищут точек соприкосновения между своими культурами. И те и другие проводят четкую границу между жизненным укладом своей и чужой страны. Непринятие мигрантов коренным населением и нежелание «гостей» жить по существующим в принимающей стране правилам только отдаляет их друг от друга [4]. Недостаток языковых курсов, огромные сложности с вызовом в Германию семей и минимум перспектив на рынке труда сводят на нет немало усилий, прилагаемых для успешной интеграции. Несколько тысяч человек даже воспользовались программой для добровольного возвращения на родину. Многочисленные разговоры о возможностях, которые несет массовая миграция, сменились вопросом о том, как можно поскорее отправить на родину тех, кому было отказано в предоставлении убежища. Масла в огонь подливают право популистские движения, с помощью националистических и ксенофобских лозунгов возбудившие в стране недовольство миграционной политикой и вынуждающие к действиям правящие партии.

Дискуссии вокруг вопроса интеграции мигрантов подогреваются предстоящими выборами. В то время как действующее правительство придерживается политики «открытых дверей», приверженцев мнения о том, что мигранты должны принимать «доминирующую культуру» становится все больше. Под «доминирующей культурой» в данном контексте понимается уважение творений Баха и Гёте и отказ от исламских вуалей. "Дебаты о господствующей культуре давно назрели", - сказал баварский консерватор Андреас Шойер. В любом случае сейчас, на мой взгляд, немецкому правительству стоит задуматься не только об интеграции мигрантов, их взаимодействии с коренным населением, но и о поддержании экологии немецкого языка.

Библиографический список

1. Григорян А.Э. Философия лингвоэкологии в исследовании коммуникативного пространства / А.Э. Григорян // Право и практика. – 2017. – № 1. – С. 219.

2. Григорян А.Э. К анализу тенденций коммуникативной культуры в современной философии эмотивной лингвозкологии / А.Э. Григорян // Наука, технологии, техника: современные парадигмы и практические разработки. Сборник научных трудов по материалам I Международного научно-практического форума. – 2017. – С. 396-404.
3. Кудряшова И.А., Селиванова И.В. Отражение современного геополитического кризиса на семантическом содержании испанского и немецкого языков или потенциальные результаты «войны цивилизаций» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. №6 (60): в 3-х частях. Ч. 1. С. 126-128
4. Рожина Е. Ю., Селиванова И. В. Влияние угрозы терроризма на состояние индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] // Сервис в России и за рубежом. - 2016. - Т.10. - № 3 (64). - С. 244-253
5. Торосян Л.Д., Степаненко К.А. Современная образовательная среда в концепции индивидуализации и дифференциации обучения иностранному языку в высшей школе // Право и практика. – 2017. – № 3. – С. 279-285.
6. Торосян Л.Д. Степаненко К.А., Ефимова Л.Н. К вопросу о необходимости лингвистической подготовки кадров в сфере индустрии туризма в Северобайкалье // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. № 3 (64). – С. 60-72.
7. Шехирева Н.А. К вопросу о профильно-ориентированном обучении английскому языку в высшей школе. Основные приемы и технологии // Инновационные компетенции и креативность в исследовании и преподавании языков и культур. Сборник научных трудов III Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. 2-е изд., доп., испр. и перераб. / под ред. С.Н. Курбаковой, Г.П. Бакулева., 2010. – С. 260-265.
8. Шехирева Н.А. К вопросу о специфике продукт-ориентированного обучения письменной речи в условиях инновационного иноязычного образования // Культурно-языковое взаимодействие в процессе преподавания дисциплин культурологического и лингвистического циклов в современном полиэтническом вузе: сб. статей по материалам III Всерос. (с междунар. участием) науч.-метод. конф. / под ред. Л.Д. Торосян. – М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2017. – С. 310–316.
9. http://mignews.com/news/251017_131533_55757.html
10. <http://www.dw.com/ru/как-мигранты-вливают-на-немецкий-язык/a-16147754>

СЕКЦИЯ 4. СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 303.442.

Джаникешева Б.Т. Возникновение и этапы развития социологии управления

History and development of sociology of management

Джаникешева Балганым Талаповна

магистр экономических наук

Евразийский индустриально-экономический колледж

Dzhanikesheva Balganyam

Magister of economical science

Eurasia industrial- economical college

Аннотация. В статье рассматриваются дискуссионные вопросы о предмете, объекте и методах современной социологии управления.

Ключевые слова: социология управления, процессы, система управления.

Abstract. In this article author researches discussed questions on subject, objects and methods of contemporary sociology of management.

Keywords: sociology of management, processes, system of management.

Управление – это механизм упорядочения взаимодействия людей, стремящихся получить более высокий статус и лучшее место под солнцем. Социология управления изучает закономерности оптимального и эффективного управления людьми в социальных системах, т.е. решает проблемы социального управления. Если социология управления – это научная дисциплина, то социальное управление – область практической деятельности. Социальное управление является инструментом целенаправленного, сознательного, планомерного регулирования системы общественных отношений. Категория «социальное управление» рассматривается в двух смыслах слова: широком и узком. В широком смысле – это управление всеми и любыми общественными процессами в отличие от управления в биологических и технических системах. Это органически присущее общественной системе явление, обеспечивающее сохранение ее целостности, качественной специфики, воспроизводство и развитие. К факторам, регулирующим общественную жизнь, следует отнести: систему факторов, заложенных в природе человека и обусловленных окружающей средой, которые принято называть законами общественного развития; совокупность включенных в общественный процесс и связанных с ним случайных событий, которые усиливают или ослабляют, а подчас и блокируют действие объективных законов, т.е. препятствуют естественному развитию общества и человека; систему управленческих действий, более или менее полно отвечающих текущим, перспективным и глобальным задачам развития человеческого общества.

В широком смысле социальное управление может быть стихийным, выступающим как

результат воздействия на общество различных сил, массы случайных единичных актов (например, рынок), сознательным, т.е. осуществляемым социальными институтами и организациями (например, государством). В узком смысле социальное управление – это управление процессами и явлениями социальной сферы общественной жизни, средство реализации социальной политики. В этом отношении социальное управление представляет собой осознанное, систематическое, целенаправленное воздействие на социальные объединения по упорядочению и совершенствованию их социально деятельностной структуры. Социальное управление призвано способствовать выявлению возникающих социальных проблем, разработке и реализации современных методов их решения, достижению его планируемых состояний и характеристик.

Сущность социологического подхода к управлению состоит в выделении трех его компонентов. Первый – ядро механизмов управления. Это целенаправленное управляющее воздействие, включающее целеполагание и цели осуществление.

Вторым компонентом является социальная самоорганизация, т.е. спонтанные процессы внутри коллективного регулирования: лидерство, шкала престижа, неформальное группообразование, социальные нормы. Социальная самоорганизация существует на всех уровнях организации общества, начиная с общества как целого и кончая первичными группами. Ее отличительный признак – спонтанность, т.е. самопроизвольность, отсутствие единого субъективного начала. Оба названных компонента образуют третий – организационный порядок. Организационный порядок – это система долговременных, относительно стабильных целей, связей и норм, регулирующих отношения, возникающие между организациями, а также между подразделениями и людьми как членами организаций по поводу осуществления их функций. Этот компонент включает в себя как продукты прошлого управленческого труда (решения, приказы и т.д.), так и систему стихийно сложившихся правил и норм отношений в коллективе. б) цели социального управления. В основе любого управляемого процесса лежит понятие цели. Формирование цели становится одной из важнейших функций и одним из качественных параметров, характеризующих целостную систему управления.

С понятием цели тесно связано понятие задачи, которое образует взаимосвязанную цепочку, где каждая последующая частная задача конкретизирует общую цель. Конечная цель реальной деятельности может быть названа ее общей задачей, а частные задачи, выступающие в качестве средств решения основной, можно назвать промежуточными целями или целями второго порядка. Таким образом, определение цели позволяет упорядочить процесс управленческой деятельности в виде последовательности решения основных, частных, а также дополнительных задач единого управленческого цикла. Имея конкретное, ситуационное содержание, управленческий процесс, тем не менее, осуществляется в соответствии с определенной логикой. Данная логическая связь проявляется

и реализуется через систему общих принципов управления. Под принципами социального управления принято понимать исходные основополагающие требования, которые обеспечивают эффективное функционирование всего управленческого механизма. Одним из основополагающих управленческих принципов является принцип научности. Он означает все более полное познание и использование в реальной практике управления законов общественного развития. Принятие научно обоснованных решений также означает: анализ и применение лучшего мирового опыта в управлении; обеспечение соотносительного баланса экономичности, технологичности и экологичности процесса управления. Следующим немаловажным принципом управления можно считать системный (комплексный) подход. Рассматриваемая социальная система управления состоит из управляющей и управляемой подсистем. Каждая из подсистем в свою очередь распадается на совокупность элементов и имеет внутреннюю структуру. Но рассматриваются они как комплексное единое целое в системе. Системный подход означает, что руководители любого уровня могут оценить ситуацию в целом. Решения принимаются с учетом всех обстоятельств и возможных последствий для управляемого объекта, как единой системы. Данный подход предполагает также правильное определение основных задач развития управляемого объекта, учет различных путей достижения намеченных целей и выбор оптимального варианта решения поставленной задачи.

Руководство – это особый вид деятельности, основная функция которого состоит в интеграции трудовой активности работников различных профессий, разного уровня квалификации по достижению единой цели. Иначе говоря, это работа руководителя с подчиненными в непосредственном контакте по решению служебных задач. В этом смысле социологический подход предполагает анализ руководства как особого отношения между людьми в организации. Руководство выступает как отношение между различными статусами, уровнями административной структуры, имеющее под собой правовую основу и проявляющееся в виде односторонней зависимости одного работника от другого. Вместе с тем, это и отношение между личностями, специфический тип общения.

Поскольку социологию организаций можно трактовать как важную предметную составляющую социологии управления, то в определении ее сущности огромную роль играет специфика предметной области социологической науки. Дело в том, что основная функция организации и как процесса, и как специфического социального образования традиционно связывается с функцией обеспечения социального порядка как важнейшей предпосылке совместной деятельности. Но именно проблема обеспечения социального порядка, поставленная еще Т. Гоббсом, на протяжении многих лет рассматривалась большинством социологов в качестве центральной проблемы.

Библиографический список

1. Ивченко, Б.П. Управление в экономических и социальных системах [Текст] / Б.П. Ивченко, Л.А. Мартыщенко, М.Е. Табухов.- СПб: Нордмед-издат, 2001.- 248 с.
2. Волков, Ю.Г. Социология [Текст] / Ю.Г. Волков, И.В. Мостовая; под ред.проф. В.И. Добренькова.- Москва: Гардарики, 2008.- 432с.
3. Касьянов, В.В. Социология [Текст] / В.В. Касьянов.- Ростов н/Д: Феникс, 2002.- 416 с.
4. Баймуратов, У. Социальная экономика [Текст]. Том 4. Избранные научные труды / У. Баймуратов.- Алматы: БИС, 2005.- 320 с.

УДК 378.14

Закирова Д.Ф. Практические аспекты управления инновационным образовательным процессом в социальных институтах

Practical aspects of management of innovative educational process in social institutions

Закирова Динара Фаритовна,

магистрант

Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический

университет

Zakirova Dinara Faritovna,

undergraduate

South Ural state humanitarian-pedagogical University

***Аннотация.** Автором в данной статье рассматривается проблема эффективности управления образовательной организации как необходимого компонента сопровождения инновационных процессов в образовании.*

***Ключевые слова:** педагогическая инновация, непрерывное профессиональное образование, подготовка педагога профессионального обучения.*

***Abstract.** The author of this article considers the problem of efficiency of management of educational organizations as a necessary component of support of innovative processes in education.*

***Keywords:** pedagogical innovation, continuous professional education, preparation of teacher of professional training.*

Управление было признано самостоятельной областью в XX веке. Причем, понятие управления используется в разных науках и имеет различные аспекты. Но при этом все исследователи считают управление важнейшим видом деятельности. Питер Ф. Друкер считает, что управление - это «особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную, целенаправленную и производительную группу» [13, с. 36].

В теории существуют разные подходы к выделению признаков управления и разные управленческие школы. Наша цель заключается в том, чтобы проанализировать эти подходы и определить их значимость для решения проблем управления образовательным учреждением. Основными в этом плане являются работы основоположников теории управления Ф. Тейлора, Л. Урвика, А. Файоля, Г. Эмерсона, М. Вебера, а также отечественных управленцев В. Г. Афанасьева, В. И. Бовыкина, А. М. Гвишиани, С. Д. Ильенковой и других.

В результате этих исследований сложились школы управления: - школа научного управления; - классическая или административная школа; - школа человеческих отношений; школа поведенческих наук; количественная школа.

Представители каждой школы внесли свой вклад в развитие теории и практики управления. В 1911 году Ф. У. Тейлор опубликовал книгу «Принципы научного управления», которая дала повод утверждать о признании управления как самостоятельной науки и предмета специальных исследований.

Научная школа управления в основе своего подхода к решению управленческих проблем определяет два главных принципа:

- принцип вертикального разделения труда, когда за руководителем закрепляется функции планирования и организации, а за работником - функция исполнения поставленной задачи;

- принцип измерения труда, когда наблюдения, замеры, анализ результатов труда может усовершенствовать процесс трудовой деятельности.

Ф. У. Тейлор сформулировал на основе научного подхода к решению управленческих проблем обязанности руководителя: - выработка единого фундамента; - тщательный отбор работников, их последующее обучение; - сотрудничество с работниками и обязательное поощрение их; - равномерное распределение труда и ответственности между администрацией и заместителями.

Эти положения, на наш взгляд, в полной мере учитываются и в теории управления школой и образовательными процессами. На современном этапе развития теории и практики управления принципы научного управления являются значимыми.

Административная школа управления [А. Файоль и др.] предложила «универсальные» принципы управления - власть и ответственность, дисциплина, единоначалие, единство дирекции, подчиненность личных интересов общественным, справедливое вознаграждение персонала, централизация, скалярная цепь подчинения в иерархии, порядок, справедливость, стабильность работы для персонала, инициатива, корпоративный дух [13, с. 49-50]. На наш взгляд, эти принципы также не утратили своей актуальности. И многие проблемы управления различными системами, в том числе и школой, возникают из-за пренебрежения ими.

Важный вклад административной школы в теорию управления состоял в том, что управление рассматривается как универсальный процесс, состоящий из определенных функций - планирование, организация, распоряжение, координация и контроль.

Основные положения классической школы управления, сформулированные М. Вебером и другими, включают такое понятие, как «сложные организационные системы». Именно в отношении этих систем определяются формальные правила управления, без выполнения которых невозможно эффективное управление. Например, если подчиненный действовал в строгом соответствии с правилами и инструкциями, то и руководитель не может поступать произвольно. Полномочия управляющего определяются его должностными функциями, а не личными качествами и пристрастиями [75, с. 86].

Классическая школа управления позволяет осуществлять решение проблем на основе жесткой регламентации. В аспекте нашей проблемы исследования регламентация выражается в разработке учебных планов, образовательных программ, выработке инструкций и рекомендаций, а также в следовании им. Однако классическая школа управления не решает проблему мотивации деятельности всех участников образовательного процесса.

Рассмотрение вопросов теории управления образовательными учреждениями позволило охарактеризовать содержание управления, модели функционального состава управления [Ю. А. Конаржевский, В. С. Лазарев, Л. В. Поздняк, М. М. Поташник, В. П. Симонов, Т. К. Чекмарёва, Т. И. Шамова и другие]. Ретроспективный анализ научных подходов и классических теорий управления, современной научно-методической литературы способствовал выделению традиционного и нового в процессе управления СПО, возможных инноваций в управленческих функциях менеджера дошкольным учреждением [педагогический анализ, планирование, организация, руководство, контроль]. Так, в функции «педагогический анализ» относительными новшествами могут являться самоанализ управленческой деятельности менеджера, проведение маркетинговых исследований, создание информационной службы и т. д., в функции «планирование» – создание единой плановой системы в детском саду, построенной на взаимосвязи стратегического, тактического, текущего планирования и т. д. В функции «организация» для большинства руководителей новшеством будет профессиональная диагностика педагогических кадров, научный подход к подбору, обучению педагогического и обслуживающего персонала и т. д. Данная систематизация нововведений стала основой информационного банка инноваций для руководителей дошкольных учреждений.

Выявление общих понятий теории управления [В. Н. Кузькин и др.] и экономики [П. И. Ваганов, Г. В. Гетманова, А. В. Матвеев и др.] в области инноваций позволили уточнить термин «управленческие инновации» и теоретически обосновать понятие «инновационная управленческая деятельность руководителя» СПО. Осуществление инновационной деятельности в образовательной организации требует формирования профессиональной готовности руководителей в области инновационного менеджмента. Содержание управленческих инноваций связано с внесением элементов нового в управленческий цикл, в организационную структуру и методы управления менеджера дошкольным учреждением, что приводит к развитию системы управления СПО. Разработка и освоение управленческих инноваций руководителем детского сада, внедрение их в практику повышает уровень профессионального управленческого мастерства менеджера СПО, качество управления, активизирует педагогов на нововведения в педагогическом процессе, а значит, способствует развитию образовательной организации среднего профессионального образования. При этом управленческая деятельность приобретает характер инновационной. Сформулированное определение инновационной управленческой деятельности носит общий характер, и приемлемо для характеристики деятельности руководителя образовательного учреждения другого вида.

Анализ исследований [Е. В. Давыткина, Л. М. Денякина, И. В. Тимофеева и др.] показал, что в состав управленческой деятельности менеджера включены управленческие функции, профессиональная управленческая подготовленность и др. Эти компоненты стали

основой при характеристике структуры инновационной управленческой деятельности в нашем исследовании.

Для отечественной педагогики традиционны исследования инновационной деятельности с точки зрения теории и практики внедрения достижений педагогической науки и распространения передового педагогического опыта [А. А. Арламов, Ю. К. Бабанский, А. Н. Бойко, Г. В. Воробьев, А. М. Гельмонт, В. И. Гусев, В. И. Журавлев, П. И. Карташов, В. Ю. Кухарев, З. Е. Михайлова, М. М. Поташник, М. Н. Скаткин, Я. С. Турбовской и др.].

В последнее время в педагогической инноватике внедрение и распространение передового опыта стали рассматриваться как виды инновационных процессов. Значительное место отводится изучению жизненного цикла инновационных процессов, классификации нововведений, источникам идей инновационной педагогики, актуализируется проблема нормативно-правового обеспечения инноваций.

В работах А. А. Арламова, М. С. Бургина, В. И. Журавлева, В. И. Загвязинского, А. Николса, Н. Р. Юфусбековой раскрываются общие особенности педагогических инновационных явлений: существование новшеств как идеальных продуктов деятельности новаторов, относительная растянутость существования педагогического феномена нововведений, целостный характер целей инноваций, существенная зависимость инновационных процессов от социально-педагогической ситуации, сложность определения результатов инноваций.

Проблема создания и внедрения нововведений требует исследования вопросов, не изучавшихся или разработанных в незначительной степени в нашей педагогике: о зависимости распространения новшеств от особенностей среды, закономерностях восприятия новшеств руководителями, педагогами, технологии инновационной подготовки, снятии психологических барьеров и др.

К настоящему времени выполнен ряд диссертационных работ, посвященных педагогической инноватике. Так, в работах В. П. Кваши и П. В. Коноплиной рассматриваются проблемы управления инновационными процессами в образовании. В исследовании М. В. Кларина обобщаются и анализируются инновационные модели учебного процесса в современной зарубежной педагогике. Основы теории инновационных процессов в сфере воспитания изложены в диссертации С. Д. Полякова.

В работах зарубежных авторов рассматриваются отдельные теоретические и практические аспекты инновационных процессов как процессов изменения в системе образования на основе различных педагогических новшеств. В исследованиях американских и английских педагогов [Х. Барнет, Дж. Бассет, Д. Гамильтон, Н. Гросс, Р. Карлсон, М. Майлз, А. Хаберман, Р. Хейвлок, Д. Чен, Р. Эдем и др.] анализируются вопросы управления инновационными процессами, организации изменений в образовании, условия,

необходимые для «жизнедеятельности» инноваций, планирование инноваций, способы их рекламирования.

Достаточно глубоко разработан социально-психологический аспект распространения нововведений в американской инноватике [Э. Роджерс и др.]: типология участников инновационного процесса, их отношение к новшеству, готовность к восприятию и др.

В методологическом плане проблему инновационной деятельности правомерно рассматривать в параметрах творчества и инноваций. В этой связи представляет большой интерес феномен учителей-новаторов конца 80-х - начала 90-х гг., а также педагогов - создателей альтернативных и авторских школ [начало 90-х гг.].

Демократизация всех сторон экономической и общественной жизни существенно повлияла на социокультурные позиции педагогов. В нашей стране началось «массовое внедрение» уже существующих новых педагогических систем, отдельных методик, учебных курсов, предметов, дисциплин. Появились последователи и ученики различных ветвей школы развивающего обучения [В. В. Давыдова, Л. В. Занкова, В. Ф. Шаталова и др.]. Инновационные группы столкнулись с проблемами, порождаемыми любым нововведением в образовательной сфере [совмещение инновационных программ с уже существующими учебными планами и программами, сосуществование сторонников различных педагогических концепций, раскол педагогического сообщества, несоответствие новых типов образовательных учреждений требованиям родителей, потребность в новых учебниках и программах, в новом типе педагога-новаторе и др.].

Другой аспект проблемы инновационной деятельности заключается в адаптировании новшества к современным условиям. При этом нередко имеет место механический перенос, что приводит в результате игнорирования специфики системы образования, ее истории и традиций к потере смысла новшества.

Особую актуальность приобретает и проблема изменения новшества в период, когда становится ясно, что нововведение теряет свою роль в развитии образовательного учреждения. Тогда возникает необходимость изменить нововведение, предусмотреть новые варианты его развития, что в свою очередь зависит от сформированности творческого мышления педагога.

Очевидно, что инновационное движение все более теряет свою однородность, в связи с этим возникает необходимость осознания его сущности. Центральной, если не главной, проблемой становится воспроизводство инновационности и создание условий, обеспечивающих ее успешное развитие.

Вместе с тем в настоящее время как в теории, так и в практике не получили должного научного обоснования проблемы управления инновационными процессами в образовательных учреждениях, в том числе в дошкольных.

Педагогические инновационные процессы стали для ученых предметом специального изучения примерно с конца 50-х годов на Западе и в последние десятилетия - в нашей стране.

Поиски решения педагогических проблем инноватики связаны с анализом имеющихся результатов исследования сущности, структуры, классификации и особенностей протекания инновационных процессов в сфере образования.

Развитие педагогической инноватики в нашей стране связано с возникновением противоречия между появившейся потребностью в ускоренном развитии образовательных учреждений и неумением руководителей, педагогов ее реализовать.

