




НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ

№1 (9) 2019

В НОМЕРЕ:

-  Психологические науки
-  Педагогические науки
-  Социологические науки



Журнал зарегистрирован в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средствам массовой коммуникации

Свидетельство о регистрации

Эл № ФС77-64254 от 25 декабря 2015 года

Над выпуском работали

Паршина Ю.С.

Макаревич Е.В.

Адрес редакции:

141070, Королев,

Ул. Октябрьская, 10а

Тел. (495)543-34-31

e-mail: sgtjournal@mail.ru

www.sgtjournal.ru

25.03.2019 г.

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ

Т.Ю. КИРИЛИНА, Н.А. КИРИЛИНА
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ РЕКЛАМЫ НА ЭКОНОМИКУ.....3

С.В. КИБАКИН
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРАВОВОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....10

Е.В. КОТЕЛЬНИКОВА, И.К. ЩЕРБИНА
ПРОБЛЕМА СТАРЕНИЯ В КОРЕЙСКОМ И РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВАХ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ.....16

Е.В. КОТЕЛЬНИКОВА, И.Л. ИВАНУКИНА
ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....22

А. Э. ЛАРИОНОВ, А.В. НОВИЧКОВ
АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО РЕФОРМИРОВАНИЯ В РОССИИ.....28

А.А. ПОЛОСИНА
СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ РАННЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ШКОЛЬНИКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....35

ПСИХОЛОГИЯ

Т.Н. АРХИПОВА, А.Б. АРХИПОВ, М.Д. НЕМЧЕНКОВА, Ж.А. АБРАМОВА
ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА.....41

Ю.Н. КАЗАКОВ
ИСТОРИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ И БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕЛОВЕКА.....47

Ю.Н. КАЗАКОВ, Е.М. ПОЧИНИН
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ СПЛОЧЕННОСТИ КОЛЛЕКТИВНОГО СУБЪЕКТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....62

Ю.Н. КАЗАКОВ, Н.А. ЛОБАНОВА
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ОБЗОР ПРОБЛЕМ МОТИВАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ ПОДРОСКОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....75

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Кирилина Татьяна Юрьевна,
доктор соц.н., доцент, заведующий кафедрой
гуманитарных и социальных дисциплин
«МГОТУ»

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Барков Сергей Александрович, д.соц.н.,
профессор
Басманова Нина Ивановна, к.псих.н.доцент
Бузмакова Тамара Ивановна, к.пед.н., до-
цент
Гайдабрус Наталья Викторовна, к.фс.н.
Долгорукова Ирина Владимировна, д.соц.н.,
доцент
Казаков Юрий Николаевич, д. мед.
н., профессор
Капранова Марина Валерьевна, к.псих.н.
Ковалев Вячеслав Григорьевич, к.пед.н.
Красикова Тамара Ивановна, к. филол. н.,
профессор
Лапшинова Кира Викторовна, к.соц.н.
Ларионов Алексей Эдиславович, к.и.н.
Магомедов Керем Османович,
д.соц.н., профессор
Морозюк Светлана Николаевна, д.псих.н.,
доцент
Морозюк Юрий Витальевич, д.псих.н, про-
фессор
Романов Петр Сергеевич, д. пед.н., доцент
Старцева Татьяна Евгеньевна, д.пед.н.,
профессор
Флоря Василий Михайлович, д.соц.н., про-
фессор

М.В. КАПРАНОВА, О.В. ДУБИК, А.О. ЯЦУК
ИССЛЕДОВАНИЕ КОНФЛИКТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЦЕННО-
СТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В РАЗНОВОЗРАСТНОМ КОЛ-ЛЕКТИВЕ
ПЕДАГОГОВ СПО.....94

М.В. КАПРАНОВА, Е.В. САВВИНОВА, С.А. АНДРИЕНКО
ИЗУЧЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ ОБРА-
ЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ДОПОЛНИ-ТЕЛЬНОГО ПРО-
ФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....101

ПЕДАГОГИКА

Л.Н. ЖАРКО
КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ПОДГОТОВКИ
ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬ-
НОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....107

И.Ф.КАЛИНИНА, А.А.СМИРНОВ, Т.Н. АРХИПОВА
МАСТЕР-КЛАСС КАК ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНО-
ЛОГИЙ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТА-
НИЯ В ВУЗЕ.....112

УДК. 316

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ РЕКЛАМЫ НА ЭКОНОМИКУ

Т.Ю. Кирилина, доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

Н.А. Кирилина, аспирант первого года обучения
Аспирантской школы по социологическим наукам,
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», г. Москва

В статье анализируются экономические и социальные аспекты влияния рекламы на экономику. Особое внимание уделено изучению использования стереотипов в рекламе.