Проблема организации деятельности образовательной организации среднего профессионального образования стала предметом исследований В. Г. Алямовской, К. Ю. Белой, Н. И. Карповой, Н. Е. Корниенко, Н. Д. Маханевой и других. В работах А. К. Бондаренко, Е. Ю. Демуровой, М. И. Журавлевой, Т. С. Комаровой, Л. А. Островской, Л. В. Поздняк, М. Р. Рахимовой, Л. Г. Семушиной, К. Д. Сергеевой, Р. Я. Спружа, О. И. Соловьевой, А. Н. Троян и других определены сущность и способы управления дошкольным учреждением.

Однако научные поиски эффективной организации работы дошкольных образовательных учреждений ведутся в разрозненных направлениях: одни авторы рассматривают проблемы организации работы образовательной организации среднего профессионального образования; другие – условия создания нормативно-правовой и финансово-хозяйственной деятельности; третьи – качество методического обеспечения педагогического профессионального обучающе-образовательной работы в образовательной организации, что затрудняет решение основных вопросов управления педагогическим процессом [К. Ю. Белая, Л. М. Денякина, О. Л. Князева, М. Д. Маханева, Р. Б. Стеркина и другие].

Изучение фактического состояния управления инновационным педагогическим процессом в образовательной организации профессионального образования показало, что большинство руководителей, педагогов не владеют механизмом его управления.

Анализ практики показывает, что реализация новой управленческой парадигмы не может в полной мере произойти спонтанно под влиянием стихийных управленческих действий в организации педагогического процесса. Новые подходы к его управлению в образовательной организации профессионального образования связаны с неизбежной ломкой профессиональных стереотипов и дидактических канонов в работе руководителей и педагогов, с формированием у них иного типа педагогического мышления, серьезной перестройкой потребностно-мотивационной сферы.

Анализ философской, психолого-педагогической литературы и опыт практической деятельности дошкольных учреждений показал, что теоретические основы управления дают возможность многопланового, расширенного к пониманию управления педагогическим процессом в образовательной организации профессионального образования как

самостоятельной подсистемы, находящейся в развитии. Это позволяет создать алгоритм и разработать модель управления педагогическим процессом в образовательной организации, соответствующую современным требованиям, предъявляемым к управлению учреждениями образования и качественно улучшит педагог профессионального обучения образовательную работу с обучающимися образовательной организации СПО.

При изучении генезиса инновационных процессов в образовательном пространстве анализируются инновационные модели учебного процесса в современной зарубежной педагогике. Основы теории инновационных процессов в сфере воспитания изложены в диссертации С. Д. Полякова.

В работах зарубежных авторов рассматриваются отдельные теоретические и практические аспекты инновационных процессов как процессов изменения в системе образования на основе различных педагогических новшеств. В исследованиях американских и английских педагогов [Х. Барнет, Дж. Бассет, Д. Гамильтон, Н. Гросс, Р. Карлсон, М. Майлз, А. Хаберман, Р. Хейвлок, Д. Чен, Р. Эдем и др.] анализируются вопросы управления инновационными процессами, организации изменений в образовании, условия, необходимые для «жизнедеятельности» инноваций, планирование инноваций, способы их рекламирования.

Достаточно глубоко разработан социально-психологический аспект распространения нововведений в американской инноватике [Э. Роджерс и др.]: типология участников инновационного процесса, их отношение к новшеству, готовность к восприятию и др.

В методологическом плане проблему инновационной деятельности правомерно рассматривать в параметрах творчества и инноваций. В этой связи представляет большой интерес феномен учителей-новаторов конца 80-х - начала 90-х гг., а также педагогов - создателей альтернативных и авторских школ [начало 90-х гг.].

Демократизация всех сторон экономической и общественной жизни существенно повлияла на социокультурные позиции педагогов. В нашей стране началось «массовое внедрение» уже существующих новых педагогических систем, отдельных методик, учебных курсов, предметов, дисциплин. Появились последователи и ученики различных ветвей школы развивающего обучения [В. В. Давыдова, Л. В. Занкова, В. Ф. Шаталова и др.]. Инновационные группы столкнулись с проблемами, порождаемыми любым нововведением в образовательной сфере [совмещение инновационных программ с уже существующими учебными планами и программами, сосуществование сторонников различных педагогических концепций, раскол педагогического сообщества, несоответствие новых типов образовательных учреждений требованиям родителей, потребность в новых учебниках и программах, в новом типе педагога – новаторе и др.].

Другой аспект проблемы инновационной деятельности заключается в адаптировании новшества к современным условиям. При этом нередко имеет место механический перенос,

что приводит в результате игнорирования специфики системы образования, ее истории и традиций к потере смысла новшества.

Особую актуальность приобретает и проблема изменения новшества в период, когда становится ясно, что нововведение теряет свою роль в развитии образовательного учреждения. Тогда возникает необходимость изменить нововведение, предусмотреть новые варианты его развития, что в свою очередь зависит от сформированности творческого мышления педагога.

Очевидно, что инновационное движение все более теряет свою однородность, в связи с этим возникает необходимость осознания его сущности. Центральной, если не главной, проблемой становится воспроизводство инновационности и создание условий, обеспечивающих ее успешное развитие.

Вместе с тем в настоящее время как в теории, так и в практике не получили должного научного обоснования проблемы управления инновационными процессами в образовательных учреждениях, в том числе в дошкольных.

Исследователи инновационных процессов [А. Г. Кругликов, Н. И. Лапин, А. И. Пригожий, Б. В. Сазонов, Н. А. Степанов и др.] выделяют два подхода к изучению структуры инновационных процессов: предметно-феноменологический или предметно-технологический на микроуровне индивидуального новшества, а также макроуровень взаимодействия отдельных нововведений.

Новизна один из основных критериев оценки педагогических исследований, это основной результат творческого процесса, это свойство и самостоятельная ценность любого нововведения.

Новизна любого средства относительна как в личностном, так и во временном [историческом] плане. То, что ново для одного учителя, может быть не новым для другого. Новизна всегда носит конкретно-исторический характер. Рождаясь в конкретное время, прогрессивно решая задачи конкретно-исторического этапа, новшество может быстро стать достоянием многих, нормой, общепринятой массовой практикой, или устареть, стать тормозом развития в более позднее время.

М. М. Поташник отмечает, что инновационный процесс имеет сложное строение, он полиструктурен [многообразен по своей структуре]. Становясь широко применяемым и все более модным, понятие инновации и инновационной деятельности зачастую начинает употребляться неадекватно. По нашему мнению, инновационную деятельность, инновационные процессы и соответственно инновационные организации следует отличать от локального изобретательства, от ситуаций появления или внедрения отдельных новшеств.

Если в школьный учебный план ввели два часа на новый учебный курс, то это очень хорошо, но указанное явление не делает эту школу инновационной организацией. Инновационной деятельности присуще качество интегральности, целостности.

Инновационный механизм развития образования, по нашему мнению, включает в себя: создание творческой атмосферы в различных образовательных учреждениях, культивирование интереса к инициативам и новшествам; создание социокультурных и материальных [экономических] условий для принятия и действия разнообразных нововведений; инициирование поисковых образовательных систем и механизмов их всесторонней поддержки; интеграцию наиболее перспективных нововведений и продуктивных проектов в реально действующие образовательные системы и перевод накопленных инноваций в режим постоянно действующих поисковых и экспериментальных образовательных систем.

Одним из важнейших аспектов нашего исследования выступает человек субъект инноваций, который с учетом своих индивидуальных особенностей [возможностей и недостатков] согласует систему своих личностных качеств [чувств, мотивации, воли] с системой объективных условий и требований решаемой задачи.

Сценарий практической педагогической деятельности в инновационном режиме не может предусмотреть каждое из неповторимых обстоятельств, с которыми учитель сталкивается повседневно. В каждой новой непредвиденной ситуации учитель должен действовать самостоятельно, решать каждый раз новые практические задачи. Все это требует развития особых качеств личности педагога творческих способностей.

К числу основных педагогических способностей можно отнести следующие: экспрессивные, дидактические, перцептивные, научно-педагогические, авторитарные, коммуникативные, личностные, организаторские, конструктивные, мажорные, гностические, психомоторные и способности к распределению и концентрации внимания. Понять, являются ли они творческими, можно, рассмотрев сами понятия творчество и творческие способности, относительно которых до сих пор среди психологов нет единого мнения.

Библиографический список

1. Gertsog G.A., Danilova V.V., Savchenkov A.V., Korneev D.N. Professional identity for successful adaptation of students -a participative approach. Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities, 2017. Vol. IX, No. 1. P. 301-311.
2. Гнатышина, Е.А. Инновационные процессы в образовании : монография/Е.А. Гнатышина . -Челябинск: Изд-во Цицеро, 2016. -210 с.
3. Гнатышина, Е.А. Менеджмент: теория и практика управления: Коллективная монография/Гнатышина Е.А., Гнатышина Е.В., Корнеев Д.Н., Корнеева Н.Ю., Саламатов А.А., Уварина Н.В., -Челябинск: Изд-во Цицеро, 2016. -235 с
4. Корнеев, Д.Н., Роль педагогической инноватики в подготовке конкурентоспособного выпускника./Корнеев Д.Н.//Вестник Южно-Уральского университета. Серия: Образование. Педагогические науки № 36 (255)/2011

5. Корнеев Д.Н., Корнеева Н.Ю. Фандрайзинг как аддендум эффективной инновационной деятельности профессиональной образовательной организации//Вестник учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию. 2015. Вып. 1. С. 152-162.
6. Корнеева Н. Ю., Корнеев Д. Н., Лоскутов А. А., Уварина Н. В. Технология модульного обучения как инструмент созидания индивидуальной образовательной траектории обучающегося./Н. Ю. Корнеева, Д. Н. Корнеев, А. А. Лоскутов, Н. В. Уварина//Вестник Челябинского государственного педагогического университета. -2016. -С.49-53.
7. Корнеев Д.Н., Корнеева Н.Ю., Саламатов А.А. Инклюзивная компетентность педагога профессионального обучения: от идеи к диссеминации педагогического опыта//Современные наукоемкие технологии.-2016.-№ 5-1.-С. 116-120.
8. Маркетинговая деятельность учреждения профессионального образования: коллективная монография/А. А. Саламатов, Д. Н. Корнеев, С. С. Демцура, Е. Б. Плохотнюк, Л. А. Кострюкова, Р. Я. Симонян, В. М. Рогожин, А. С. Апухтин. -Челябинск: ЧГПУ, 2012. -103 с.
9. Менеджмент: современные проблемы управления: коллективная монография/Е.А. Гнатышина, Д.Н. Корнеев, Л.М. Базавлущая, Н.Ю. Корнеева, А.М. Рыжикова, П.Г. Рябчук, Н.В. Уварина.- Челябинск: Цицеро, 2017.- 268 с.
10. Саламатов А.А., Корнеев Д.Н. Проблемы профилактики конфликтов в теории менеджмента/А.А. Саламатов, Д.Н. Корнеев//В сборнике: Инновационные проблемы профессионального образования сборник научных статей. Челябинск, 2010. С. 233-237.
11. Уварина, Н.В. Сетевое взаимодействие вузов как инновация в современном образовании /Н.В. Уварина//Социально-экономическое развитие регионов России: реалии современности, тенденции, перспективы (посвящается 70-летию колледжа Западного филиала РАНХиГС): материалы 1 Международной научно-практической конференции (5-9 июля 2016 г.). -Калининград: Западный филиал РАНХиГС, 2016. -С. 202-207.

УДК 316.354.2

Фролова Н.А. Неформальная коммуникация в структуре организационного управления

Informal communication in the structure of organizational management

Фролова Надежда Афанасьевна

Кандидат социологических наук, профессор кафедры логики,
философии и методологии науки

Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева

Frolova Nadezhda Afanasievna

Candidate of sociological Sciences, professor of department of logic,
philosophy and methodology of science
Turgenev State University of Orel

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию факторов и социальных функций неформальных коммуникаций в структуре организационного управления. Выводы автора базируются на анализе эмпирических данных, полученных в ходе социологического исследования.*

***Ключевые слова:** формальная и неформальная коммуникация, неформальное общение, каналы коммуникации, слухи, информация.*

***Abstract.** The article investigates the factors, social functions of informal communication in the structure of organizational management. The author's conclusions are based on analysis of empirical data obtained during the sociological research.*

***Keywords:** formal and informal communication, informal communication, communication channels, rumors, information.*

В современном обществе важнейшим ресурсом, от компетентного использования которого зависит стабильность и эффективность функционирования организаций, является коммуникация и информация. Практика и научные исследования подтверждают не только важность организационных коммуникаций для успеха организации в целом, но и неформальных коммуникационных схем в частности. Именно неформальные коммуникации увеличивают или уменьшают транзакционные издержки, возникающие при межличностных взаимодействиях в организации, поскольку уровень издержек связан с качеством коммуникаций в корпоративном управлении и уровнем доверия между субъектами коммуникации.

Неформальными коммуникациями, как правило, называются коммуникации, содержание которых состоит в передаче неофициальных сведений, в неофициальных договоренностях между должностными лицами или подразделениями. По мнению отечественного психолога А.Н. Занковского, основная функция неформального общения состоит в «...удовлетворении потребности сотрудников в аффилиации, в формировании и развитии социальных отношений (например, установление дружеских отношений, объединение в неформальные группы и т. д.), а также обмен информацией, имеющей личный, часто экстраорганизационный характер...» [1, с.465].

Неформальное общение может быть связано и с профессиональной деятельностью –

если формальные каналы не способны обеспечить сотрудников исчерпывающей производственной информацией, то она восполняется посредством неформальных источников. Система неформальных коммуникаций возникает часто в организациях, в которых отсутствуют горизонтальные каналы связи. Неформальные коммуникации могут использоваться высшим руководством для оценки адекватности формальных сообщений и отчетности, для подготовки организации к новым решениям (например, намеренные утечки информации или конфиденциальные заявления) [2].

Ученые, занимающиеся изучением особенностей коммуникации в организациях, выделяют четыре основные проблемы: информационная перегрузка, искажение и потери информации, недостаток информации в каналах с отрицательной обратной связью, низкая скорость информационных потоков. Исследования же неформальной коммуникации показали, что одной из существенных характеристик неформальной коммуникации является скорость, с которой не могут сравниться формальные каналы. Что же касается слухов и сплетен, то их особенностью является исключительная селективность: конфиденциальная информация редко достигает ушей «случайных» людей.

Недостаток, искажение и потеря информации приводят к появлению и циркулированию в организации слухов, которые способны дезорганизовывать работу (распространяя, например, ложь или порождая сомнения), но также могут служить полезным и важным дополнением формальной системы общения. Кроме того, слухи необходимы для развития и функционирования полноценных социальных отношений [1, с.467].

С целью изучения факторов и социальных функций неформальной коммуникации было проведено (при участии автора) социологическое исследование среди сотрудников одного из орловских предприятий – ОАО «Гамма» (фабрика по производству чулочно-носочных изделий). В исследовании использовались метод анкетного опроса (N=200 чел., квотная выборка) и метод глубинного интервью (N=10 чел., респонденты отбирались методом «снежного кома»).

Результаты исследования свидетельствуют о высокой заинтересованности работников в информации о деятельности предприятия (91 %), а также о прямой зависимости интереса к информации от рабочего стажа респондентов. Наибольшая заинтересованность отмечается у работников со стажем свыше 20 лет, наименьшая – у тех, чей стаж менее 1 года (таблица 1).

Таблица 1

Зависимость заинтересованность в информации о предприятии от стажа работника, %

Стаж	Менее 1 года	1-5 лет	6-10 лет	11-15 лет	16-20 лет	Более 20 лет
Заинтересованность	77,8	88,0	83,7	90,5	94,1	100,0

При этом чуть больше трети респондентов (37,5 %) считают, что их не удовлетворяет объем поступающей информации о деятельности предприятия, что позволяет сделать вывод о

существовании неудовлетворенного спроса на достоверную информацию о предприятии. Этот вывод подтверждается и мнением респондентов о существующих и желаемых каналах коммуникации (таблица 2).

Таблица 2

Мнение респондентов о соотношении существующих и желаемых каналов коммуникации, %

	Собрания, совещания	Непосредственный руководитель	Директор	Коллеги	Стенды
Получают информацию	19,1	30,1	4,8	23,2	22,4
Хотели бы получать	21,0	37,5	17,0	7,7	15,2

Из таблицы 2 видно, что респондентам хотелось бы больше получать информации из достоверных формальных источников (собрания/совещания, непосредственный руководитель, директор) и уменьшить количество информации о предприятии, поступающей от коллег, то есть из неформального источника. Некоторые респонденты недовольны качеством и объемом информации, представленной на стендах и досках объявлений, и предлагают создать «фабричные СМИ».

По мнению опрошенных работников предприятия, существует несколько причин их неудовлетворенности качеством формальной коммуникации.

Во-первых, отсутствие возможности получить информацию из официальных источников по актуальному вопросу указали 23,5 % опрошенных, в том числе 28,6 % работников по найму и 75 % ИТР и руководителей.

Во-вторых, 21,7 % работников предприятия отмечают отсутствие обратной связи между руководителями всех уровней и подчиненными, что приводит к тому, что руководство не получает информацию в полном объеме по восходящему каналу коммуникации, а часть информации теряется или искажается при сообщении ее работникам по нисходящему каналу.

В-третьих, 13,6 % респондентов заявили, что не всегда достоверна даже та официальная информация, которая до них доходит. При этом свое недоверие формальной информации высказала 7,7 % респондентов. Эти и другие причины, например, «умалчивание информации руководителями высшего звена», «потребность некоторых людей в распространении слухов» способствуют распространению неформальной информации (рисунок 1).



Рисунок 1. Причины возникновения неформальной коммуникации в деловой организации, %

Из рисунка 1 видно, что основной причиной распространения неформальных коммуникаций на предприятии является недостаток достоверной официальной информации. Эти данные подтверждаются результатами глубинных интервью:

«...если существует информация, которая недоступна официальными путями, по каким-то направлениям нет донесения этой информации, тогда и появляются эти неформальные коммуникации...»

«...Когда мало информации в организации и люди не знают, что будет через месяц, через полгода, у них повышается чувство тревожности, они испытывают неуверенность и в этот момент возникают неформальные коммуникации, уровень критиканства повышается...»

Другим фактором, способствующим распространению неформальных коммуникаций на предприятии, по мнению сотрудников, является природа человека. Причем данный фактор была указан в анкетном опросе незначительным количеством респондентов («потребность некоторых людей в распространении слухов» - 1,8 %, «любопытство» - 1,5 %) и всеми десятью респондентами, участвовавшими в глубинном интервью.

Опрошенные работники предприятия и руководители подразделений единогласно утверждают, что неформальные коммуникации неизбежно возникают в организации потому, что для людей такой способ общения естественен, в отличие от общения, основанного на строгой иерархии и нормативных актах:

«...люди не могут общаться формально, только с 9 до 5 и только по работе...»

«...такова природа человека как социального существа. Если бы он был на необитаемом острове один, то не было бы никаких отношений. Как только у Робинзона появился Пятница, появились и неформальные отношения...»

Исследование показало, что наибольший недостаток информации респонденты (специалисты) ощущают в вопросах, связанных с будущим предприятия. Треть работников (33,3 %) указали, что им не хватает информации о политике предприятия в сфере управления персоналом, и 26,7 % опрошенных хотели бы получить больше информации о планах руководства на ближайшее время.

Информация о перспективах развития предприятия интересуются 13,3 % респондентов, такое же количество респондентов интересуются положением предприятия на рынке. Хотели ли бы получать любую информацию, касающуюся предприятия 13,3 % опрошенных работников предприятия (рисунок 2).

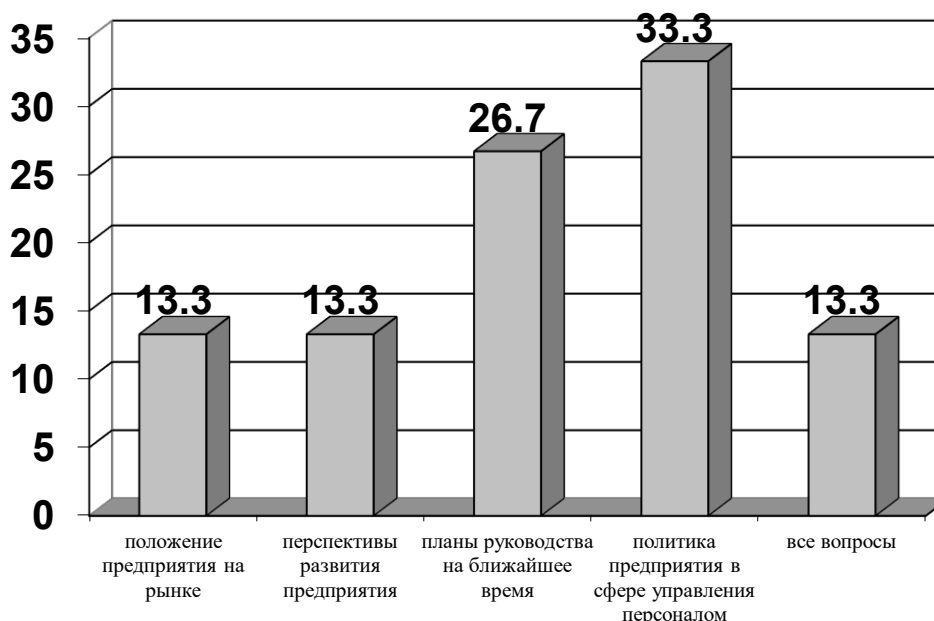


Рисунок 2. Темы, по которым работники хотели бы получить больше информации, %

Согласно результатам исследования, большинство респондентов (75 %) сталкивались за время работы на предприятии со слухами и неформальным обменом мнениями о делах предприятия и почти треть из них (26 %) довольно часто. Однако, по мнению половины респондентов (47 %), они ни разу не использовали слухи для получения интересующей информации. 11,5 % опрошенных утверждают, что никогда не сталкивались с неформальной коммуникацией на предприятии (рисунок 3).

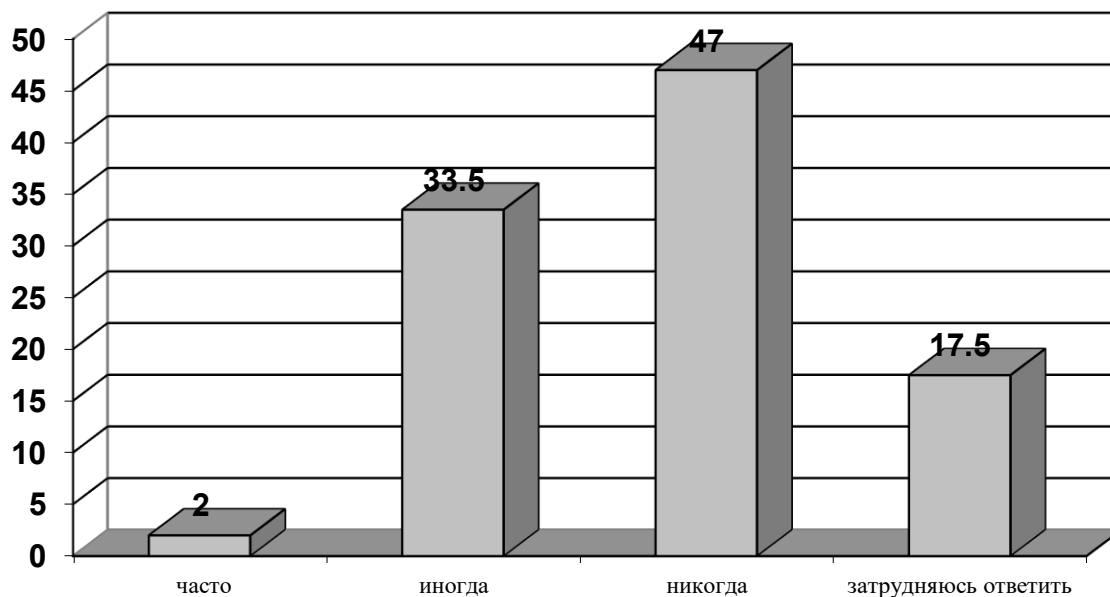


Рисунок 3. Частота использования слухов и неформального обмена мнениями, %

Как показало исследование, распространением неформальной информации занимаются в основном рядовые работники (руководители сами являются источником формальной информации) (таблица 3).

Таблица 3

Источники формальной и неформальной информации, %

	Руководители	Коллеги
Формальная информация	44,3	6,5
Неформальная информация	1,8	47,5

Как было отмечено респондентами в интервью, неформальный обмен мнениями – явление на предприятии более часто встречающееся, чем слухи. Со слов некоторых из них, слухи становятся источником неформального обмена мнениями: «...начинается все со слухов, а потом в процессе высказываются мнения об этом слухе...».

Слухи и неформальный обмен мнениями – неотъемлемый атрибут дружеских отношений между коллегами, что было признано подавляющим большинством опрошенных. Из тех респондентов, у которых нет друзей среди коллег и руководителей, больше половины

(66,7 %) указали, что лишь иногда сталкиваются со слухами и другими видами неформальной коммуникации.

В целом слухам и неформальному обмену мнениями не доверяют 76 % респондентов, и только у 13,1% опрошенных они вызывают доверие. В ходе исследования была выявлена зависимость между частотой обращения к слухам, как источнику информации, и доверием: чем чаще человек обращается к слухам, тем больше им доверяет (таблица 4).

Таблица 4

Зависимость доверия слухам от частоты обращения к ним, %

	Часто	Иногда	Никогда
Доверие	50,0	21,2	3,2

Некритичность по отношению к информации, получаемой по каналам неформальной коммуникации, нередко влечет за собой негативные для работника последствия, в том числе мешает выполнению его трудовых обязанностей.

«...Например, я получила недостоверную информацию, сделала свои недостоверные выводы, какое-то задание вообще в штыки восприняла, а значит, я попытаюсь, даже если я работник добросовестный, ... убедить, что вот надо не так, а если у меня есть дар убеждения, то я и смогу...».

Кроме того, субъективная интерпретация неформальной информации зачастую становится катализатором конфликтов, взаимных претензий и способствует усилению напряженности в коллективе.

В интервью специалисты и руководители предприятия отметили отрицательное влияние неформальной информации на деятельность организации. Так, например, если неформальные коммуникации не управляемы, то возможна утрата авторитета руководителя или бренда (как среди работников, так и среди партнеров).

«...если у руководителя нет точек контроля или они не расставлены в принципе, то дело может дойти до банкротства ...».

Однако, было бы не объективно говорить лишь о негативных последствиях неформальных коммуникаций. Как отмечают респонденты, *«...если неофициально собрались руководители подразделений и обсуждают какие-то производственные моменты, то выясняется, что они говорят о том, что никогда бы не сказали на производственном совещании ...».*

Кроме того, неформальная коммуникация способствует успешному решению производственных вопросов и способствует налаживанию обратной связи. Информация по неформальным каналам распространяется значительно быстрее, чем по формальным, и данное свойство можно использовать в интересах предприятия, если требуется, например,

срочно тиражировать не конфиденциальную информацию по всем организационным структурам.

Неформальная коммуникация предполагает доверительные отношения коммуникантов, именно поэтому она способствует лучшему узнаванию людей друг друга и, в конечном счете, сплочению коллектива. Однако руководители-респонденты считают не допустимым смешение социальных ролей, когда производственно-деловые отношения замещаются неформальными.

Что касается тем, обсуждаемых в неформальном общении, то самой актуальной для работников предприятия была и остается тема заработной платы (об этом упомянули 29,5 % опрошенных). Вопросы, относящиеся к работе, обсуждают 44 % респондентов, не относящиеся к ней – 40 % (рисунок 4).

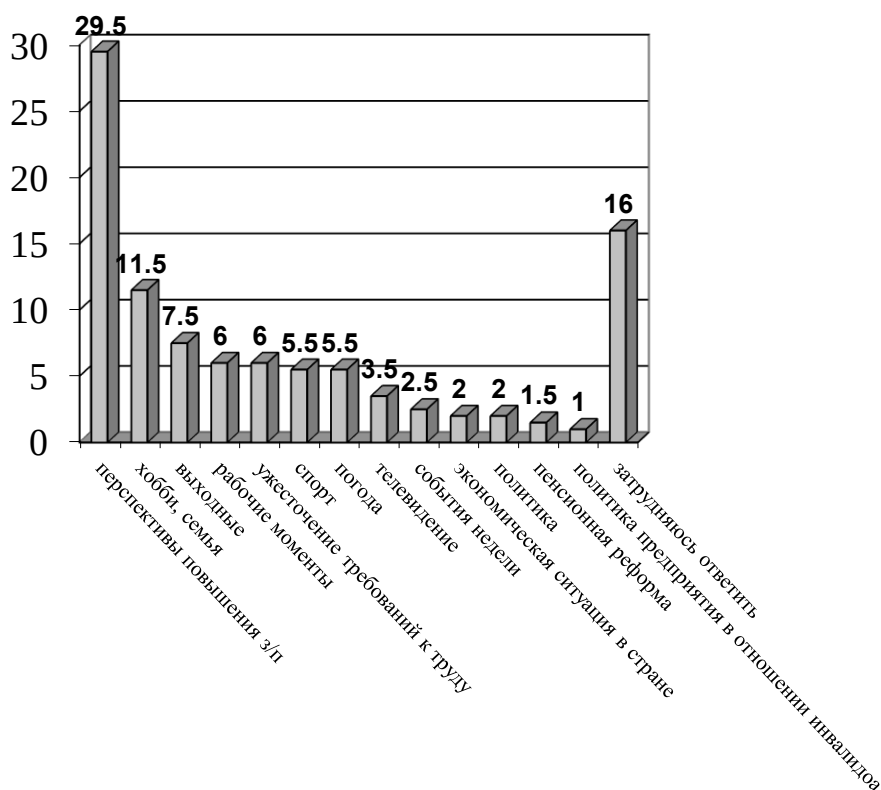


Рисунок 4. Перечень тем неформального общения, %

Согласно результатам исследования, пятая часть респондентов получает официальную информацию на собраниях и совещаниях. Из таблицы 4 видно, что на «отлично» респонденты оценили следующие качества совещаний: «оповещение о теме совещания заранее», «наличие

четко структурированного плана совещания» и «соответствие обсуждаемых вопросов повестке дня».

Аргументированность деловой критики на совещании более половины респондентов (54,5 %) сочли удовлетворительной, остальные характеристики получили оценку «хорошо». Отсюда можно сделать вывод, что организация совещаний на предприятии четко отлажена, чего нельзя сказать о стиле поведения и уровне коммуникации участников совещаний. Так руководителям, проводящим собрания, следует обратить внимание на низкую оценку аргументированности, которая усиливает недоверие к официальной информации.

Таблица 4

Оценка респондентами качества совещаний, %

Критерий	Баллы				
	5	4	3	2	1
Оповещение о теме совещания заранее	68,2	27,3	-	-	-
Наличие четко структурированного плана	77,3	68,2	-	-	-
Соответствие важности совещания временному регламенту	36,36	40,91	22,73	-	-
Соответствие обсуждаемых вопросов повестке дня	40,9	40,9	18,2	-	-
Тактичность поведения руководителей	19,0	66,7	14,3	-	-
Вербальные способы подачи информации	22,7	68,2	14,3	-	-
Невербальные способы подачи информации	22,7	45,5	18,2	13,6	-
Четкость и ясность излагаемой информации	19,0	57,1	23,8	-	-
Возможность обсуждения докладов	22,7	54,5	9,1	9,1	4,5
Аргументированность критики	18,2	27,3	54,5	-	-
Информативность совещаний	36,4	54,5	9,1	-	-

Факторный анализ позволил выделить три группы респондентов в соответствии с критерием удовлетворенности получаемой информацией.

1. «Неудовлетворенные качеством информации». Данную группу составляют респонденты с высоким уровнем интереса к внутриорганизационной информации и низкой степенью удовлетворенности ее качеством. Представители этой группы часто сталкиваются со слухами, однако не пользуются ими, как источником информации, поскольку не доверяют им. В неформальных беседах главной темой является работа. «Неудовлетворенные» уверены в невозможности получить интересующую их информацию из официальных источников, а официальную информацию, которую получают от руководства предприятия, считают

недостовойной. К данной категории респондентов преимущественно относятся женщины 46 – 55 лет, работающие по найму.

2. Вторую группу – «удовлетворенные качеством информации» – составляют женщины–руководители 46–55 лет со стажем работы свыше 20 лет. Для них основными источниками информации являются директор и официальные документы, которые используются в работе. Источником неформальной коммуникации также являются лица высшего уровня менеджмента.

3) В группу «незаинтересованных в информации» входят женщины – специалисты 26–35 лет, которые получают официальную информацию от директора и непосредственного руководителя. В неформальных беседах приоритетной темой обсуждения является личная жизнь.

Вопрос об управлении неформальными коммуникациями остается дискуссионным. В нашем исследовании были выявлены два полярных мнения. С одной точки зрения, неформальные отношения характеризуются тем, что они не подвержены влиянию формальной структуры, и управленческое вмешательство будет обозначать перевод неформальных отношений в формальные.

С другой точки зрения, любой организационный процесс должен быть управляем. Поскольку функции неформальных коммуникаций могут быть направлены как положительно, так и отрицательно по отношению к формальной структуре предприятия, то для успешной и эффективной деятельности организации необходимо поддерживать одни и нивелировать другие функции. Главное, чтобы управление неформальными коммуникациями способствовало достижению общих организационных целей.

Среди сторонников управления неформальными коммуникациями выделяются две группы: 1) сторонники частичного и 2) абсолютного управления.

Первые считают, что управлять надо только теми коммуникациями, которые имеют непосредственное отношение к организации: *«...некоторые вещи в неформальных коммуникациях нужно просто разделять: что принципиально важно и что влияет на бизнес процесс, алгоритм выполнения заказов. Если вид неформальных коммуникаций, который мы рассматриваем, входит в бизнес процесс, то им нужно управлять. Если нет, то лучше его оставить на самотек. Должна присутствовать своя саморегуляция...»*.

Носители же идеи абсолютного управления считают, что любые процессы, имеющие непосредственное отношение к самой организации или ее работникам, должны быть управляемы: *«...любой процесс требует управления, если он не управляем чем-либо, это можно назвать хаосом ...»*

Однако, как отмечают сторонники данного подхода, не должно быть крайностей в управлении такой специфической сферы как неформальные коммуникации, поскольку как отсутствие управления, так и его жесткие формы могут привести к негативным последствиям.

Анализ результатов социологического исследования, проведенного на орловском предприятии ОАО «Гамма», позволяет сформулировать некоторые выводы относительно социальных функций неформальной коммуникации в структуре организационного управления.

Неформальная коммуникация выполняет информационную функцию в условиях существования формальных коммуникативных барьеров.

Оценочная функция неформальной коммуникации заключается в том, что помимо слухов она широко представлена неформальным обменом мнениями, в процессе которого работники дают свою оценку случившимся событиям, действиям руководства и коллег.

Интерактивная функция неформальной коммуникации проявляется в установлении горизонтальных межличностных взаимодействий. Более того, неформальная коммуникация позволяет выполнять непосредственную деятельность успешнее, чем при формальной коммуникации: *«...в неформальной обстановке можно гораздо проще решить многие вопросы, которые потом выливаются в четкий, ясный документ...»*.

Социализирующая функция неформальной коммуникации состоит в том, что у молодых работников, включенных в систему неформального общения с представителями разных возрастных категорий и социальных статусов, быстрее и успешнее проходит процесс трудовой адаптации и интеграции в производственный коллектив.

Неформальная коммуникация выполняет такую специфическую функцию, как снятие социальной напряженности (особенно в ситуации, когда организация подвержена изменениям). Обсуждая волнующие вопросы с коллегами, постепенно «заговаривая» стресс, работники тем самым снимают нарастающее напряжение.

На основании мнений респондентов ОАО «Гамма» о неформальном общении как способе отвлечения от производственных проблем, развлечения и удовлетворения любопытства, можно предположить, что неформальная коммуникация выполняет и развлекательную функцию.

Неформальные коммуникации в организации существуют наряду с формальными, зачастую их дополняют и выполняют важные социальные функции. Практика показывает, что если неформальные коммуникации причиняют вред предприятию (или его имиджу), то необходимо принимать меры по нейтрализации негативных последствий. В иных случаях важно уметь использовать позитивный потенциал неформальных коммуникаций в целях обеспечения эффективности деятельности организации.

Библиографический список

1. Занковский А.Н. Организационная психология. – 2е изд. – М.: Флинта : МПСИ, 2002.
2. Wickesberg A. K. Communication networks in the business organization structure // Academy of Management Journal. – 1968. – No 11. – P. 253-262.

УДК 33

Шиврина Т.Б., Суслопарова Н.Н. Программа обучения работе с бюджетами для специалистов предприятия (организации)

The training program is working with the budgets for the specialists of the enterprise (organization)

Шиврина Т.Б.

к.э.н. доцент ФГБОУ ВО Вятская ГСХА

Суслопарова Н.Н.

обучающийся 2 курса по направлению 38.04.02 Менеджмент

ФГБОУ ВО Вятская ГСХА

Shivrina T. B.

associate Professor of the Vyatka state agricultural Academy

Susloparova N. N.

the student of the 2nd course in the direction 38.04.02 Management

Of the Vyatka state agricultural Academy

***Аннотация.** В статье авторы рассматривают такой вопрос, как программы обучения работе с бюджетами для специалистов предприятия (организации).*

***Ключевые слова:** бюджетирование, предприятие, программа обучения.*

***Abstract.** In the article the authors consider such issues as training programs working with the budgets for the specialists of the enterprise (organization).*

***Keywords:** budgeting, enterprise education program.*

Бюджетирование представляет собой производственно-финансовое планирование деятельности конкретного предприятия путем составления общего бюджета, бюджета отдельных структурных подразделений с целью определения финансовых затрат и финансовых результатов.

Предприятие может иметь определенную специфику проведения данной процедуры. Для того, чтобы сотрудники предприятия могли ее учитывать и владели эффективными инструментами бюджетирования на всех уровнях его проведения, сотрудникам кадровых служб можно рекомендовать разработать качественную программу обучения бюджетирования, в том числе для нефинансовых специалистов.

Для того, чтобы обучение достигло поставленных целей, необходимо, во-первых, выявить возникающие проблемы, с которыми сотрудники предприятия сталкиваются в процессе работы над бюджетами; во-вторых, требуется провести их качественную и количественную систематизацию.

Для выявления возникающих проблем можно прибегнуть к следующим эмпирическим методам исследования:

опрос сотрудников;

анкетирование;

наблюдение лица, принимающего решение, за процессом бюджетирования;

аудит информационных потоков и другие.

С целью выявления проблем, возникающих при проведении процедуры бюджетирования в ООО "Россмед-сервис", было проведено анкетирование, включающее в себя следующие вопросы:

1. Какие бюджеты вы знаете
• • •
2. С какими бюджетами вы работаете
• • •
3. Каким образом планируете расходы своего отдела
• • •
4. С какими трудностями сталкиваетесь при подготовке бюджетов
• с получением информации от смежных подразделений и обменом ею; при планировании показателей; • с пониманием бюджетных форм, взаимосвязи их показателей; • с использованием программного обеспечения; • ваши ожидания от бюджетного процесса, пожелания по его оптимизации.

Рисунок 1

В результате проведенного исследования полученные ответы были систематизированы по категориям участников процедуры бюджетирования и проранжированы по степени их проявления. Результаты исследования представим в таблице:

Таблица 1

Категории сотрудников	Выявленные проблемы	Ранг	Тип
Руководители отделов	Проблемы, связанные с отсутствием четкой организации информационных потоков.	1	системная
	Недостаточное знание вспомогательных инструментов (Excel).	2	системная
	Отсутствие документов, регламентирующих полномочия и зону ответственности.	4	случайная
	Отсутствие опыта работы с бюджетными формами.	5	случайная
	Непонимание основных показателей операционных бюджетов	6	системная
Линейные сотрудники	Низкий уровень подготовки, недостаток знаний в области бюджетного управления.	1	системная
	Отсутствие необходимого опыта работы с бюджетными формами.	2	случайная
	Путаница со статьями затрат, сложность с их пониманием.	3	случайная
	Непонимание корректного планирования основных показателей в операционных бюджетах	4	системная

Все ошибки, выявленные в ходе опроса, можно разделить на группы:

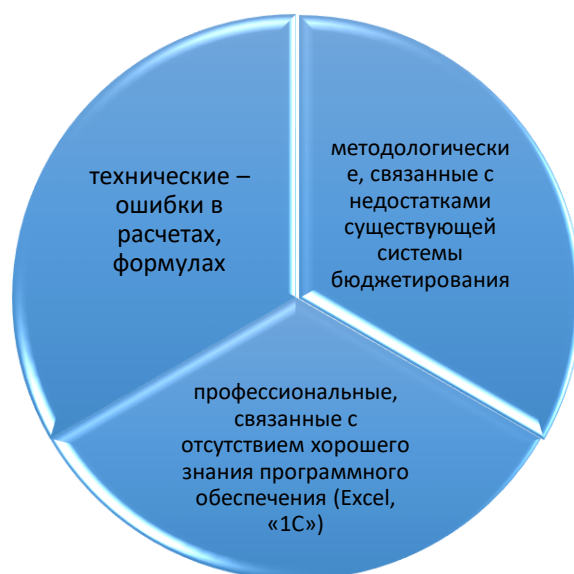


Рисунок 2

Проведя систематизацию, можно разработать программу обучения работе с бюджетами конкретного предприятия (организации), предложив разноуровневый, адресный подход для формирования учебных групп. Дополнительным преимуществом (помимо методического) такого подхода является

укрепление командного духа, а также создание эффективных коммуникаций между участниками бюджетного процесса.

Порядок при разработке программы обучения может быть следующим:

1. Определение структуры программы курса (классификация доходов и расходов компании, центры прибыли и затрат);
2. Определение теоретической (роль бюджетирования, финансовая структура компании, виды бюджетов, основные показатели) и практической составляющей, например, порядок составления бюджетов, связь размера их премий с результатами выполнения бюджетов, типичные ошибки при планировании бюджетов, итоговый кейс.

Рекомендуемый период обучения – перед началом поведения процедуры бюджетирования на следующий год, либо сразу после его окончания для проведения рефлексии.

Периодичность проведения обучения:

Таблица 2

Категории сотрудников	Периодичность
для новых сотрудников	во время прохождения испытательного срока
для сотрудников, переведенных на другую должность	сразу после того, как приступили к новой работе
для прочих специалистов	не реже двух раз в год

Для того, чтобы система обучения проходила более эффективно, необходимо регламентировать процесс обучения в организации. Например, закрепить его приказом или иным внутренним распоряжением, в котором отразить участников процесса обучения, зафиксировать график обучения, зафиксировать ответственных за исполнением.

Мотивацию можно простимулировать системой премирования за отсутствие ошибок в процедуре бюджетирования, программой карьерного роста сотрудников.

Внедрение в практику предложенных мероприятий позволит существенно повысить качество проведения процедуры бюджетирования, что в конечном итоге отразится на положительной динамике работы всей организации в целом.

СЕКЦИЯ 5. ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ИСТОРИЯ ПСИХОЛОГИИ

УДК 159.9

Тлепбергенова А.М. Жасөспірімдердің стресске төзімділігін қалыптастыруда қолданылатын әдіс-тәсілдері

Methods used in the formation of teenagers' stress-resistance

Тлепбергенова Акорал Маратқызы

Магистрант Западно Казахстанского инновационно-технологического университета
Казахстан, г.Уральск

Научный руководитель: **Джонисова Г. К.** к.п.н., доцент ЗКИТУ

Tlepbergenova Akoral Maratovna

Master's Degree in Western Kazakhstan Innovative and Technological University
Kazakhstan, Uralsk

Scientific adviser: Dzhonisova G.K. Ph.D., Associate Professor ZKITU

Аннотация. В статье рассматриваются методы и премы формирования стрессоустойчивости у подростков и их классификация. Виды различных упражнений которые способствуют улучшению сопротивляемости к стрессам.

Ключевые слова: стрессоустойчивость, аутогенные упражнения, медитация, стресс-менеджмент.

Abstract. The article examines the method and the formation of the premium stress-sufficiency and subdivided into their own classification. Different driving practices allow for enhanced versatility of streams.

Keywords: stress-resistantness, autogenic effects, meditation, stress management.

Психологиялық стресске төзімділікті қалыптастыруға арналған көптеген әдістер бар және оның мақсаты солардың біреуін таңдап, онда бір жағынан белгілі бір адамның жеке ерекшеліктеріне сай келетін, ал екінші жағынан нақты шарттарға, яғни дәл сол жерде, дәл сол уақытқа негізделген. «Психологиялық стресске жеке қарсылық» атты еңбегінде К.В.Судаков стресске төзімділікті қалыптастырудың іс-шаралардың аса маңызды жолдарын мынадай келесі тәсілдермен көрсетеді:

1. аутогендік жаттығу;
2. түрлі релаксация әдістері;
3. биологиялық кері байланыс жүйесі;
4. тыныс алу гимнастикасы (жаттығуы);
5. жағымды эмоцияларды адам өміріне енгізу;
6. музыка;

-
7. дене шынықтыру жаттығулары;
 8. психотерапия;
 9. физиотерапевтикалық (физиотерпиялық) іс-шаралар (массаж, сауна, электрасс.
 10. инемен емдеу және т.б.

Бұл ретте қандай да бір стресске төзімділігін қалыптастыру әдістерін таңдау арқылы сол организмнің стресске қарсы тұру күшін қалыптастыру болып табылады [1].

Стресске төзімділігін қалыптастыруға арналған нақты шараларды қоспағанда, ағзаны қалпына келтіру практикасын қарастыру қажет. Мысалы, жүрек-қан тамыр жүйесінің бұзылуын болдырмау, емтихан салдарынан болатын стресс, күнделікті күн тәртібін сақтау, өзінде әрекетсіздіктің төмендеуіне жол бермеу, таза ауада және дұрыс тамақтану үшін жүйелі әсер кешені болуы тиіс. Стрессті төмендетуде қолданылатын мынадай тәсілдерді атаған:

1. табиғатпен қарым-қатынас;
2. музыка;
3. ішімдік;
4. түс көру;
5. үй жануарлары;
6. достармен қарым-қатынас
7. экстремальды дене жүктемелері;
8. хобби;
9. бу моншасы;
10. жақсы фильм көру;
11. кітап оқу;
12. спортпен шұғылдану және т.б.

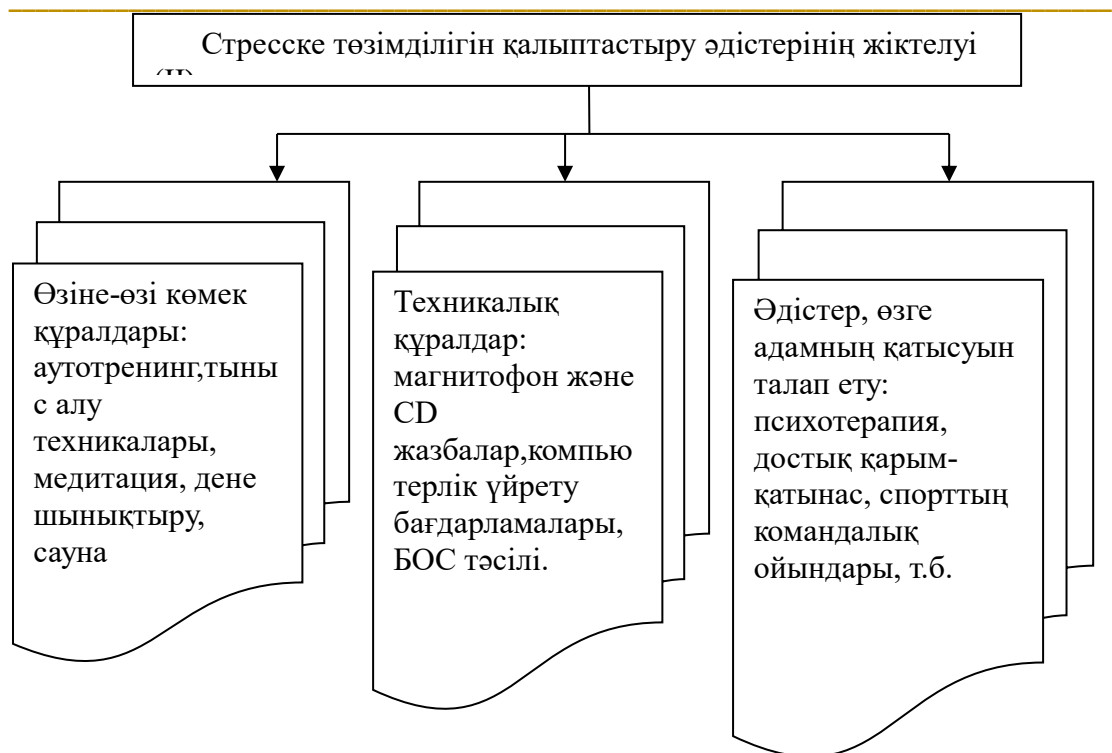
Егер біз стресс туралы ғылыми әдебиеттерге жүгінсек, кең көлемдегі әдістерде психикалық шиелініс және оны таңдаудағы мәселе туындауы мүмкін. Кейбір психологтар аутогендік жаттығулардың артықшылықтарын айтса, басқалары-бұлшықет релаксациясын,

үшінші біреулері-тыныс алу жаттығуларын, төртіншілері-медитацияның артықшылықтарын атап көрсеткен. Осылайша, іс-жүзінде психологтардың міндеті стресске төзімділік әдістерін саралау, сондай-ақ қолайлысын іріктеп алу соның ішінде жеке тұлғаның мінез-құлқына, ерекшеліктеріне сай келетін деңгейді таңдап алу [7].

Көптеген тәсілдерін түсіну үшін, психологиялық стресстен арылуға бағытталған, белгілі бір ерекшеліктеріне сәйкес оларды ұйымдастыруға қажетті таңдалған жүйеге байланысты жіктеу координаталары әр түрлі болып келеді. Біз стресстің алдын алуымыз үшін оның 2 жіктеу әдістерін ажыратуымызға болады. Бірінші жіктеуге жататын табиғаттық стресске төзімділігін қалыптастыруға арналған ықпалдары мынадай: физикалық, химиялық немесе психологиялық, екінші жіктеуге – есте стресске қарсы ойды орнатуды жүзеге асыру жолы- яғни жеке немесе басқа тұлғаның көмегімен деп көрсетілген.



Кесте 1. Стресске төзімділігін қалыптастыру әдістерінің жіктелуі



Кесте 2. Стресске төзімділігін қалыптастыру әдістерінің жіктелуі

Бірінші жіктеу. Егер төменгі деңгейден бастар болсақ, материяның ұйымдасуы бұл ең қарапайым физикалық әдістің стрессті бәсеңдетуі – жоғарғы немесе төменгі температураның әсері, жарықтың түрлі спектрлік құрамы мен үдемелілігі. Көптеген бақылаулар ағзаны шынықтыру стресске төзімділікті қалыптастыратынын дәлелдейді. Сонымен қатар, психотерапияның барлық түрлері, жақын адаммен эмоционалдық қатынасқа түсу, білікті маманның кеңесі, жыныстық қатынас, спорттық ойындар. Кейбір жағдайларда жоғарыда ескертілген тәсілмен, яғни маман болмаған немесе бөгде адаммен жеке бас проблемасымен бөлісу арқылы стрессті тоқтату мүмкін емес. Мұндай жағдайда қолданылатын өзіне-өзі көмек көрсететін психологиялық түрлі әдістер-аутогендік жаттығу, медитация, тыныс алу техникасы, арнайы дене шынықтыру жаттығулары өте тиімді. Стресс деңгейін реттеу үшін техникалық құралдарды пайдалана отырып өткізуге болады:

1. магнитофон, аутогендік жаттығудың формулаларын жазып отыруға арналған;
2. видеоманитофон көмегімен табиғат суреттелетін жазбаны көруімізге болады;
3. релаксацияға арналған компьютерлік үйрету бағдарламалары;
4. биологиялық кері байланыстың әртүрлі құрылғылары [3].

Өндірістік стресстерді төзімділік ісінде өзіндік жіктеу тәсілдері бар функциональдық қалып, анистресстік қорғаныс барлық тәсілдерді екіге бөледі ол ұжымдық және психопрофилактикалық.

Тәсілдердің бірінші тобы өндірістік ортаның экстремалды факторлардың дәрежесін төмендетуге бағытталған және олардың неғұрлым қызметкердің психофизиологиялық ерекшеліктеріне сай болуы керек. Мұндай тәсіл көбінесе еңбек психологиясында, инженерлік психологияда эргономикада. Оның негізгі бағыттары мыналар болып табылады:

1. ең жақсы алгоритмдерді жасау арқылы еңбек процесін жетілдіру, ыңғайлы мерзімдерді қамтамасыз ету;
2. адамның психофизиологиялық ерекшеліктеріне сәйкес құралдары мен жұмыс құрал-жабдықтарды жетілдіру;
3. ресурстар қызметкердің мерзімінен бұрын қажуына әкеп соқпайтын еңбек және демалыс режимдерін қолайлы етіп құрастыру;
4. жұмыс орындарын ұтымды ұйымдастыру және жұмысты оңтайлы қалыпта құру;
5. ұжымда қолайлы әлеуметтік-психологиялық климатты құру;
6. еңбек нәтижесінде туындайтын рухани және материалды мүдделерін арттыру;

Тәсілдердің екінші тобы тікелей қызметкердің психикасына және оның функциональды жағдайына бағытталған. Ол мынадай тәсілдерді қамтиды:

1. түстің және функциональдық музыканың әсері;
2. биологиялық белсенді нүктелердің әсері;
3. сауықтыруға арналған дене шынықтыру жаттығулары;
4. сендіру және ұсыныс;
5. өзін-өзі сендіру және аутотренинг;
6. тыныс алу гимнастикалары;
7. медитация.

Сонымен қатар, стресске төзімділік қалыптастыруда тренингтің орны ерекше. В.В.Никандров айтуынша, стресске төзімділік қалыптастыруда жетекші мақсат, нақты

міндеттер, уақыт тәртібі, басшылық түрі әсер етеді. Тренингте әдістер мен жұмыс техникасын таңдаудың ең бірінші мақсатқа тәуелді болғандықтан ұсынылған топтардың біріншісін қарастырайық және олардың ішінен стресске қарсылық тренингінің орнын анықтайық. Жетекші мақсат бойынша барлық тренингтерді шарты түрде екі топқа бөлуге болады. Әдістемелік және психокоррекционды (психотерапевтикалық жеке даму, оқытушылық, ұйымдастырушылық). Психокоррекционды тренинг. Стресске қарсылық тренингі адамның психикалық сферасының өзгерісіне, оның жүріс-тұрысының өзгерісіне, өз танымының жетілуіне бағытталған. Ол келесі аспектер енетін психокоррекционды тренингтер типіне жатады. Аталған тренингтің түзетудің ең тиімді құралы-эмоциональды фактор. Ойындарға қатысу, жаттығулар тыңдаушыларға сәйкес эмоциональды толқулар арқылы өзін түсінуге, оларға сәйкес мәселелердің тиімді шешімін табуға көмектеседі. Стресске қарсылық тренингінде психоанализден алынған жаттығулар, гештальт-терапия, ән терапиясы, психотерапевтикалық тренинг психотерапевтикалық әсер алуға бағытталған. Сөзсіз стресске қарсылық тренингі қандай да бір түзету жұмысы секілді емдік әсерінің туындауына себеп болады. Және стресске қарсы тренингі қатысушыларға деструктивті жағдайын жеңілдетіп, стресске қарсылығын көтеретін білім, мүмкіндіктер және біліктілік беруге бейімделген. Стресске қарсылығын көтеруге мүмкіндік беретін психологиялық климат және жағдайына жеткізу мақсатында нақты ұйым шеңберінде өткізілген болса, онда ол мұндай стресске қарсы тренинг ұйымдастырушылық деп аталуы мүмкін. Сонымен, клиент тобының ерекшелігіне, стресске қарсы тренинг көмегімен шешілетін мақсаттарға және міндеттерге байланысты атап өтелген тренингтердің кез-келген түрінің сипатын ол біркелкі түрде иемденуі мүмкін: әдістемелік, психотерапиялық, жеке даму, оқытушылық, ұйымдастырушылық [12].

Кесте 3

Стресске төзімділігін қалыптастыруға арналған тренингтер

Тренинг түрі	Мақсаты	Мазмұны
Әдістемелік	Жасөспірімнің бойында стресске төзімділігін қалыптастыру жұмысы	1 кезең – теориялық (әдістемелік) 2 кезең – топ жұмысына қатысу (талқылау) 3 кезең – жаттықтырушының жұмысын бақылау 4 кезең – жаттықтырушының бақылауымен топты жүргізу

Кез-келген тренингтің және стресске қарсы тренингтері оның тұжырымдама негізін құраудан басталуы тиіс. Тренингтің тәжірибиелік жұмысының нақты теориялық фундаменти

қандай, ол қандай мақсатпен өткізілетін болады, мақсатты аудиторияның болжамы, аталған тренингтің ерекшелігі, тренинг жүйесіндегі орны қандай, ол қаншалықты қажетті және талапты, жұмыс үшін қандай ресурстар керек-осы аталған сұрақтарды жаттықтырушы тренингті құруға бағыттаудың алдында шешеді. Стресс-менеджмент бойынша тренингтерді өткізу барысында біз қатысушыларды психологияның жаңа саласы туралы және оның стресске қарсы мәселесін әзірлеуде үлесі туралы ақпараттандыру маңызды деп есептейміз. Денсаулық психологиясы шеңберінде стресс-менеджментті зерттеу ерекшелігінің сипаты-жүйелікке ұмтылу. Тұлға стресс жағдайында өзін тек әрбір адамға стрессті бақылаудың өзіндік жүйесін жасауға мүмкіндік беретін адамның өмірлік іс-әрекетінің маңызды аймағында (денсаулық-жанұя-жұмыс-рухани құндылық) жүйелік анализ өткізілген жағдайда ғана сақтай алатыны анық.

Д. Гулманның бойынша, стресске төзімділікті қалыптастыру тренингі тұжырымдамасын эмоционалды интеллект теориясына сүйеніп өткіземіз. Эмоционалды интеллект – адамның өзін-өзі және басқа адамдарды басқару қабілеттілігі. Оған өзін-өзі тану, қызбалықты бақылау, тұрақтылық, сенімділік, өзіндік ынталандыру, эмпатия және әлеуметтік пысықтық кіреді. Осыған байланысты, стресс негативті эмоциялармен қатар жүретіндіктен, эмоционалды біліктілікті дамыту сөзсіз тұлғаның стресске қарсылығын қалыптастырады.

С. Хобфол, Н.Е. Водопьянова, Е.С. Старченкова, И.Н. Калинаускас бойынша, тұлғаның ресурстарын сақтау стресске төзімділікті арттырып отырады. Сол себепті тренингтің міндеттерінің бірі – топ қатысушыларының стресске қарсы ресурстарын дамыту.

Стресске төзімділікті арттыру тренингтерінің міндеттері:

- Стресстің адамның психикасы мен денесіне әсері туралы ақпараттандыру. Осыған байланысты біз қатысушыларды стресс теориясы, стрессор, адаптациялық синдром, фрустрация, СЭВ, психоматематикалық ауру секілді маңызды түсініктермен таныстырамыз. Аталған ақпаратты жаттықтырушы ұсынғаннан кейін әрбір түсініктің мазмұны жаттығу барысында немесе топтық тақырыптық пікірталаспен талқыланады.

- Топтың қатысушыларын стресстің белгілерін және оның салдарын өзінен және басқа адамнан қадағалауды үйрету. Тәжірибе көрсеткеніндей біздің көптеген стрессорға деген қабылдауымыз сезілмейді және ығыстырылады. Стрессордың әсері көп жағдайда еленбейді және ол өзіндік рөлін ойнай отырып, стресстік жүріс-тұрысты енгізеді. Ол қандайда бір сөз, жағымсыз ой, маңызды адамның сөзі, ерекше жағдай немесе әңгімелесушінің жүріс-тұрысы.

- Болашақта стрессті жағдайда өзінің жүріс-тұрысын бақылау арқылы аталған стрессорлардың әсерін сезінуге қатысушыларды үйрету.

Тренингтің негізгі мақсаттарының бірі жасөспірімінің коммуникативті тұлғалық құзіреттілікті арттырудағы әдістері болып табылады. Сондықтан төмендегідей тренингтер

тиімді деп ойлаймыз. Олар стресске төзімділігін қалыптастыру тренингтері төмендегідей факторларға тәуелді [11].

1. Тренингті өткізудегі мақсаты.
2. Тренинге қатысу құрамы, саны, дайындық және жас деңгейі
3. Жасөспірімнің психологияның мінез-құлқы, мотивация, тәжірибе, топтық конфликт.
4. Ұйымдастырудың мәдени деңгейі, бұл тренингтің қызметкер мен қарым-қатынас немесе керісінше қызметкерлерді олардан қорғау болып табылады.
5. Проблеманың күрделілігіне байланысты тренингтің тереңдік деңгейі тренингтің бірінші жаттығуларының бірі-сурет немесе стресс тақырыбында болса, ол біртоп мүмкіндігінен толғантуға түрткі болып ұзақ уақытқа созылса, ал оның өткізілуі жеңіл түрде яғни, топ қатысушылары оған дайын болмағандықтан өткізіледі.
6. Тренердің профессионалдық дайындық деңгейі. Тренердің арттерапия шеңберіндегі дайындығы, дене терапиясы, НЛП және психологиялық дайындығы оның атқарып отырған жұмыс сапасына, әдістемелігіне әсер етеді [12].

Стресстің алдын-алуда өзін-өзі ұстау мен қорғанудың бір моделін қолдануға (ес біле және ес білмей) әуестігімізді психологтардың зерттеулері көрсетті.

Алайда, тыңдаушының жеке тұлғалық қасиеттерін қозғайтын жаттығуларды жұмыстың бірінші сағаттарынан-ақ қолдану қажет емес. Оларды топта сенім мен қауіпсіздік атмосферасы орнағасын барып өткізген жөн. Стрессті жеңуде адамның істейтін жұмысының не қызметінің сипаты зор маңызға ие. Еңбек адамға тек материалдық байлық әкеліп қана қоймай, сонымен бірге қанағаттанушылық сезімін де сыйлауы тиіс. Көңілсіз, күңгірт, бірыңғай, ылғи өзіңді зорлап істейтін жұмыс стресстің бірден-бір көзі екендігі айтпаса да түсінікті. Шынында да біздің уақытымыздың көбісі қызметте, оқуда өтеді. Ол да әлгідей көңілсіз болса, тәніміз де бүкіл жүйелердің үйлесімсіздігін туғызып, оны дағдарысқа ұшыратады. Сондықтан адам көңілі қалаған мамандығы бойынша өзі ұнататын кәсіппен айналысқаны жөн.

Қиын сәттерде адамның қиындықты жеңуге деген психологиялық ресурстары болуы керек. Қай кездерде болса да, адамға қажырлы үміт және сенім қажет. Адамда стресс әрекетіне деген психологиялық дайындық және стресске төтеп берер дайындық болу қажет. Сонымен, жасөспірімдердің стресске төзімділігін қалыптастыру мақсатында психологиялық тренингтердің, аутогендік жаттығулардың, психотерапияның орны ерекше екені айқын.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Ананьев В. А Основы психологии здоровья. С П б.: Речь. 2006. - С.188-192.

-
- 2 Куликов Л. В. Здоровье и субъективное благополучие личности// Психология здоровья/ Под ред. Г. С. Никифорова. С П б., 2000 - С.18-19.
- 3 Гиппиус С. В. Тренинг развития креативности. Гимнастика чувств. СПб.: Речь 2001.- С.11-19.
- 4 Зимбардо ф. Застенчивость., М., 1991
- 5 подходы. С п б., Речь, 2007.
- 6 Глэддинг С. Психологическое консультирование. С П б., 2001
- 7 Либина А ., Либин А. Стили реагирования на стресс// Стиль человека:Психологический анализ. М.,1998
- 8 Андреас С. Герлинг К.,Фолкнер Ч. и др. Миссия Н Л П: новейшие американские психотехнологии. М., 2000- С.-28-192.
- 9 Линдеман Х. Аутогенная тренировка. Путь к восстановлению здоровья и работаспособности. М.,2012
- 10 Китаев-Смык Л. А Психология стресса. М.,2012
- 11 Колчаев А. И. Профессиональный стресс и здоровье// Психология профессионального здоровья/ Под. Ред. Проф. Г. С. Никифорова.2006
- 12 Красовский Ю. Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы (на материалах 120 российских компаний): Практическое пособие. М.,1997- С.117-170.

УДК 370

Везетиу Е.В. Проблема развития эмоционального интеллекта личности

The problem of development of emotional intelligence of the individual

Везетиу Екатерина Викторовна

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

«Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Ялта

viza_1986@ukr.net

Vezetiu Ekaterina Viktorovna

Academy of the Humanities and Pedagogics (branch)

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Yalta

Аннотация. Статья посвящена изучению проблемы развития эмоционального интеллекта личности. В работе обосновывается необходимость развития данного личностного качества, а также его значение для успешной социализации личности, ее карьерного и профессионального роста. В работе анализируется сущность понятия «эмоциональный интеллект», рассматриваются его структурные компоненты. В исследовании приведены условия и основные этапы формирования эмоционального интеллекта личности.

Ключевые слова: интеллект, эмоциональный интеллект, формирование эмоционального интеллекта личности, структурные компоненты эмоционального интеллекта, этапы формирования эмоционального интеллекта, процесс личностного развития.

Abstract. The article is devoted to problems of development of emotional intelligence of the individual. The work substantiates the necessity of development of this personality and its importance for the successful socialization of a personality, her career and professional growth. The work discusses the essence of the concept of emotional intelligence, examines its structural components. The study shows the conditions and basic stages of formation of emotional intelligence of the individual.

Keywords: intelligence, emotional understanding, emotional intelligence, personality, structural components of emotional intelligence, the stages of emotional intelligence, the process of personal development.

На современном этапе развития отечественной психологической науки одним из наиболее актуальных вопросов является изучение феномена эмоционального интеллекта личности. Интерес к данной научной проблеме обоснован ее высокой актуальностью и важностью, так как именно данная способность человека позволяет контролировать свои эмоции и эмоциональные проявления окружающих. В этой связи эмоциональный интеллект является тем фактором, который позволяет достичь высокого уровня социализации, личностного и профессионального роста.

По мнению И.В. Андреевой, эмоциональный интеллект (EQ) «является гораздо более важным фактором, который способствует успеху человека, чем «обычный» интеллект – IQ. Именно благодаря ему личность имеет возможность стать крупным бизнесменом, топ-менеджером и эффективным политиком» [1, с. 78].

Прежде чем обратиться к проблеме развития эмоционального интеллекта, рассмотрим сущность изучаемого в данной статье понятия.

В отечественной психологической науке наиболее известной является концепция эмоционального интеллекта, разработанная Д.В. Люсиным. Первоначально ученый определил сущность понятия «эмоциональный интеллект» как способность к пониманию своих и чужих эмоций и управлению ими [2].

Позже автор конкретизировал данное утверждение, подчеркнув, что указанная способность означает, что человек может распознать эмоцию, то есть установить сам факт наличия эмоционального переживания у себя или у другого человека; может идентифицировать эмоцию; найти для нее словесное выражение; понять причины, которые вызвали данную эмоцию, и следствия, к которым она приведет. Способность управлять эмоциями означает, что человек может контролировать интенсивность эмоций, приглушать их, корректировать их внешнее выявление, а также произвольно вызвать ту или иную эмоцию при возникающей необходимости [3].

В этой связи понятие «эмоциональный интеллект» можно расценивать в роли конструкта, обладающего двойственной природой и связанного как с когнитивными способностями личности, так и с личностными характеристиками.

Развитие эмоционального интеллекта рассматривается в современной психологии преимущественно в двух аспектах: в плане изучения онтогенетических изменений в способности к пониманию и управлению эмоциями и в контексте целенаправленного влияния на развития отдельных сторон эмоционального интеллекта.

На основе анализа теоретических источников можем прийти к выводу, что современная психологическая наука в структуре эмоционального интеллекта выделяет два аспекта: внутриличностный и межличностный.

Внутриличностный аспект включает следующие компоненты:

- самооценка;
- осознание собственных чувств;
- уверенность в себе;
- терпимость;
- самоконтроль;
- ответственность;
- мотивация достижения;
- оптимизм и гибкость.

Межличностный аспект составляют следующие структурные компоненты:

- эмпатия;
- толерантность;
- коммуникабельность;

-
- открытость;
 - диалогичность;
 - антиципация.

Уровень развития эмоционального интеллекта выступает важным средством успешной самореализации личности.

Высокий уровень развития эмоционального интеллекта позволяет личности сбалансировать свои эмоции и разум, почувствовать внутреннюю свободу, ощутить ответственность за себя, осознать собственные потребности и мотивы поведения, равновесие, скорректировать стратегию собственной жизни.

Низкий уровень сформированности эмоционального интеллекта характеризуется одиночеством, страхом, нестабильностью, агрессией, чувством вины, фрустрацией, депрессией.

Формирование эмоционального интеллекта личности представляет собой поэтапный процесс развития способностей, выступающих структурными компонентами анализируемого в данном исследовании феномена.

Многие современные ученые обращаются к проблеме формирования эмоционального интеллекта. Рассмотрим основные этапы процесса формирования данного личностного качества, определенные И.Н. Мещеряковой.

Первый этап процесса, по И.Н. Мещеряковой, заключается в познании самого себя. На этом этапе человек познает собственный внутренний мир, свои эмоции и чувства, что позволяет ему по-новому рассмотреть себя и окружение.

В рамках данного этапа важным моментом является осознание полезности адекватного выражения эмоций, что является пусковым механизмом для запуска процесса формирования эмоциональной компетентности, которая, по мнению Р.А. Эльмурзаевой, представляет собой «совокупность знаний, умений и навыков, способность адекватно реагировать на изменения в результате интеллектуальной обработки внешней и внутренней эмоциональной информации» [5, с.100]

Второй этап предусматривает обучение управлению своим эмоциональным состоянием, использованию собственных эмоций и чувств для достижения поставленной цели. На данном этапе важным условием является развитие самоконтроля.

Третий этап предполагает развитие умения человека распознавать эмоции других людей, понимать чувства партнера по общению.

На четвертом этапе происходит овладение умением управления состояниями партнеров по общению. Данное умение подразумевает осуществление совокупности гуманистических индивидуализированных воздействий, направленных на предотвращение неблагоприятных состояний собеседника или партнера межличностного взаимодействия.

Пятый этап формирования эмоционального интеллекта заключается в формировании всех структурных компонентов данного качества и продуктивного его применения в профессиональной сфере [4].

Резюмируя вышесказанное, заключим, что эмоциональный интеллект представляет собой сочетание интеллекта и эмоций, при которых личность способна разбираться в своих и чужих чувствах, считаться с окружающими и строить с ними отношения на основе доверия и сопереживания.

Развитие эмоционального интеллекта упрощает и повышает эффективность процесса межличностного взаимодействия, при котором личность может полноценно реализовывать свои способности, не мешая творческому проявлению других.

Формирование эмоционального интеллекта личности подразумевает знание его структурных компонентов, а также учет его двойственной природы, включающей когнитивный и эмоциональный аспекты.

Формирование компонентов эмоционального интеллекта личности представляет собой поэтапный процесс, конечной целью которого является развитие высокого уровня данного качества, а также формирования эмоциональной компетентности, являющейся одним из показателей высокого профессионализма специалиста.

Библиографический список

1. Андреева И. Н. Эмоциональный интеллект как феномен современной психологии. – Новополюцк: ПГУ, 2011. – 388 с.
2. Люсин Д. В. Способность к пониманию эмоций: Психометрический и когнитивный аспекты // Социальное познание в эпоху быстрых политических и экономических перемен / Под ред. Г. А. Емельянова. М.: Смысл, 2000. 6.
3. Люсин Д.В. Современные представления об эмоциональном интеллекте // Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования / Под ред. Д. В. Люсина, Д. В. Ушакова. М.: Институт психологии РАН, 2004. 5.
4. Мещерякова И. Н. Формирование эмоционального интеллекта студентов-психологов в процессе обучения в вузе // Вестник ТГУ. – 2010. – Вып. 1. – С. 157–161.
5. Эльмурзаева Р.А. Реализация эмоционального интеллекта в трудовой деятельности // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – №3(15). – С. 95-102.

УДК 370

Горбунова Н.В. Проблема определения критериев психологической зрелости личности

The problem of defining criteria for psychological maturity of the individual

Горбунова Наталья Владимировна

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

«Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Ялта

viza_1986@ukr.net

Gorbunova Nataliya Vladimirovna

Academy of the Humanities and Pedagogics (branch)

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Yalta

Аннотация. Статья посвящена изучению проблемы выработки системы критериев определения психологической зрелости личности. В работе рассматриваются основные научные подходы современных психологов относительно определения сущности понятия «психологическая зрелость». В статье обосновывается наличие проблемы определения критериев психологической зрелости личности в современной психологии, что аргументируется изложением нескольких авторских научных позиций относительно решения указанной проблемы. В работе осуществлена попытка создания обобщенной системы критериев психологической зрелости личности.

Ключевые слова: психологическая зрелость, личностная зрелость, признаки психологической зрелости личности, критерии определения психологической зрелости личности, самосознание личности.

Abstract. The article is devoted to problems of development of criteria for defining psychological maturity of the individual. The paper discusses the main scientific approaches of modern psychologists on the definition of the essence of the concept of "psychological maturity". The article explains the problem of defining criteria for psychological maturity of personality in modern psychology that discusses the presentation of several original scientific positions regarding the solution of this problem. In the work the attempt is made to create a generalized system of criteria of psychological maturity of the individual.

Keywords: psychological maturity, personal maturity, signs of psychological maturity of personality, criteria of psychological maturity of personality, self-consciousness.

На современном этапе развития психологической науки одним из актуальных понятий, широко используемых в исследованиях, является «зрелость личности». Г.С. Сухобской подтверждается данное суждение. Кроме того, исследовательница подчеркивает, что данный термин используется сегодня не только в психологии, но и ряде других наук, в связи с чем его сущность определяется по разному [5].

В данном исследовании в качестве предмета анализа выступает психологическая зрелость личности, под которой, вслед за Б. Г. Ананьевым, будем понимать «зрелость психического развития человека» [1].

На основе анализа теоретических источников можно говорить о том, что исследователи в рамках понятия «психологическая зрелость личности» выделяют различные ее виды, такие как:

-
- хронологическая зрелость;
 - физиологическая зрелость;
 - личностная зрелость;
 - социальная зрелость;
 - интеллектуальная зрелость;
 - профессиональная зрелость.

Наиболее важной из них, согласно мнению теоретиков психологической науки, является личностная зрелость, так как именно данный вид психологической зрелости интегрирует все ее аспекты в единую систему. Так, личностная зрелость индивида достигается в процессе личностного роста.

По мнению Е.А. Солдатовой и И.А. Шляпниковой, «анализ имеющихся в психологии представлений о феномене зрелости позволяет обнаружить множественность подходов к его пониманию. Поскольку проблема зрелости рассматривается в разных контекстах, для ее объяснения используются разные системы психологических понятий и категорий» [4, с. 66].

Изучение исследований, посвященных проблеме зрелости личности в различных предметных ракурсах, позволяет утверждать, что понятие зрелости в психологической науке предполагает выделение двух основных аспектов:

- в качестве этапа жизни;
- в значении уровня развития.

Учитывая двойственность отношения ученых к сущности понятия «психологическая зрелость личности», можем говорить о наличии проблемы определения объективных критериев зрелости человека.

А. Маслоу определил 15 признаков психологической зрелости личности, на основе наличия которых можно говорить о «качественном психологически здоровом человеке». К ним ученый отнес:

1. Адекватное восприятие действительности.
2. Принятие себя и других такими, какие они есть, отсутствие искусственных, неестественных форм поведения и неприятие такого поведения со стороны других.
3. Спонтанность проявлений, простоту и естественность.
4. Деловую направленность личности.
5. Позицию отстраненности относительно событий.
6. Автономию и независимость от окружающих; устойчивость от воздействия внешних факторов.
7. Свежесть восприятия: нахождение каждый раз нового в уже известном.
8. Наличие предельных переживаний, которые характеризуются ощущением исчезновения собственного Я.
9. Ощущение общности с человечеством в целом.

10. Дружбу с самодостаточными людьми, отсутствие враждебности в межличностном взаимодействии.

11. Демократичность в отношениях, готовность учиться у других.

12. Устойчивость внутренних моральных норм.

13. Наличие философского чувства юмора.

14. Креативность, которая не зависит от занятия личности и проявляется во всех его действиях.

15. Критичное отношение к той культуре, к которой принадлежит человек; ощущение себя больше представителем человечества в целом, а не только одной культуры [3].

Г.С. Сухобская выделяет следующие критерии психологической зрелости личности:

- самостоятельное прогнозирование собственного поведения в различных жизненных ситуациях на основе развитой способности добывать необходимую информацию и анализировать ее относительно целей, связанных с решением конкретных и нестандартных ситуаций;

- самомобилизация на выполнение собственного решения о действии вопреки различным обстоятельствам и внутреннему немотивированному желанию прекратить его выполнение;

- самостоятельное отслеживание последовательности выполняемых действий и их результатов;

- проявление оценочной рефлексии, базирующейся на сформированном самосознании и объективной оценке своих мыслей, действий и поступков;

- извлечение уроков из собственного поведения, развитие качества прогнозирования, выполнение запланированного и объективность оценки;

- адекватная эмоциональная реакция на собственное поведение, объективная оценка своих поступков [5].

Е.П. Ильин в качестве критериев определения психологической зрелости личности выделяет следующие показатели:

- принятие ответственности за собственные мысли, чувства и поступки, осознанность выбора;

- разумную независимость, проявляющуюся через ощущение внутренней свободы;

- способность разграничивать реальность и вымысел, умение трезво оценивать собственные возможности относительно конкретной ситуации.

- обоснованное чувство целостности личности;

- наличие сформированной системы моральных норм;

- гибкость и способность к адаптации;

- толерантность [2].

Таким образом, на основе анализа ряда научных подходов к определению признаков и показателей психологической зрелости личности можем обосновать наличие проблемы выделения ее объективных критериев. В данном ключе можно утверждать, что данная проблема в современной психологии является открытой и весьма актуальной.

На основании вышеизложенных перечней критериев и показателей, сформулированных учеными, можем выделить обобщенную систему определения психологической зрелости личности. Данную систему составляют следующие признаки и критерии:

- успешность социализации;
- способность к адаптации;
- способность к рефлексии;
- адекватность и объективность восприятия себя и окружающих;
- толерантность;
- наличие поликультурного мышления и сознания;
- деятельная позиция;
- сформированность системы духовно-нравственных ценностей.

Библиографический список

1. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания / ЛГУ, фак. психол. – Л.: издательство Ленинградского университета, 1968. – 338 с.
2. Ильин Е.П. Психология взрослости. – СПб.: Питер, 2012 – 469 с.
3. Маслоу А.Г. Дальние пределы человеческой психики / Пер. с англ. А.М. Талдыдаевой; науч. ред., вступ. ст. и коммент. Н.Н. Акулиной. – СПб., 1997. – 430 с.
4. Солдатова Е.Л., Шляпникова И.А. Эго-идентичность как системообразующий фактор формирования личностной зрелости // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2010. – № 27. – С. 66-74.
5. Сухобская Г.С. Понятие «зрелость социально-психологического развития человека» в контексте андрагогики // Новые знания. – 2002. – № 4. – с. 17-20.

УДК 159.923.2

Коноплёва Л.С., Коноплёв Н.Н. Социально-психологические риски дневной и заочной форм обучения на пост советском пространстве

Socio-psychological risks of day and correspondence forms of education in the post-Soviet space

Коноплёва Людмила Семёновна

магистр психологии, менеджер социальной сферы
Информационная и консультативная деятельность
по социальным вопросам семьи и молодёжи
Республика Беларусь, г. Новополоцк
lyudmila2k@mail.ru

Коноплёв Николай Николаевич

магистр психологии, менеджер социальной сферы
Информационная и консультативная деятельность
в сфере здорового образа жизни и долголетия
Республика Беларусь, г. Новополоцк
konoplev.nikolay.2014@mail.ru
Konopleva Lyudmila Semyonovna

Master of psychology, social services Manager
Information and consultation on the social issues of family and youth
Belarus, Novopolotsk
lyudmila2k@mail.ru
Konoplev Nikolay Nikolaevich
Master of psychology, social services Manager
Information and advisory activities in the field
of healthy lifestyle and longevity
Belarus, Novopolotsk

Аннотация. Статья посвящена стереотипу превосходства дневной формы обучения перед заочной формой обучения. В психологическом аспекте делается попытка выделить преимущество личностных характеристик студентов заочной формы обучения. Затрагивается проблема естественной профессиональной самореализации личности в социуме с помощью заочной формы обучения. В условиях кризиса роль заочной формы обучения будет возрастать.

Ключевые слова: личность, дневная форма обучения, заочная форма обучения, выученная беспомощность, роль учителя, роль ученика, рыночная экономика, человеческий капитал, социализация, самореализация.

Abstract. The article is devoted to the stereotype of the superiority of the daily form of education before the correspondence form of instruction. In the psychological aspect, an attempt is made to distinguish the advantage of the personal characteristics of students by correspondence courses. The problem of natural professional self-realization of the person in society is touched by means of the correspondence form of training. In times of crisis, the role of the correspondence form of education will increase.

Keywords: personality, day training, extramural studies, learned helplessness, the role of the teacher, the role of the student, the market economy, human capital, socialization, self-realization.

В настоящее время в связи с переориентацией России на азиатские рынки, в условиях Европейских и Северо-Американских санкций происходит увеличение доли студентов, обучающихся на заочной форме обучения. Существует стереотип о том, что заочная форма

обучения в сравнении с дневной менее эффективна. Возможно, этот стереотип возник благодаря тому, что среди преподавательского состава университета и учёного совета за редким исключением находятся студенты, прошедшие заочную форму обучения. С точки зрения преподавателей согласно стереотипам преподаватель будет стремиться ставить оценки выше студентам дневной формы обучения.

По каким критериям можно оценить эффективность дневной и заочной форм обучения?

В первом случае абитуриент приходит из школы без жизненного опыта, он зависим от родителей, так как они за него платят за обучение. У зависимого молодого человека от родителей, как правило, нет своего собственного мнения. В большинстве случаев студент дневной формы обучения выбирает специальность под воздействием мнения и воли родителей. Поэтому существует проблема трудоустройства молодых людей по законченной ими специальности. В развитых странах эта проблема решается следующим образом: обеспеченные родители в материальном плане дают своим детям хорошее гуманитарное образование, позволяющее молодому человеку прекрасно ориентироваться в социальной среде. Далее уже молодые люди осознанно выбирают свою специальность. Гуманитарное образование – это фундамент, на котором можно построить успешный план самореализации личности в социуме.

Во втором варианте студент заочник имеет жизненный опыт и материальную независимость, что позволяет ему иметь собственное объективное мнение по самореализации в социуме. Мотивация выбора жизненного пути у студента заочника более объективная и реально осознанная.

Психологический аспект заочной формы обучения имеет преимущество в следующем:

С точки зрения критерия осознанного переключения на роль ученика-учителя. Студент-заочник на своём рабочем месте учитель, приезжая на учебную сессию, он становится учеником. Благодаря такому своеобразному тренингу ученик-учитель, наиболее эффективно развивается толерантное сознание личности, позволяющее эффективно выполнять функцию руководителя.

Во втором случае, находясь долгое время в роли руководителя, личность теряет гибкость, что в свою очередь снижает способность к антиципации, поэтому руководитель не в состоянии объективно играть свою роль в отношении других людей в различных жизненных ситуациях. В конечном итоге такие люди обвиняют других в некомпетентности и будут стараться уйти от ответственности в выполнении своего задания.

Студент-заочник благодаря тому, что он активно на практике осуществляет деятельность ученика и учителя, более способен к адекватному восприятию объективной реальности в сложной жизненной ситуации. Перемена роли учителя и ученика у студента-заочника выступает своеобразным тренингом по развитию толерантных качеств сознания. Возможно,

что основной причиной отчисления на первых курсах заочной формы обучения является неспособность к переключению роли ученика.

Абитуриент, пришедший в университет из школьного образования, ориентированное на развитие общественного типа личности и, ставши студентом в университете, будет стремиться к школьному стилю освоения знаний. Ему трудно понять, что в университете нужно научиться самостоятельно, учиться. Научный руководитель у студентов очной формы обучения выступает в роли учителя и к концу обучения у него вырабатывается синдром выученной беспомощности. Приходя на рабочее место, такой специалист не способен самостоятельно принимать управленческие решения и отвечать за них. Но у него есть способность исполнять приказы. Подтверждением этому служит стратегия принятия решений руководящими работниками. Об этом говорил Дмитрий Анатольевич Медведев, приводит в пример случай в обычном российском городе. Когда рабочие обращались к руководству с просьбой перенести трамвайную остановку и организовать работу столовой в две смены. На все их обращения к руководству никакого результата не было. Когда они дозвонились на прямую линию к Д.А. Медведеву, то вышестоящее руководство немедленно отдало распоряжение тем руководителям, к которым обращались рабочие и вопрос был мгновенно решён.

В Республике Беларусь, зная эффективность выученной беспомощности руководителей, во всех ведомствах, министерствах и т.д. введены так называемые горячие линии, которые достаточно эффективно действуют. Поэтому форма заочного обучения выгодно отличается с точки зрения здравого смысла и прагматизма в отличие от дневной формы обучения. Нужно вспомнить о том, что во времена индустриализации Советского Союза за 20 лет из аграрной страны Советский Союз был превращён в мощную индустриальную державу, при этом основная форма обучения было вечерне-заочная.

Несомненно, что основным фактором, так называемым, профессиональным выгоранием личности преподавателя будет являться факт нахождения в роли учителя. Роль учителя провоцирует эгоцентризм и снобизм личности. Те преподаватели, которые развиваются, учатся, менее подвержены профессиональному выгоранию, так как способны переключаться в роль ученика и учителя.

Учение сопровождает всю жизнь человека, так как он получает знания от самой жизни, познавая при любом взаимодействии с миром что-то новое и совершенствуя способы удовлетворения своих потребностей. Иначе говоря, учение присутствует в любой деятельности и представляет собой процесс формирования ее субъекта. Учебная деятельность имеет следующую общую структуру: потребность — задача — мотивы — действия — операции. Мы убеждены, что нельзя рассчитывать на подлинное усвоение научной дисциплины, на действительное овладение наукой, пока весь процесс обучения не превратится в систему решения учебных задач. Иначе говоря, учебная деятельность должна состоять не из эпизодического, а из систематического решения учебных задач по применению изучаемой

теории к реальной действительности, если мы понимаем под учебной деятельностью активную деятельность самого учащегося, а не передачу ему готовых знаний преподавателем или получение их из книги. Цель учебной деятельности – усвоение теоретического знания для того, чтобы решать на основе теории задачи различных типов. Правильно учиться – на основе ориентировочной основы действия (ООД) – это учиться мыслить. Учиться мыслить – разрешать противоречия между тем, что он знает и не знает для решения задачи. Развитие и обучение неразрывно связаны. Научное понятие формируется от абстрактного к конкретному. Формирование понятия – из определения выделяются признаки понятия; подбор по распознаваемым признакам предметов, подходящих под понятие. Развивающее обучение ориентировано на формирование главных психологических новообразований (умственного развития, способности творчески мыслить). Инновации – это новообразование [1].

С точки зрения функционального подхода понятие экономики можно определить, как совокупность производственных отношений исторически экономического базиса общества. Иначе говоря, функцию экономики определяет структура общества государства. Стратегия государства, основанная на рыночной экономике, создаёт условия для развития личности, как субъекта государства. Государство, как структура, создаёт условия для свободной самореализации личности, тогда государство управляет условиями для естественного проявления стремления личности к самореализации. Если структура государства основана на диктатуре, то тогда появляется понятие «управление экономикой». Замещается понятие смысла развития личности неким идеологическим образованием под названием экономика, потому что невозможно управлять экономикой, а возможно лишь управлять экономическими интересами людей [3].

Для придания чрезвычайного значения качеству человека граждане России именуются человеческим капиталом. Параметры человеческого капитала страны более важны, чем параметры финансового капитала, и более объективны при измерении, оценке, учете, чем финансовый капитал. Объясняется это очень просто: человек является носителем картины мира, образа жизни, жизненной позиции и мировоззрения, которые могут быть более или менее адекватны глобализации. Например, если государство производит человеческий капитал с картиной мира далекого прошлого, то, естественно, такие люди не могут быть успешно адаптированы в настоящем по действующим проектам будущего. Не будет у России человеческого капитала, опережающего действующие проекты будущего, не будет страны, несмотря на несметные природные богатства, которые достанутся зарубежным переселенцам. Попытки активизировать отечественную экономику не удаются из-за дефицита трудовых ресурсов, отсутствия у собственных граждан достаточной мотивации работать и неспособности работать на современном уровне, когда удастся создать мотивацию. У верхов и низов в России разный патриотизм, разная мотивация, разные возможности, что пока не принимается во внимание. Именно в человеческий дефолт упираются все проблемы страны, и

именно людей не знает руководство отечественной политики и бизнеса. Верхи знают, сколько денег и какие деньги у них есть, но не знают, сколько людей и какие люди есть в стране, какие качества человеческого капитала необходимы для будущего [4].

Основной суммарный эффект воздействия высшего образования на ценности студентов заключается в том, чтобы обеспечить общее принятие системы стандартов и качеств, присущих выпускникам. Воздействие образовательного учреждения заключается в том, чтобы социализировать индивида, усовершенствовать, отшлифовать, «приспособить» его ценности так, чтобы он мог быть полноценным «гражданином» определённой социокультурной среды определённого государства. Идеологическое смешивание понятия воспитания и образования приводит к зомбированию, кодированию личности. Необходимо условно разграничить эти два понятия для понимания сути процесса воспитания и образования. Познание личностью как субъекта, физического, материального мира в процессе социализации формируется образованием через интеллект (мышление, память, визуализация и т.д.). Познание и восприятие невидимого мира духовной сферы личности, включающую в себя чувство, эмоции, мораль, этику, в сумме, создающей в личности ощущение совести, проявляющейся через стыд, формируется воспитанием через интуицию (опора на себя) [2].

Стереотип превосходства дневной формы обучения создан последние десятки лет в условиях дефицита процесса развития экономики на постсоветском пространстве. Последнее время в Российской Федерации начинается процесс развития и роста промышленного энергетического потенциала. Исторически заочная форма обучения в России играла важную роль в процессе индустриализации страны. Заочная форма обучения помогает определять талант и призвание развивающейся личности, ибо мотивация и осознанность поступка зрелого человека выгодно отличаются от зависимости студента очника от своих родителей. При заочной форме обучения подразумевается, что человек уже работает в организации и состоялся как специалист и он нашёл себя в жизни, своё призвание. В большинстве случаев так и происходит.

Известный материалист Карл Маркс утверждал, что паук напоминает ткача, а пчела, когда строит свои соты, похожа на архитектора. В обоих случаях существует предопределённость функции мозга и показывает раскрытие генетического кода в его динамике. Всё общество условно можно разделить на ткачей, строителей, медиков, педагогов и т.д. Как бы мы не учили паука строить соты и в равной степени строителя лечить людей, а медика строить дома, в итоге мы ничего не получим. Это можно наблюдать в ряде стран, где забыт главный тезис: каждый должен найти своё дело, в результате в таком обществе создаётся культ специальности через эмоциональные понятия – это модно, престижно. Зачем из человека с природным даром музыканта делать бездарного архитектора. Поэтому необходимо учитывать потенциальные способности человека. А способность человека в каком-либо деле может проявиться только через непосредственную деятельность, которая и

выявляет потенциал предрасположенности человека к какой-либо специальности. Поэтому заочная форма обучения является приоритетной. А молодой человек со школьной скамьи, закончив университет, является всего лишь теоретиком и зачастую, приступив к непосредственной деятельности по своей специальности, понимает, к сожалению, что это не его специальность. Практически-специальный подход заочной формы обучения незаслуженно считается менее эффективной, чем дневная форма обучения.

Для обеспеченных родителей в материальном плане рекомендуется давать своим детям хорошее гуманитарное образование как крепкий мощный фундамент, на котором можно построить любое здание. А что строить на этом фундаменте, какую выбрать специальность, молодые люди должны решать самостоятельно.

Библиографический список

1. Бадмаев Б.Ц. Методика преподавания психологии: учеб.- метод. пособ. для преподават. и аспирантов вузов / Б.Ц. Бадмаев. – М.: ВЛАДОС, 1999. – 304 с.
2. Коноплёва Л.С., Коноплёв Н.Н. Риски современного процесса социализации личности на постсоветском пространстве в аспекте психологии [Текст] // Современная психология: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2017 г.). – Казань: Бук, 2017. – С. 25-31.
3. Коноплёв Н.Н., Коноплёва Л.С. Риски формирования сознания личности как субъекта рыночной экономики на постсоветском пространстве [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Самара, август 2017 г.). – Самара: ООО "Издательство АСГАРД", 2017. – С. 9-12.
4. Стратегическая психология глобализации: Психология человеческого капитала: Учеб. пособие / Под науч. ред. д-ра психол. наук, проф. А.И. Юрьева. СПб.: Logos, 2006. – 512 с.

СЕКЦИЯ 6. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.923-053.4(045)

Савинова Т. В., Тужилкина Л. С. Особенности коммуникативной компетенции дошкольников

Peculiarities of communicative competence of preschoolers

Савинова Татьяна Викторовна,

Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии,
Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева

Тужилкина Людмила Сергеевна,

студентка факультета психологии и дефектологии,
Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева

Savinova Tatyana Viktorovna,

Ph.D., Associate Professor, Department of Psychology,

Mordovian State Pedagogical Institute

Tuzhilkina Lyudmila Sergeevna,

Student, Faculty of Psychology and Defectology,

Mordovian State Pedagogical Institute

Аннотация. В статье рассмотрено понятие коммуникативной компетенции дошкольника, охарактеризовано ее значение в развитии и успешности детей данного возраста, определены сложности, с которыми может столкнуться ребенок при недостаточном уровне ее развития. Авторами представлены результаты изучения активности, коммуникативных способностей, характера проявлений эмпатических реакций и поведения дошкольников, предложены средства развития коммуникативной компетенции дошкольников.

Ключевые слова: коммуникативная компетенция, дошкольник, эмпатия, активность.

Abstract. The article deals with the concept of the communicative competence of a preschooler, describes its importance in the development and success of children of a given age, the difficulties that a child may face when the level of development is insufficient. The authors present the results of studying the activity, communicative abilities, the nature of manifestations of empathic reactions and the behavior of preschool children, and the means for developing the communicative competence of preschool children.

Keywords: communicative competence, preschooler, empathy, activity.

На протяжении всей жизни человека, от рождения до глубокой старости, общение является неотъемлемой и немаловажной частью его жизнедеятельности, активности и развития.

Дошкольный возраст является важным этапом в становлении личности ребенка. Характер его общения со взрослыми и сверстниками напрямую влияет на становление личности ребенка.

М. А. Панфилова отмечает, что если у ребенка не достаточно сформирована способность к общению в детстве, то в дальнейшем у него могут возникнуть межличностные и внутри-личностные конфликты, которые у взрослого человека разрешить (произвести их

коррекцию) очень сложно, а иногда и невозможно [6].

М. И. Лисиной выделены несколько форм общения, которые формируются и реализуются в дошкольный период развития. Это так называемое «теоретическое сотрудничество», характеризующееся их сотрудничеством ребенка и взрослого в познавательной деятельности. Данная форма используется на вне ситуативно-познавательном уровне общения, когда ребенок испытывает острую потребность в уважении старших, проявляют повышенную чувствительность к их отношению. Общение со сверстниками осуществляется в ситуативно-деловой форме через сюжетно-ролевую игру (ведущий вид деятельности возраста). Здесь важны сотрудничество, умение придерживаться норм, правил поведения и то, каким образом сверстники воспринимают ребенка. К концу дошкольного возраста между детьми и взрослыми отмечается уже внеситуативно-личностная форма общения, а со сверстниками – внеситуативно-деловая [4].

На протяжении всего дошкольного периода и в различных формах общения дошкольника идет его становление коммуникативной компетенции.

«Компетенция коммуникативная – совокупность знаний, умений и навыков, необходимых человеку для общения с людьми. В состав коммуникативной компетенции входят знание личностных особенностей людей, их понимание, умение правильно воспринимать и оценивать людей, предсказывать их поведение, оказывать на них влияние и многое другое, от чего может зависеть успешность общения и взаимодействия человека с людьми» [5].

Коммуникативная компетенция является важной составляющей общения и предполагает грамотно выстроенное речевое поведение, формируется в ходе социального взаимодействия и реализуется в речевой деятельности [2].

Под «коммуникативной компетенцией дошкольника» мы понимаем совокупность знаний, умений, навыков и личностных характеристик, способствующих эффективному взаимодействию ребенка дошкольного возраста со взрослыми и сверстниками. Освоить их, как указывалось ранее, возможно лишь в процессе непосредственного взаимодействия с родителями, родственниками, воспитателями, педагогами, другими детьми. От того, каким образом будут выстраиваться между ними отношения (понимание – непонимание, ощущение комфорта – дискомфорта, уважение – неуважение, доверие – недоверие и др.) в некоторой степени будет зависеть эмоциональное благополучие ребенка, его мотивация к общению, характер общения (дружелюбный, враждебный, нейтральный).

И. А. Андреевой были выделены следующие параметры исследования коммуникативного развития дошкольника, применимые к изучению коммуникативной компетенции. В них входят: степень усвоения норм и ценностей, принятых в обществе, овладения правилами и навыками взаимодействия со взрослыми и сверстниками; развитость самостоятельности и саморегуляции; уровни развития социального и эмоционального

интеллекта, эмпатии [1].

В ходе эмпирического исследования мы изучили некоторые из данных параметров.

Уровень развития эмпатии дошкольников изучался при помощи опросника «Характер проявлений эмпатических реакций и поведения у детей» (А. М. Щетинина). Наибольшая часть обследуемых (32,1 %) имеет смешанный тип эмпатии. Это дети, которые в своем поведении проявляют как гуманистические, так и эгоцентрические формы эмпатии. В зависимости от того, каким образом будут выстраиваться их отношения со сверстниками, каковы будут реакции взрослых (родителей, воспитателей) на их поведение, в ситуациях, требующих проявления эмпатии, то в большей или меньшей степени будет развиваться та или иная ее форма. 28,6 % дошкольников обладают эгоцентричной направленностью эмпатических проявления. Они чаще всего стремятся завоевать одобрение своего поведения у взрослого, эмоционально обыгрывая сопереживание, но не испытывают его по-настоящему. Высокий уровень эмпатии (гуманистическая форма) отмечается у 21,4 % дошкольников. В своем поведении они активно проявляют интерес к эмоциям и переживаниям других людей, эмоционально включаются в ситуацию, пытаются помочь, успокоить или искренне радуются за другого. Низкий уровень эмпатических реакций свойственен 17,9 % испытуемых. Эти дошкольники, по сравнению с предыдущей группой детей, не заинтересованы в переживаниях других людей и чаще всего, лишь по побуждению взрослого пытаются выразить свое сопереживание. Выявленные показатели проявлений эмпатических реакций у детей, говорят о недостаточной сформированности умения понимать состояние другого человека, что может быть преградой к усвоению коммуникативной компетенции.

При изучении активности дошкольников с помощью методики «Карта проявлений активности» (А. М. Щетинина, Н. А. Абрамова) выявлено, что большая часть испытуемых (42,9 %) обладает средним уровнем активности. Высокий уровень активности отмечается у 35,7 % испытуемых, а низкий у 21,4 % детей. Высокий уровень активности отмечается у детей, имеющих высокий и средний уровень эмпатических реакций, что положительно влияет на формирование коммуникативной компетенции дошкольников.

В ходе исследования наибольший интерес представляют особенности коммуникативной компетенции дошкольника в общении со сверстником, так как в данном возрасте именно сверстник является наиболее частым партнером по общению, немало значимым лицом для ребенка дошкольного возраста. В то же время, наибольшее количество сложностей во взаимодействии возникает именно в системе общения «ребенок-ребенок», нежели «ребенок-взрослый», так как дети дошкольного возраста не всегда могут верно оценить ситуацию, учитывать интересы и позицию партнера по общению.

С целью изучения особенностей общения дошкольника со сверстником в совместной деятельности нами была применена методика М. А. Корепановой. Результаты данной методики свидетельствуют о том, что около половины испытуемых (42,8 %) имеют низкий

уровень коммуникативных способностей во взаимодействии со сверстниками. Средний и высокий уровень отмечается у каждой из оставшихся 28,6 % детей, что может говорить о наличии сложностей в общении дошкольников между собой, возникновении конфликтных ситуаций и переживании детьми отрицательных эмоций в процессе взаимодействия.

Обобщая полученные результаты исследования различных аспектов, отражающих особенности коммуникативной компетенции дошкольников, можно сделать вывод том, что тех видов деятельности, которые предлагаются детям для развития сферы общения в дошкольных образовательных учреждениях не достаточно. Необходимо проводить дополнительную работу по развитию эмпатии, активной и заинтересованной позиции в общении, социально-коммуникативных навыков, освоению форм конструктивной совместной (парной, групповой) деятельности; получению позитивного опыта взаимодействия.

В противном случае, существует риск, что неуспехи ребенка в общении, могут стать препятствиями к его гармоничному развитию, переживанию ситуаций фрустрации, конфликтности, чувству одиночества, неполноценности, низкой самооценке, тревожности и т. д.

При выборе эффективных средств развития коммуникативной компетенции, руководствуясь тем, что ведущим видом деятельности дошкольника является сюжетно-ролевая игра, мы предполагаем, что подходящими могут стать – игротерапия, сказкотерапия, театрализованная деятельность.

С их помощью примеряя различные роли, проигрывая разного рода ситуации, через непосредственное взаимодействие развивается понимание переживаний и эмоций партнера по общению, обогащается опыт конструктивной коммуникации со сверстниками, в том числе в условиях конфликта, что непосредственно влияет на становление коммуникативной компетенции ребенка. Кроме того, для нас представляют интерес возможности телесно-ориентированных методик и техник в развитии коммуникации детей дошкольного возраста. А именно методика семейной мягкой школы Э. Л. Глушковой, где главной составляющей является взаимодействие в начале близких, а потом и малознакомых людей. С помощью методики удовлетворяется потребность ребенка в тактильном и эмоциональном общении; идет развитие социальной адаптации через неоднократное проживание ребенком ситуации успеха, принятия; эмоционально волевой сферы, так важной для самовыражения и самообладания в процессе коммуникации. Ребенок учится замечать и уважать границы другого человека, его потребности и особенности. Все это происходит при активном участии родителей, как некоторого эталона эффективного поведения [3].

В заключении можно отметить, что уровень коммуникативной компетенции дошкольника влияет на его эмоциональное состояние, самооценку и социализацию в среде сверстников, возможности дальнейшего успешного развития; требует тщательного изучения и проведения целенаправленной развивающей работы с помощью специальных средств и

технологий.

Библиографический список

1. Андреева И.А. Исследование уровня социально-коммуникативного развития детей дошкольного возраста // Научно-педагогическое обозрение. – 2014. – №4(6). – С. 7-11.
2. Бочарникова М.А. Понятие «коммуникативная компетенция» и его становление в научной среде // Молодой ученый. – 2009. – № 8. – С. 130-132.
3. Глушкова Э.Л. Семейная мягкая школа. Книга оранжевая. Зачин. М.: Букинистическое издание, 2014. 101 с.
4. Лисина М.И. Проблемы онтогенеза общения. М.: Педагогика, 1986. 144 с.
5. Немов Р.С. Психологический словарь. М.: ВЛАДОС, 2007. 560 с.
6. Панфилова М.А. Игротерапия общения: Тесты и коррекционные игры. Практическое пособие для психологов, педагогов и родителей. / М.: ГНОМид, 2001. 160 с.

УДК 316.6

Степанова А.Ю. Социальная реабилитация лиц, подвергшихся воздействию нетрадиционных для России религий

Social rehabilitation of persons affected by non-traditional for Russia religions

Степанова Анна

старший преподаватель,

ФГАОУ ВО УрФУ

имени первого Президента России Б.Н.Ельцина "

Ростовцева Яна Андреевна

студент,

ФГАОУ ВО УрФУ

имени первого Президента России Б.Н.Ельцина "

Stepanova Anna Yuryevna

Senior Lecturer,

Ural Federal University named

after the First President of Russia B.N. Yeltsin

Rostovtseva Yana Andreevna

student,

Ural Federal University named

after the First President of Russia B.N. Yeltsin

Аннотация. В статье рассматриваются особенности социальной реабилитации лиц, подвергшихся воздействию деструктивных культов. Любой человек может попасть под влияние деструктивного культа, в зависимости от жизненных обстоятельств и психологического состояния. Процесс реабилитации состоит из медицинской реабилитации, социально-психологической реабилитации, педагогической реабилитации, профессиональной реабилитации, социальной реабилитации.

Ключевые слова: социально-психологическая реабилитация, деструктивные культы, религиозные организации.

Abstract. The article discusses the features of social rehabilitation of persons affected by destructive cults. Anyone can fall under the influence of a destructive cult, depending on life circumstances and psychological state. The rehabilitation process consists of medical rehabilitation, psychosocial rehabilitation, educational rehabilitation, vocational rehabilitation, social rehabilitation.

Keywords: social and psychological rehabilitation, destructive cults, religious organizations.

В настоящее время существование и опасность нетрадиционных (деструктивных) религиозных организаций в большом количестве на территории Российской Федерации очевидны. Урон от их деятельности огромен, как финансовый, политический, так и человеческий. Но до сих пор успешность реабилитации жертв деструктивных культов остается на уровне 5-10% от числа обратившихся; отсутствуют специализированные комплексные центры реабилитации. В законодательстве существует огромный пробел с выявлением деструктивности религиозной организации на стадии регистрации. Маленькое количество специалистов занимаются реабилитацией жертв, деструктивных культов, также специалисты не проходят узкопрофильную подготовку для работы с такими особенностями.

Нетрадиционные религии - это религиозные движения и созданные ими организации, которые выходят за пределы традиционных национальных и мировых религий, но используют свои идеи, символы и ритуалы. Их также называют альтернативными культами или неокультизмами, неконфессиональными (чрезмерными) убеждениями, новыми религиозными движениями [5].

Нетрадиционная (деструктивная) религиозная организация или тоталитарная секта - это группа, использующая методы манипуляций, которые эксплуатируют ее последователей. Это может нанести им финансовый, физический и психологический вред. Он в значительной степени контролирует поведение, мысли и эмоции своих членов. Используются различные методы, чтобы преобразовать человека, который пришел в культ, к лояльному, послушному, раболепному поведению [1].

Тоталитарная секта - это особый тип религиозной или псевдорелигиозной организации, которая существует в форме религиозной, психотерапевтической, научно-познавательной, культурной, общественной, коммерческой, образовательной или медицинской организации, деятельность которой представляет опасность для жизни и здоровья граждан. Для тоталитарных сект характерны авторитарные методы управления, ограничения прав человека для членов организации (в том числе финансовой и духовной) [5].

По мнению Дворкина А.А. большинство деструктивных культов появляется на стыке эпох, во время больших потрясений, таких как экономические кризисы и политические перевороты [3].

Деструктивные культы, религиозные организации возникают не просто так, это всегда «ответ» на «просьбу» общества, как правило, молодых людей, которые в какой-то момент перестают устраивать традиционные ценности. Созданные деструктивные культы всегда соответствуют духу времени и взаимосвязаны с модой, поэтому для понимания сущности секты нужно понимать дух времени [3].

Волков Е. Н. выделяет 4 уровня опасности, исходящих от деструктивных культов.

- На уровне личности, так как часто наносится тяжелый непоправимый ущерб здоровью, как умственный, так и физический.
- На семейном уровне, так как каждая тоталитарная секта - это своего рода эрзац - семья, которая замещает подлинную семью человека. Крах семей - постоянный компаньон тоталитарных сект.
- На уровне общества, так как деструктивные культы ничего не могут произвести, и в конечном итоге они избавляются от тех людей, которые уже дали им все, что у них было. Таким образом, человек с разрушенной судьбой, с разрушенным здоровьем, остается без помощи и поддержки.
- На государственном уровне, так как деструктивный культ имеет свои собственные законы, часто противоречащим государству.

Чеснокова И.А. выделяет такое влияние со стороны деструктивных культов на личность, как: нарушения психо-эмоциональной сферы, к числу которых относятся депрессия, повышенный уровень тревожности, скрытый невроз, неопределенность личностных установок и утрата смысловых ориентиров, приводящие к разрушению целостности существования, инициирующие широкий спектр проблем и конфликтов в различных сферах жизнедеятельности индивида [7].

Чернышев В.М. выделяет следующую статистику расстройств личности после пребывания в деструктивном культе: 52% - синдром «плавания», ночные кошмары – 40%, амнезия (расстройство памяти) – 21%, галлюцинации и мании – 14%, неспособность сломать «навязчивые умственные ритмы» монотонного пения, ритуально навязанного в культе – 35%, вспышки ярости – 14%, тенденции к самоубийству или саморазрушению – 21%.

Любой человек может стать жертвой деструктивного культа, в зависимости от определенных жизненных обстоятельств. Но существует наиболее уязвимая группа риска.

Так, Дворкин А.Л. определяет следующие категории людей, подверженных неформальными религиозными организациями:

- Молодые люди, которые испытывают трудности с общением со сверстниками;
- Молодые люди, ищущие свое призвание в жизни;
- Идеалисты, внешний мир которым кажется слишком жестоким и неправильным, и они хотели бы его изменить;
- Одинокие неуверенные люди, у которых низкие коммуникативные навыки;
- Люди, которые недавно испытали потерю близкого человека или другое сильное эмоциональное потрясение;
- Люди, имеющие психологические проблемы или страдающие хроническим стрессом, депрессией;
- Люди, которые интересуются всем потусторонним, мистическим;
- Люди, которые сильно зависят от чьего-либо мнения и легко поддаются манипуляции;
- Одинокие люди пожилого возраста;
- Люди, чьи родственники или друзья уже находятся в деструктивном культе [3].

Также ученые пришли к выводу, что сильная склонность к внушаемости проявляется у спящих людей, так как в состоянии сна они наиболее восприимчивы к гипнозу, поскольку гипноз и сон похожи по своей природе. В результате многочисленных исследований был установлен процент людей, которые могут быть подвержены гипнотическим внушениям и которые не восприимчивы к внушению. Итак, английский доктор Брамвел считал, что 10-20% людей легко подвергаются гипнотическому воздействию и могут войти в состояние глубокого транса. Другие исследователи, например А. Бони, доказывали, что 90% людей восприимчивы к гипнозу. П. Дюбуа считал, что все зависит от психологического состояния субъекта. Сторонники школы Шарко и некоторые другие ученые полагали, что истерические люди

склонны к внушаемости, потому что у них есть соответствующие черты психики. Также американский психоаналитик Кауфман отметил, что к гипнозу особенно восприимчивы солдаты и военнослужащие. Это было связано с высокой степенью послушания солдат, для которых исполнение приказов было неотъемлемой частью военной службы.

Хотя почти каждый человек, при определенных обстоятельствах, может стать приверженцем деструктивного культа, есть приблизительный социально-психологический портрет потенциального адепта.

Для того, что бы человек остался в деструктивном культе, используется ряд различных методик.

1. Мониторинг поведения. Этот метод регулирует индивидуальную физическую реальность и свойства в самых разных сферах этой реальности. Вводятся нормативные правила, которые касаются выполнения ритуалов, работы, других видов деятельности, социальной среды и даже таких аспектов, как место проживания, круг общения, одежда, питание и продолжительность ночного сна. Вводится строгий распорядок дня, разделение обязанностей. Эти действия минимизируют свободное время адептов и облегчают контроль над ними.

2. Контроль над мыслями. Как правило, каждый деструктивный культ развивает свой «язык» со специальными словами и выражениями, потому что язык дает нам символы, которые мы используем в процессе мышления, контролируем определенные слова. Во многих группах все сложные ситуации классифицируются и помечены емкостными метками, что позволяет перевести эти ситуации с реальной плоскости в плоскость знака деструктивного культа.

3. Информационный контроль. Этот метод ограничивает доступ к медиа, СМИ, литературе, информационным источникам любого рода. Адепты имеют доступ только к утвержденной литературе деструктивного культа, к которому они принадлежат. Приверженцам деструктивного культа также запрещено высказываться против лидера, доктрины или сообщества отрицательно. Они объединяются один за другим и информируют руководство о любых словах и действиях единомышленников, которые несовместимы с членством в деструктивном культе. Начинающим не разрешается общаться друг с другом в отсутствие старшего члена группы. Последователи деструктивного культа не говорят, чтобы избежать контакта с бывшими членами культа или людьми, критикующими культ. В некоторых культах практикуется просмотр писем и прослушивание телефонных звонков. Информация намеренно дозируется, так что члены культа не знают реального состояния вещей. Им говорят, что им нужно знать, чтобы выполнять свою работу.

Подводя итог, можно сделать вывод, что распорядок дня и любые личные решения адептов контролируются деструктивным культом. В культе устанавливается «свой» язык и особенные «кодовые фразы». Адепту также ограничен доступ к средствам массовой

информации, допускается только доступ к утвержденной литературе культа. Сторонники должны следовать друг за другом и сообщать о любых неприемлемых заявлениях или действиях против лидера, культа или сообщества.

Социальная реабилитация – это комплекс мер, направленных на повышение уровня функциональных способностей в быту и социуме, восстановление разрушенных либо утраченных больным или инвалидом общественных связей и отношений вследствие нарушения здоровья. Цель социальной реабилитации – восстановление социального статуса личности, обеспечение социальной адаптации в обществе, достижение самостоятельности и материальной независимости [4].

Социально-психологическая реабилитация осуществляется за счет взаимосвязанной комплексной деятельности органов и учреждений социальной защиты, труда и занятости, образования, здравоохранения, других государственных, общественных, иных организаций. Профилактика и реабилитация относятся к единой системе и неразрывно связаны между собой.

Медицинская реабилитация лиц с различными формами социальной дезадаптации, в том числе и психически больных, направлена на полное или частичное восстановление психического и соматического здоровья или на возможное замедление развития заболевания, предупреждение обострений и рецидивов [4].

Социально-психологическая реабилитация подразумевает адаптацию клиентов к социальному окружению, повышение самосознания по средствам формирования адекватного отношения к своему заболеванию и улучшения способностей к решению психологических проблем, налаживанию взаимоотношений с окружающими, в семьях, трудовых коллективах. Эта форма реабилитации сопровождает весь цикл лечебно-восстановительных мероприятий [4].

Педагогическая реабилитация представляет собой мероприятия обучающего и воспитательного характера, направленные на то, чтобы клиент приобрел социальный опыт, овладел необходимыми умениями и навыками по самообслуживанию и жизненному самообеспечению, социальными нормами поведения.

Профессиональная реабилитация подразумевает приобретение профессии или восстановление профессиональной трудоспособности лиц, утративших в той или иной степени трудоспособность, обучение новым профессиям, доступным им по состоянию здоровья.

На сегодняшний день Стивен Хассен является одним из ведущих экспертов в области реабилитации людей, которые подвержены влиянию неформальной религиозной организации, его методы наиболее эффективны, поскольку он сам в возрасте 19 лет был обманом втянут в организацию Луна. Он сам долгое время набирал людей, и поэтому он хорошо знает методы вербовки и депрограммирования, поскольку он испытал все это.

По своей сути, депрограммирование – это метод, ориентированный на суть проблемы, а не на индивида, тактика переубеждения, призывающая к здравому смыслу, которая иногда связана с насильственным похищением и принудительным ограничением действий. Термин «депрограммирование» также использовался для описания добровольных влияний, хотя он в основном используется для описания принудительного процесса. Этот метод более жесток и негативно сказывается на психике реабилитируемого, адепта похищают и не оставляют его на минуту одного, этот метод является опасным, так как он вызывает самые глубокие опасения и страхи участника. Этот метод может вызвать психологическую травму. Депрограммирование длится несколько дней, а иногда и недель, пока адепт не проявит признаки резкого психологического расстройства и освобождения от влияния контроля культа над сознанием. Депрограммирование вызывает глубочайшие страхи членов культа. Действительно, когда семья и друзья насильно захватывают адепта, он начинает думать, что им нельзя доверять. Травма также может быть вызвана тем фактом, что адепт сначала видит не своих близких, а неизвестные люди, которые толкают его в фургон, увозят и содержат под стражей. Последователи культа убеждены, что их близкие люди являются воплощением зла, и они проявляют недоверие, гнев и негодование. Таким образом, депрограммирование имеет много недостатков. Есть много людей, которые успешно депрограммированы, но которые по-прежнему страдают от психологической травмы, вызванной применением этого метода [6].

Следующим методом является «консультирование по выходу», этот метод гораздо более мягкий, чем депрограммирование, он реализуется на законных основаниях и добровольно для клиента. Но он также сосредоточен на извлечении клиента из культа, а не на личности. Фактически, он предполагает предоставление негативной информации о культе, которую адепт должен воспринять. Процесс начинается с подготовительной встречи консультанта с заинтересованной стороной - семьей и друзьями культиста. Они начинают прилагать совместные усилия для улучшения своих отношений с адептом. Выбирается время, когда ожидается, что адепт появится дома, команда консультантов по выходу собирается и ждет его там. Цель состоит в том, чтобы заставить члена культа согласиться провести три дня с семьей, друзьями и командой консультантов, не вступая в контакт с культом [6].

Когда все идет хорошо, культист консультируется как минимум с тремя консультантами, бывшими приверженцами культа, разнопрофильными экспертами, родственниками, друзьями. Ему показывают видео и аудиозапись, а также другие документы и материалы, которые раскрывают смысл контроля сознания и других проблем, связанных с культом. Клиент может остаться, на определенное время один, предварительно выбрав время для перерыва. Он сам контролирует то, что с ним обсуждается. Команда приветствует вопросы с его стороны. Клиент может передумать в любое время, встать и уйти [6].

Стратегический подход к взаимодействию (ПСВ) характеризуется внедрением тактики трехступенчатого воздействия на фобии. Это приводит к более точному определению

факторов, от которых зависит степень человеческой уязвимости. На этой основе создается модель для тех компонентов истинного «я», которые использовались для формирования культовой личности. Понимание этих субличностей помогает установить связь с культом «Я», а также выявить и поощрять те аспекты этого, которые стоит сохранить [6].

Целенаправленное общение - это позитивный и глубокий психологический контакт между консультантом и клиентом и доверительные отношения с клиентом. Целью этого метода является поощрение людей к росту, изменению и развитию, улучшению коммуникационных стратегий для достижения взаимопонимания. Все это делается наиболее систематическим образом: только после получения желаемого результата команда переходит к следующей цели [6].

Также используются «двенадцать шагов». Это программа для лечения различных видов зависимостей. На сегодняшний день эта программа является наиболее эффективной и практически осуществимой. С 1939 года программа не внесла серьезных изменений. Все это свидетельствует о очень хорошо структурированной, психологически согласованной модели программы, лечении и реабилитации людей с различными зависимостями, а также о популярности программы среди близких людей. Если этот метод рассматривается в плоскости реабилитации лиц, подверженных нетрадиционной религии для России, то этот метод эффективен, так как человек испытывает иллюзию, что он единственный, у кого есть такие проблемы, он не может поделиться ими ни с кем, он приходит, чтобы рассказать о своей проблеме и получить поддержку. Человек делится своим уникальным опытом, понимает, что он не один. Данная методика оказывает психотерапевтическую функцию, пострадавший слышит опыт других людей, видит что многие справляются с проблемами по-другому.

Данная методика заключается в 12 шагах, которые постепенно ведут к излечению реабилитанта.

Для исследования процесса реабилитации лиц, подвергшихся воздействию нетрадиционных (деструктивных) религий мы провели экспертный опрос с тремя разнопрофильными экспертами: Александров Илья Николаевич, руководитель отдела реабилитации в храме во имя Святителя Иннокентия г. Екатеринбурга; Марк Матусович Ицкович, директор ООО «Школа психологии»; Патраков Эдуард Викторович, заведующий кафедрой социальной безопасности УРФУ.

Проанализировав опросы разнопрофильных экспертов, занимающихся реабилитацией жертв деструктивных культов, можно сделать вывод, что все эксперты сходятся во мнении, что процесс реабилитации достаточно сложен и трудоемок, что влечет за собой низкий процент полностью излечившихся адептов, также причиной этого может являться закрытость приверженцев деструктивных культов. Эксперты солидарны в том, что для успешной реабилитации требуется комплексный подход, состоящий из врача-психиатра, психолога, священнослужителя и семьи адепта. Также все эксперты сошлись во мнении, что

деструктивный культ несомненно наносит труднопоправимый вред личности, разной направленности. Процесс полной реабилитации составляет полтора года. Адепты агрессивно реагируют при попытке оказать им помощь в реабилитации, что ставит под угрозу специалиста. Эксперты схожи во мнении, что причиной ухода в деструктивный культ является одиночество и нереализованность, также это могут быть проблемы в воспитании.

Следующий метод исследования - это анкетирование бывших адептов нетрадиционных (деструктивных) религий. Исследовалось их эмоциональное состояние перед вступлением в культ, причины вступления в культ, что в нем удерживало, отношение к религии и суевериям. Также исследовалась их склонности к депрессии по шкале Бека.

Подводя итоги анкетирования, можно сделать вывод, что опрошенные респонденты имеют различный пол, возраст, образование, доход, что подтверждает теорию о том, что любой человек может быть подвержен влиянию деструктивного культа в зависимости от различных жизненных обстоятельств и эмоционального состояния. Также стоит заметить, что большинство респондентов на вопрос о семейном положении выбрали вариант ответа «не женат, не замужем», это подтверждает, что люди без семьи и детей наиболее подвержены, внушению, вербовке и влиянию деструктивных культов.

90% респондентов верующие, считают религию важным аспектом в жизни, что можно объяснить тем, что человека из деструктивного культа выводят в социальную общность, традиционную религию, что проще. Для 70% респондентов религия - это личное спасение, общение с Богом. Причины вступления у всех респондентов различны, наиболее выделяются такие, как поиск истины, поиск общения и понимания, поиск решения проблем и утешения, что напрямую связано с группой риска людей, подверженных воздействию деструктивных культов. Перед вступлением в культ все опрошенные испытывали различные ощущения, в основном это одиночество, что пересекается с мнением опрошенных экспертов. Большинство опрошенных респондентов удерживало в культе то, что он являлся опорой, «инструкцией» как жить, также культ заполнял духовную «пустоту» и помогал уйти от болезненной реальности. Также большинство опрошенных верят суевериям, чем можно объяснить их расположенность к внушению и влиянию деструктивных культов.

По шкале депрессии Бека 50% опрошенных респондентов имеют высокий уровень дисфункциональных убеждений (Вероятность депрессии высокая), 20% Средний уровень дисфункциональных убеждений (есть некоторая вероятность депрессии), 20% Очень низкий уровень дисфункциональных убеждений (вероятность депрессии низкая) и 10% Очень высокий уровень дисфункциональных убеждений (вероятность депрессии очень высокая). Так, большинство респондентов склонны к депрессии.

Для эффективной реабилитации лиц, подвергшихся воздействию нетрадиционной (деструктивной) религиозной организации и сокращения таковых был разработан ряд рекомендаций:

1. Создать специализированный центр, в котором будет проводится комплексная реабилитация по таким аспектам как: физическое здоровье, психологическое и духовный аспект, а также оказываться помощь в социализации;
2. Установить испытательный срок в размере 5 лет после регистрации новой религиозной организацией с постоянными внеплановыми проверками, для выявления деструктивной направленности;
3. Обучение узких специалистов, специализирующихся именно на реабилитации жертв нетрадиционных религий, в психологическом и духовном аспекте;
4. Увеличить количество специалистов занимающихся реабилитацией лиц, подвергшихся воздействию деструктивных культов.

Библиографический список

1. Белорусов С.А. Психология духовности, веры и религии // Журнал практического психолога. - 1998. - № 6. - С. 21-43.
2. Волков Е.Н. Методы вербовки и контроля сознания в деструктивных культах // Журнал практического психолога. М.: Фолиум. 1996. - № 3. - С. 76-82.
3. Дворкин А.Л. Сектоведение. Тоталитарные секты. Опыт систематического исследования Нижний Новгород: Издательство братства во имя св. князя Александра Невского, 2002. —554 с.
4. Патраков Э.В. Социально-психологическая помощь лицам с социальной дезадаптацией (на основе когнитивно-поведенческого подхода) : учебное пособие / Э.В. Патраков, С.Г. Абдулаева, Л.С. Деточенко ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Южный федеральный университет. - Ростов на Дону : Издательство Южного федерального университета, 2016. - 144 с.
5. Тоталитарная секта // Большая энциклопедия: В 62 томах. — М.: Терра, 2010. — Т. 50. — С. 427, 435. — 592 с.
6. Хассен С. Освобождение от психологического насилия.— СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК. 2001.- 400 с.
7. Чеснокова И.А. Влияние сект, культов и нетрадиционных религиозных организаций на личность и ее жизнедеятельность: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2005. 28 с.

УДК 316.6

Трифонов Ю.А. Особенности самоактуализации футбольных фанатов Беларуси

Features of self-actualization football fans of Belarus

Трифонов Юрий Александрович

Магистр психологических наук, ассистент кафедры Психологии

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины

Trifonov Yuri Alexandrovich

Master of psychological Sciences, assistant department of Psychology

Gomel state University. F. Skorina

***Аннотация.** В статье представлены и обобщены результаты исследования, целью которого явилось выявление особенностей самоактуализации футбольных фанатов.*

***Ключевые слова:** фан-клуб, субкультура фанатских движений, футбольные болельщики, самоактуализация.*

***Abstract.** This article presents and summarizes the results of a study whose purpose was to determine the characteristics of samouchitelj football fans.*

***Keywords:** fan club, subculture of fan movements, football fans, self-actualization.*

Околофутбольная субкультура все чаще становится объектом научных исследований. Однако до сих пор остается не достаточно разработанным вопрос об особенностях формирования базовых ценностных ориентаций, усвоении основных социальных норм и отклонений, мотивации социального поведения. На протяжении всей жизни человека формируются базовые ценностные ориентации, усваиваются основные социальные нормы и отклонения, формируется мотивация социального поведения. Выступая специфической средой околофутбольная субкультура обуславливает процесс самоактуализации фанатов, осознанию их возможностей и стремлению к положительному образу себя.

В футбольной субкультуре участвуют различные субъекты, важным критерием соотношения человека к субкультуре выступает увлеченность футболом, в различных своих проявлениях. От поддержки любимого клуба на трибунах и участия в околофутбольных беспорядков до простого обсуждения и оценки матчей в тесном кругу друзей. Отличием фанатской субкультуры является наличие специфической атрибутики, сленга, наличие особого мировоззрения, ценностных ориентаций, отношений к внешнему миру, поведенческих стереотипов [1]. Следовательно, фан-движение – это среда, в рамках которой воспроизводится специфическая субкультура.

Существует общая для всех белорусских фан-движений субкультура. Их отличают специфические характеристики, которые существуют у каждого конкретного фанатского

движения, в зависимости от поддерживаемого ими клуба, при этом все они укладываются в рамки общей субкультуры футбольного фанатизма.

Все перечисленные характеристики свойственны неофициальным группам, которые, как и околофутбольная субкультура создают определенную социальную ситуацию развития, которая оказывает непосредственное влияние на личность лиц, входящих в нее.

В Республики Беларусь, вслед за европейскими странами, в официальных фанатских клубах введен строгий перечень правил, нарушение которых незамедлительно влечет за собой исключение субъекта из группы. Этот устав позволяет корректировать действия фанатов. Однако, самими фанатами он рассматривается как своеобразный ограничитель свободы, жесткое предписание. Нередки случаи, когда фанатов отпугивают такие правила. Поэтому, в основном ряду с малочисленными официальными фан-клубами стали появляться неофициальные фан-клубы, порой превосходящие по численности первых. Такие неофициальные фан-клубы органами внутренних дел определяются как «организованная преступная группировка так называемых болельщиков». Данный факт сказывается как при оценке действий болельщиков, так и при оценке болельщиками действий правоохранительных органов. А также, приводит к социальной изоляции фан-клуба, информационной скупости в определении мотивов противоправного поведения.

Целью дальнейшего изложения является описание некоторых результатов изучения самоактуализации индивидов в специфическом социальном контексте, обусловленном их вовлеченностью в субкультуру футбольных фанатов.

Одной из характеристик любого человека является стремление к положительному образу себя и тогда соответственно одной из основных закономерностей в динамике социальной идентичности будет стремление человека к достижению или сохранению позитивной социальной идентичности. В итоге позитивная социальная идентичность фанатов оказывается основанной на положительных, благоприятных, имеющих социальную значимость отличительных особенностях своего клуба от другого. Позитивное устойчивое самоотношение, как показано в работах ряда исследователей (СР. Пантелеев, В.Ф. Сафин, А.А. Налчаджян, И.И. Чеснокова и др.), лежит в основании веры человека в свои возможности, самостоятельность, энергичности, связано с его готовностью к риску, обуславливает оптимизм в отношении ожидания успешности своих действий в ситуации неопределенности.

Обратимся к данным отражающим особенности самоактуализации фанатов и лиц не причастных к фанатскому движению.

В исследовании приняли участие 30 фанатов неофициального фанатского клуба в возрасте от 20-25 лет. Основными критериями отбора испытуемых выступили: активное посещение домашних матчей команды, ежегодное совершение нескольких выездов в другие города, знание и принятие субкультуры футбольных фанатов (нормы и ценности, специфические практики и символика и т.д.).

Данные тестирования фанатов показывают высокие результаты по базовым шкалам - компетентности во времени (7,8), поддержки (44,5). Это, вероятно, свидетельствует о том, что фанаты переживают настоящий момент своей жизни во всей его полноте, ощущают неразрывность прошлого, настоящего и будущего, а значит, имеют более завершенную, целостную идентичность.

Согласно исследованиям, индивиды стремятся достичь позитивной разницы с другими людьми через увеличение и сохранение самоуважения, движение к достижению и сохранению позитивной личностной идентичности протяженной во времени.

Результаты анализа по вспомогательным шкалам позволяют выделить значимые характеристики фанатов. Испытуемые способны быстро и адекватно реагировать на изменяющуюся ситуацию, способны оценивать свои достоинства, положительные свойства характера, уважать себя за них, в целом принимают свои недостатки и достоинства.

Испытуемые с негативной личностной идентичностью характеризуются способностью быстро и адекватно реагировать на изменяющуюся ситуацию, недооценивают свои достоинства и усугубляют свои недостатки, обладают межличностной чувствительностью, устанавливают глубокие и тесные эмоционально - насыщенные контакты с людьми, склонны к конформности.

Также были получены низкие показатели по шкалам: сензитивность к себе (6,5), спонтанность (5,8), представления о природе человека (5,2), синергия (3,9), познавательные потребности (3,8).

Низкие показатели по данным шкалам свидетельствуют о трудностях спонтанно и непосредственно выражать свои чувства, непродуманным, нецеленаправленным действиям, о склонности воспринимать природу человека в целом как положительную, не сформированности концепции человека, низкое стремление к приобретению знания об окружающем мире, развития творческих способностей.

Выявленные показатели самоактуализации фанатов позволяет прийти к следующему выводу. Фанаты в целом обладают положительной личностной идентичностью. Большинство испытуемых демонстрируют установки на саморазвитие. В значительной мере они ориентированы на групповое взаимодействие. Мотивация саморазвития сочетается со стремлением к успеху в учебе и делах, независимости, автономии, расширению собственного профессионального сообщества, представлено такими личностными качествами как самоуверенность, самоуважение, представление о природе человека, аутосимпатия, актуализация познавательных потребностей, самопонимание. В целом по выборке, доминантными характеристиками стали самоуверенность, самоуважение, принятия агрессии, что свидетельствует в пользу более высокой степени реалистичности в суждениях и поступках, критичности по отношению к окружающим, высокой степени самоуважения и допущения проявления в межличностных отношениях агрессии.

Библиографический список

1 Царик А. Футбольный фанатизм в Беларуси / А. Царик // news.21.by // <http://news.21.by/society/2015/01/28/1050806.html> (Дата обращения 11.09.2016).

2 Вахромов Е.Е. Психологические концепции развития человека; теория самоактуализации [Текст] / Е.Е. Вахромов. - М.: Международная педагогическая академия, 2001. - 215 с.

УДК 316.6

**Трифонов Ю.А. Стратегии межличностных отношений футбольных фанатов
Беларуси**

Features of self-actualization football fans of Belarus

Трифонов Юрий Александрович

Магистр психологических наук, ассистент кафедры Психологии
Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины

Trifonov Yuri Alexandrovich

Master of psychological Sciences, assistant department of Psychology
Gomel state University. F. Skorina

***Аннотация.** В статье представлены и обобщены результаты исследования, целью которого явилось выявление стратегий межличностных отношений футбольных фанатов.*

***Ключевые слова:** фан-клуб, субкультура фанатских движений, футбольные болельщики, межличностные отношения.*

***Abstract.** This article presents and summarizes the results of a study whose purpose was to determine the strategies of interpersonal relations football fans.*

***Keywords:** fan club, subculture of fan movements, football fans, interpersonal relationship.*

Социальное влияние имеет место в том случае, если в результате взаимодействия повторный ответ человека на некую проблему более сближается с ответом другого человека, чем с собственным первоначальным ответом, т.е. поведение одного человека становится подобно поведению других людей. Другими словами люди вступают во взаимодействие, так как зависят друг от друга. Таким образом, во взаимодействии можно выделить:

- субъекты взаимоотношений (два человека или тысячи людей);
- предмет взаимоотношений (по поводу чего осуществляется связь);
- механизм регулирования взаимоотношений.

Исходя из структурных элементов социальной связи, охарактеризуем структуру спортивного взаимодействия. Для этого необходимо выделить субъектов взаимоотношений:

- футболисты;
- тренеры;
- болельщики, зрители;
- судьи;
- правоохранительные органы.

Общим предметом связи в спортивном взаимодействии выступает соревновательная деятельность.

В отношениях между субъектами взаимодействия можно выделить следующие механизмы:

- «футболист-футболист (соперник)» – конкуренция;

-
- «тренер-тренер (соперник)» – конкуренция;
 - «футболист-судья» – контрастное взаимодействие;
 - «тренер-футболист» – содействие;
 - «болельщик-футболист» – содействие, либо контрастное взаимодействие;
 - «болельщик-правоохранительные органы» – уклонение от взаимодействия, иногда переходит в противодействие;
 - «болельщик-болельщик (соперник)» – противодействие;
 - «болельщик-зритель» – содействие.

Субъекты взаимодействия – это не отдельные индивиды, они, как правило, объединяются в группы, а, значит, основными видами взаимоотношений выступают внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая дискриминация[1]. Поскольку человек принимает установки других людей и позволяет этой установке других определять, что он совершит в следующий момент, с учетом какой-то общей цели, постольку он становится органическим членом своей группы, общества, принимая мораль этого общества и становясь значимым его членом. Примерами межгрупповой дискриминации может стать асоциальное поведение: драки между болельщиками разных команд, спортсменами, а также с сотрудниками правоохранительных органов [2].

Исходя из проблемы нашего исследования, рассмотрим подробнее взаимоотношения между болельщиками и другими субъектами, с которыми они вступают в спортивное взаимодействие.

С целью уточнения психологических характеристик и свойств групп в зависимости от эмоционально-оценочных характеристик личностной идентичности была использована методика диагностики межличностных отношений Т. Лири.

На основе полученных данных вычислялись среднегрупповые показатели значимости типов межличностных отношений для исследуемой группы в зависимости от эмоционально-оценочных характеристик личностной идентичности.

Данные свидетельствует о том, что наиболее значимыми типами межличностных отношений в группе испытуемых с позитивной личностной идентичностью являются такие типы межличностных отношений как властный-лидирующий тип (8,3), независимый-доминирующий тип (6), недоверчивый-скептический тип (6,5), независимый-доминирующий (6,2), зависимый-послушный (5,1), сотрудничающий-конвенциональный (6,3) занимают одинаковое место в структуре отношений групп испытуемых.

Особенно интересным представляется сравнение реального и идеального образа испытуемых. В отличие от реального образа, идеальный образ фанатов значительно выражены следующие типы: властный-лидирующий (9,09 и 8,6 соответственно), сотрудничающий - конвенциональный (6,02), ответственно - великодушный (6,9).

Различия в оценке значимости испытуемыми типов межличностных отношений, группа с позитивной личностной идентичностью значительно чаще использует властный-лидирующий, независимый-доминирующий, ответственно-великодушный типы. На основании данных результатов можно говорить о том, что фанатам присущи такие личностные черты как адаптивность, критичность по отношению к себе, способность к рефлексии собственных поступков, тенденция к нереализованной авторитарности, конфликт между стремлением личности к признанию группой и собственной спонтанной агрессивностью, тенденция к аффилиации.

При сравнении по параметрам оценки значимости типов межличностных отношений, обнаружены следующие особенности: властный-лидирующий, независимый-доминирующий, ответственно-великодушный типы межличностных отношений используется преимущественно, что говорит о том, что фанаты стремятся сохранить позитивное самоотношение, их поведение основывается на положительных, благоприятных, имеющих социальную значимость для человека сравнениях. А также, отмечается незначительное расхождение в показателях «реального и идеального образов Я».

Библиографический список

- 1 Агеев, В.С. Межгрупповое взаимодействие. Социально-психологические проблемы / В.С. Агеев. – М.: Проспект, 2005. – 214 с.
- 2 Кретти, Б.Д. Психология в современном спорте / Б.Д. Кретти, пер. с англ. Ю.Л. Ханина. – М.: «Физкультура и спорт», 1978. – 224 с.

СЕКЦИЯ 7. ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 37

Федотова А.А. Учет психологических особенностей детей младшего школьного возраста при начальных занятиях футболом

Taking into account psychological characteristics of children when they start to playing football.

Федотова Анастасия Александровна

магистрант

Московского педагогического государственного университета

Fedotova Anastasiya Alexandrovna

magistracy student of

Moscow State Pedagogical University

***Аннотация.** Одной из первостепенных задач педагога при начальном этапе обучения футболу – вызвать устойчивую заинтересованность в регулярных занятиях у учеников, а также создание хорошего психологического климата на занятиях. Решение этих задач требует внимательного отношения педагога к психологическим качествам занимающихся.*

***Ключевые слова:** психология детей, обучение футболу, педагогика.*

***Abstract.** When children start to playing football, pedagogue should to interest them to train regularly and to make a good psychological climate; there is one of the paramount tasks of pedagogue. Decision of these tasks requires that pedagogue should to take attentive to psychological characteristics of his students.*

***Keywords:** psychology of children, teaching of football, pedagogy.*

Младший школьный возраст соответствует обучению ребенка в начальных классах школы, это возраст от 7 до 10 лет. Это возраст достаточно сильного, но в то же время равномерного физического развития (т.е. развития морфофункциональных качеств ребенка). В этом возрасте у ребенка увеличивается рост, длина конечностей тела, вес, отмечается равномерное увеличение ЖЕЛ, опорно-двигательный аппарат формируется и в этом возрасте достаточно подвижен.

В среднем именно с семи лет ребенка активно привлекают к занятиям футболом уже на регулярной основе (в ДЮСШ, СДЮШОР, УОР). Определение будущих способностей и задатков к профессиональному спорту в данном возрасте еще затруднено, главной задачей педагога в этом возрастном периоде является овладение важнейшими основными техническими приемами, а именно: обучение ведению мяча, пасу, удару и т.д.; также важными задачами на данном этапе является физическая подготовка (т.е. воспитание у ребенка необходимых физических способностей), и формирование у ребенка представления об основах футбола, т.е. ознакомление с основными правилами игры, тактическое обучение.

В младшем школьном возрасте у ребенка основной деятельностью становится учебная деятельность, а важным авторитетом (кроме родителей) теперь также становится учитель. По аналогии с общеобразовательной школой, авторитетом для ребенка в футбольной секции выступает тренер.

В начале занятий, как правило, обучают технике и знакомят с правилами футбола. На первых занятиях ребенок, как правило, старается, прикладывает максимальные усилия, исходя из отношения в семье (стремление получить похвалу, одобрение в семье), а также исходя из мотива отношений с коллективом (также стремление быть частью коллектива, получить одобрение коллектива).

По прошествии первых занятий ребенок осознает, что занятия футболом, как и занятия любым видом спорта – тяжелый труд, требующий значительных физических и волевых усилий, ограничений (соблюдение режима питания, сна, тренировок и т.д.). Если в семье ребенок не привык к труду, к самодисциплине и пр., то у него наступает разочарование, возникает отрицательное отношение к учению. Для того, чтобы этого не случилось тренер должен наставлять ребенка, объяснять, что спорт – это напряжённая серьёзная работа, но при этом очень интересная, так как он позволит узнать много занимательного, нового, приобрести важные навыки, а главное – достигнуть высоких результатов.

Стоит отметить, что вначале интерес к обучению формируется как интерес к самому процессу без осознания его значимости. И лишь затем, после возникновения интереса к результатам, к первым достижениям в футболе формируется интерес к содержанию процесса обучения, к приобретению умений, навыков, знаний. И именно эта основа является благодатной почвой для формирования у ребенка мотивов к дальнейшему спортивному обучению, связанных с достаточно ответственным отношением к занятиям футболом.

Стоит выделить некоторые возрастные психические особенности, которые присущи вниманию детей 7-10 лет. Главная из них – слабость произвольного внимания. Возможность волевого регулирования и управления вниманием в этом возрасте ограничена. Различают близкую и далекую мотивацию. Далекая мотивация для поддержания произвольного внимания может возникать у юношей, они могут заставить себя сосредоточиться на рутинной, интенсивной тренировке ради результата, который ожидается в будущем. А вот произвольное внимание у ребенка возраста 7 – 10 лет требует только близкой мотивации (перспективы получить награду, заслужить похвалу тренера, коллектива, родителей и т.д.)

Значительно лучше в возрасте 7 – 10 лет развито непроизвольное внимание. Все яркое, новое, неожиданное (например, какой-либо новый финт или новое упражнение), интересно ребенку само собой и привлекает внимание детей без всяких дополнительных усилий с их стороны.

Стоит отметить, что основу успешных действий команды составляет успешные и разумные индивидуальные действия конкретного футболиста в игре, которые подразумевают

специальные качества и способности (мышление, наблюдательность, быстрота реакции и т.д.) и умение гибко использовать технические приемы. В связи с этим целесообразно считать, что очень важна индивидуализация подготовки каждого футболиста. Поэтому в процессе становления футбольного мастерства тренеру необходимо воспитывать и развивать комплекс психических качеств каждого отдельного игрока. Эффективными средствами здесь являются различные упражнения, подвижные игры и эстафеты, которые требуют проявления быстроты реакции, ориентировки и быстроты ответных действий, сообразительности наблюдательности, переключения с одних действий на другие.

Также необходимо отметить, что в связи с возрастным относительным преобладанием деятельности первой сигнальной системы у детей 7 – 10 лет в большей степени развита наглядно-образная память, чем словесно-логическая. Они быстрее, лучше запоминают, могут сохранять в памяти конкретные предметы, лица, факты, чем описания, объяснения, определения.

Важно, что в возрасте 7-10 лет закладывается основа нравственного поведения, начинает происходить усвоение моральных норм и правил поведения, формируется общественная направленность личности. Важно отметить особенности характера детей 7-10 лет. Они очень импульсивны — как правило, незамедлительно действуют под влиянием непосредственных импульсов, побуждений, не подумав, при этом не взвесив всех обстоятельств, всех последствий. Причина этого — потребность детей в активной внешней разрядке при возрастной слабости волевой регуляции поведения. Необходимо заметить, что также характерной чертой детей в этом возрасте является большая эмоциональность, т.е. вся психическая деятельность (все, о чем дети думают, что наблюдают и т.д.) имеет эмоциональный оттенок. Также эмоциональность подразумевает, что дети 7-10 лет не умеют контролировать свои чувства, они бывают крайне откровенны, когда выражают свои чувства (горе, радость, печаль, страх и т.д.). Еще эмоциональность выражается довольно частой сменой настроения у ребенка. Тренеру стоит принять это во внимание, дабы избежать конфликтов, которые очень часто возникают из-за импульсивной, чрезмерно эмоциональной реакции детей на обоснованные и безобидные, на первый взгляд, замечания.

Также особенностью детей этого возраста является и общая недостаточность воли: ребенок еще не обладает большим опытом долгой борьбы за намеченную цель, необходимостью преодоления трудностей и препятствий. Ребенок может опустить руки при неудаче, потерять веру в свои силы, в свои возможности. Часто у детей наблюдается упрямство, капризность, причина которых - недостатки воспитания дома, в семье. Ребенок привык в семье к тому, что его желания удовлетворялись сразу, он ни в чём не видел отказа, отчего его капризность и упрямство — своеобразная форма протеста против тех требований тренера, которые ему он ему предъявляет, против необходимости жертвовать своими

желаниями во имя того, что необходимо. Тренеру важно понимать это, и с одной стороны быть твердым в своих решениях и установках, но с другой стороны быть понимающим.

Библиографический список

1. Мухина В.С. Возрастная психология. Феноменология развития// Академия — 2006. — С. 309 - 410.
2. Полишкис М.С., Выжгин В.А. Футбол: Учебник для институтов физической культуры. // Физкультура, образование и наука — 1999. — С. 95 – 96, 119.
3. Родионов А.В. Психология физической культуры и спорта// Академия — 2010. — С. 66 – 67, 299-309.

СЕКЦИЯ 8. ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

УДК 81

Син Е. А., Межова М. В. Фольклорный текст в контексте
лингвокультурологического анализа

The folklore text in the context of the linguoculturological analysis

Син Елена Александровна,

Аспирант кафедры культурологии,

Кемеровский

государственный институт культуры

Межова Марина Вячеславовна,

Кандидат культурологии, доцент кафедры иностранных языков

Кемеровский государственный институт культуры

Sin Elena Aleksandrovna,

Graduate student of Department of Cultural science,

Kemerovo State University of Culture

Mezhova Marina Vyacheslavovna,

PhD (Cultural science), Associate Professor of Department of foreign languages

Kemerovo State University of Culture

Аннотация. Статья рассматривает художественный текст как элемент культуры на материале фольклорного текста. Проводится сопоставительный лингвокультурологический анализ фольклорного текста в межкультурном поле, а также выделяются культуросообразные признаки фольклорного текста, усиливающие его значимость как одного из выразителя культуры.

Ключевые слова: лингвокультурологический анализ, художественный текст, фольклор, национальный характер.

Abstract. The paper considers the art text as a cultural element on the material of the folklore text. The comparative linguoculturological analysis of the folklore text in the cross-cultural field is carried out and also the cultural features of the folklore text enhancing its importance as one of the culture translator are distinguished.

Keywords: linguoculturological analysis, art text, folklore, national character.

Последнее время характеризуется бурным развитием лингвокультурологических исследований в концепции текста. Большое количество научных публикаций, посвященных исследованиям в области национально-культурной специфики художественного текста, говорит о том, что текст стал рассматриваться не только с позиции лингвистики, но и как культурный элемент нации, отражающий национальный характер, менталитет и мировосприятия той или иной культуры в пространстве литературных произведений.

Художественный текст как выразитель именно культуры и национальной ментальности представляет большой интерес с точки зрения выявления национально-культурной специфики той или иной лингвокультуры, а также схожести ее и различий на уровне художественного текста.

Несмотря на общность и схожесть различных культур в контексте литературных произведений, каждая национальная литература оригинальна, поскольку является личным языковым продуктом того или иного народа.

В связи с этим позволяет выделить актуальность данной темы с точки зрения анализа художественного текста с позиции культурологического аспекта.

Современное исследование художественного текста в рамках культурологического анализа подразумевает его социально-историческое, культурное и литературное изучение, с учетом эпохи, в которой был создан оригинал, а также изучение языковой личности автора (и переводчика, при переносе текста в другую культуру) и его мировидения, его лексикологическому выбору культурноспецифических единиц (а также переносу этих единиц в другую культуру, их адекватности).

В настоящее время существует много определений понятия «художественный текст», большинство из них приравнивают его и к понятию «художественного произведения», а также многие понятия формулируются с точки зрения лингвистических классификаций, так например: «Художественный текст - разновидность общего понятия *«текст»*, замещающая в современной эстетике и искусствознании понятие «художественное произведение» [6]. Главные составляющие искусства — мастер и его мир художественных образов — представлены в художественном тексте иначе, чем в художественном произведении. Признаки произведения: законченность, целостность, оформленная структура. Данные признаки приобретаются произведением исключительно благодаря деятельности художника как мастера. Художественный текст характеризуется другим набором признаков: это не законченный эстетический продукт, а скорее дышащая эстетическая практика. Здесь нет четко выраженной структуры. Это не объект, а работа или деятельность. Инстанцией художественного текста является не область значений, а «галактика означающих» [1].

В свою очередь, словарь философских терминов характеризует «художественный текст» как смысловое целое, являющееся организованным единством составляющих его элементов; сообщение, направленное автором (адресантом) читателю, слушателю (адресату). Смысл художественного текста определяется его отношением к внетекстовой реальности. Художественный текст в наибольшей мере реализует творческую функцию, являясь генератором новой информации. Художественный текст служит материалом для интеллектуальных реконструкций, связывающих культуру с ее предшествующими этапами и восстанавливающих возможные разрывы в традиции» [7].

Таким образом, следует отметить, что художественный текст является не только объектом лингвистического анализа, но и позволяет рассматривать его как высокую духовную, культурно-историческую ценность определенной лингвокультуры. Являясь носителем духовно-практического опыта тех или иных общественных групп и, главное, отдельных личностей, с помощью текстов осуществляется свободное общение целых народов

и всего человечества. Именно в этом заключается важнейшая функция художественных текстов в культурном контексте.

Исследования художественного текста как единицы культуры целесообразно осуществлять в первую очередь на материале фольклорных произведений разных стран. Современная литература уходит своими корнями в фольклор, многие произведения имеют определенное сходство несмотря на различия в разных культурах. Любое фольклорное произведение множество раз было преобразовано новыми рассказчиками и трансформировано в другие культуры. Со временем литераторы заимствовали многие сюжеты из фольклорных произведений, в связи с чем во многих литературах мира встречаются похожие сюжеты, персонажи и произведения. При этом фольклор постоянно развивается и меняется вместе с жизнью людей.

Выбор фольклорных текстов как базового составляющего художественного текста для данного анализа был обусловлен еще и тем, что именно фольклорный текст является выразителем национального, индивидуальных особенностей народа и его отличия от других. Благодаря фольклорным текстам передается информация о жизни наших предков, ибо именно поэтому фольклорный текст, являясь источником информации о культуре народа имеет неоценимое значение для любой гуманитарной науки. «Фольклор – не просто одно из многих явлений народного быта; фольклором был пропитан весь народный быт во всех его проявлениях. В фольклорные формы отливается народный опыт и народные знания, народные представления о прошлом родов, племен и прошлом земли, на которой они обитали или обитают» [3].

Являясь областью духовной культуры, фольклор отражает культурную картину мира того или иного народа, в нем представлены основные ценности культуры. Сказка как один из центральных фольклорных, является своеобразной сокровищницей народной мудрости, а также универсальным средством передачи народных представлений об окружающем мире и самом человеке, составляющих основу национальной (культурной, языковой) картины мира. А. И. Никифоров, крупнейший собиратель и исследователь сказок дал следующее определение понятию сказки: «Сказки – это устные рассказы, бытующие в народе с целью развлечения, имеющие содержанием необычные в бытовом смысле события (фантастические, чудесные или житейские) и отличающиеся специальным композиционно-стилистическим построением» [4].

В свою очередь русский филолог-фольклорист В. Я. Пропп рассматривает это определение как «кратчайшее». И далее он выделяет некоторые признаки, на основе которых можно определить научное понимание сказки (сказка как повествовательный жанр, цель сказки – развлечение, необычайность события, композиционно-стилистическое построение). Сказка народная, характеризующаяся своей формой бытования, является своего рода рассказом, передаваемым из поколения в поколение только путем устной передачи. Именно

этим бытование народной сказки отличается от бытования литературной (искусственной) сказки, которая передается путем устной передачи. После чего она может курсировать, иметь новые варианты [5].

Объектом данного анализа послужили именно народные сказки, представляющие собой первоисточники фольклорных текстов (на примере сюжетов английских и русских сказок).

Безусловно, неоспоримым фактом является то, что для сказок каждого народа характерны специфические сюжеты, образы, ситуации. Национальный характер сказок находит свое выражение в оценке происходящих в них событий, в именах героев, в традиционных языковых формулах, лексическом аппарате. Но в свою очередь, специалистами в области фольклористики отмечается, что есть как и сюжетное противопоставление, так и сходство. Тесная связь между сюжетами может говорить о сходстве явлений культуры, о едином законе человеческой ментальности, ценностей. По мнению большинства историков, все народы проходят одинаковый путь развития. Народы мира живут по общим законам истории.

Для лингвокультурологического анализа были выбраны русские народные сказки «Волк и семеро козлят» и английская народная сказка «Волк и три котенка». В качестве примера о сходстве и различии сюжетов, можно отметить, что основные идеи сюжета сказки – помощь другу (чтобы победить добро и зло); радость победе. Оба сюжета построены на столкновении двух миров – добра и зла. В английской сказке главными персонажами являются волк или лис, олицетворяющие собой зло, а добрые качества присущи кошке или курице. Сказка сопровождается юмором, что в принципе присуще английскому характеру (высмеивание таким образом злых героев). Что в английской сказке, что в русской присуще накладывание эпизода на эпизод и многократное его повторение. Именно это усиливает действие, что приводит к кульминации и развязке. Но особенностью английской сказки является то, что она выключена из реального времени и там нет традиционных зачина и концовки (жили-были, однажды, в тридевятом царстве). Русская сказка при внешней схожести сюжета и некоторых героев с английской сказкой, более живая, наполненная яркими эпитетами, песенками, лексикой с уменьшительно-ласкательными суффиксами (матушка, родненькие, миленькие, козлятушки). Все это подтверждает тот факт, что сказка, как одна из наиболее ярких форм выражения фольклорных текстов, при общей схожести сюжетов имеет очень богатую персонифицированную культуросообразную основу, позволяющую идентифицировать ту или иную культуру, знать ее, хранить и передавать в межкультурное пространство для обмена культурными и духовными ценностями между народами.

Библиографический список

1. Барт Р. От произведения к тексту // Барт, Ролан. Избранные работы: Семиотика. Поэтика: Пер. с фр. / Р. Барт; Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М.: Прогресс: Универс, 1994.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин – М.: Книга по требованию, 2016. – 444с.
3. Герд А.С. Введение в этнолингвистику: Курс лекций и хрестоматия. 2-е изд., исправл. – СПб.: Изд-во С-Петерб. ун-та, 2005. – 457 с.
4. Капица О.И. Русская народная сказка. М. –Л., 1930, с.7).
5. Пропп В. Я. Русская сказка. Изд-во Лабиринт, М., 2011 – 384 с.
6. Словарь философских терминов. Научная редакция профессора В.Г. Кузнецова. М., ИНФРА-М, 2007, с. 656-657
7. Эстетика: словарь / под общ. ред. А. А. Беляева и др. – М.: Политиздат, 1989. – 447 с.

Электронное научное издание

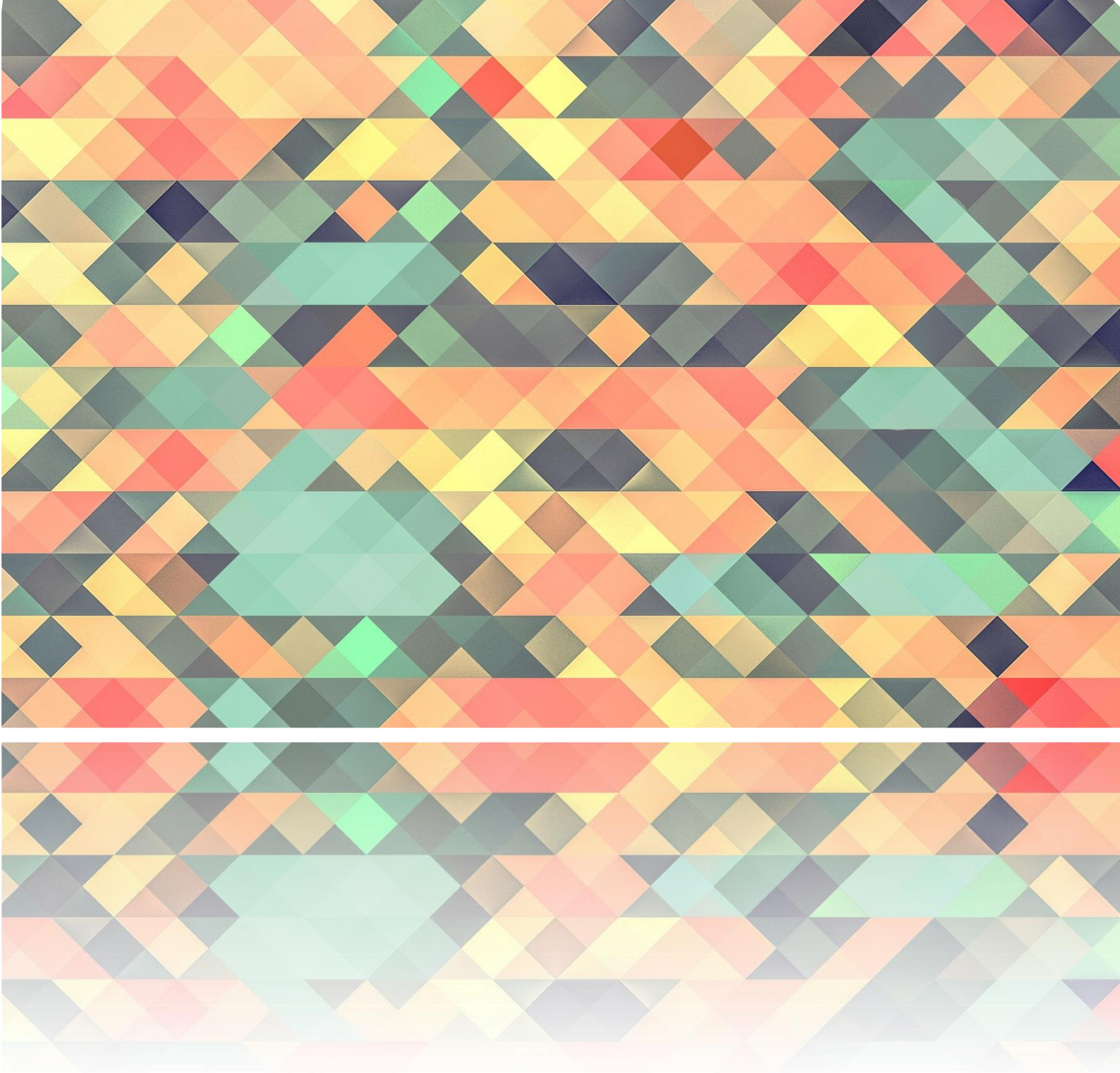
Культурология, социология и психология: эксперименты и концептуализация

сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции

1 декабря 2017 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству
обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов



ISBN 978-1-370-36255-4



9 781370 362554

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 6,1. Тираж 100 экз.

Издательство НОО Профессиональная наука
Нижний Новгород, ул. Ломоносова 9, офис 309
Издательство Smashwords, Inc. 15951 Los Gatos
Blvd., Ste 16, USA