Автор отмечает, что свобода рекламы стимулирует бизнес создавать новые бренды и улучшать старые.

В статье делается вывод, что, хотя рекламу можно законно критиковать за предоставление неполной информации и, в некоторых случаях, за создание нежелательных внешних эффектов, ее также следует приветствовать, когда она содействует принципам экономики свободного предпринимательства.

Реклама, бренд, влияние рекламы, свободный рынок, свободное предпринимательство

ECONOMIC AND SOCIAL ASPECTS OF INFLUENCE OF ADVERTISING ON THE ECONOMY

T.Yu. Kirilina, Doctor of sociological sciences,
the Head of the Department of Humanities and Social Sciences,
State Educational Institution of
Higher Education of Moscow Region
«University of Technology»

N.A. Kirilina, first year graduate student Graduate School of Sociology,
National Research University
Higher School of Economics, Moscow

The article analyzes the economic and social aspects of the impact of advertising on the economy. Special attention is paid to the study of the use of stereotypes in advertising.

The author notes that the freedom of advertising stimulates business to create new brands and improve the old ones.

The article concludes that while advertising can be legitimately criticized for providing incomplete information and, in some cases, for creating undesirable externalities, it should also be welcomed when it promotes the principles of a free enterprise economy.

Sociology of consumption, mass culture, consumer culture, conspicuous consumption», consumer

Advertising, brand, advertising effect, free market, free enterprise

Реклама – одно из самых заметных направлений деятельности бизнеса. Приглашая людей попробовать свои продукты, компании рискуют подвергнуться публичной критике и нападкам, если их реклама не устраивает или оскорбляет аудиторию, или если их продукты не соответствуют рекламируемому обещанию. Сторонники рекламы утверждают, что безопаснее покупать рекламируемые продукты. Потому что, когда компания обладает хорошей репутацией, она более ответственно относится к выполнению своих обещаний.

Рекламу хвалят и критикуют не только за ее роль в продаже товаров, но и за ее влияние на экономику и общество. Реклама – это не журналистика, не образование и не развлечение, хотя она часто выполняет всех эти роли. Если вернуться к первоначальному определению Альберта Ласкера, реклама – это искусство продажи в печати (или, говоря современным языком, в платном пространстве и времени СМИ). Как средство коммуникации, реклама обладает определенными чертами журналистики, образования и развлечений. Спонсоры рекламируют, потому что надеются, что это поможет им продать какой-то продукт, услугу или идею. До сих пор ведутся споры об экономической роли рекламы. Например, как реклама влияет на стоимость продукции? Вызывает ли это более высокие или более низкие цены? Способствует ли это конкуренции или препятствует ей? Как реклама влияет на общий потребительский спрос? Что влияет на выбор потребителей?

Другие споры сосредоточены на социальных последствиях рекламы. Например, делает ли реклама нас более материалистичными? Это заставляет нас покупать вещи, которые нам не нужны? Воздействует ли реклама на нас подсознательными способами, которые мы не можем контролировать? Как это влияет на искусство и культуру нашего общества?

Из этих экономических и социальных противоречий возникают новые вопросы, касающиеся ответственности рекламы и контроля над ней. Какова надлежащая роль участников маркетингового процесса? Насколько широкими должны быть возможности маркетологов в отношении того, какие продукты они продвигают и как они их рекламируют? Какова ответственность потребителей в этом процессе? Наконец, какова надлежащая роль правительства? Какие законы мы должны иметь для защиты потребителей? А какие законы заходят слишком далеко и нарушают свободу слова маркетолога? Это сложные вопросы, на которые нет простых ответов.

Основополагающий принцип рыночной экономики – что общество лучше всего функционирует тогда, когда предоставляет людям возможности самостоятельно принимать решения и действовать в качестве свободных агентов в рамках системы, обладающей четырьмя фундаментальными характеристиками: личный интерес, множество покупателей и продавцов, полная информация и отсутствие внешних эффектов (социальных издержек). Эта принципиально утилитарная структура, основанная на цели общества поощрять поведение, которое способствует наибольшему благу для большинства людей [3]. Рыночная экономика предлагает систему экономической деятельности – свободное предпринимательство, которая является основой для понимания того, каким образом реклама может способствовать достижению основной цели свободного предпринимательства. Почему большинство людей предпочитают Кока-Колу другим напиткам? Почему некоторые предпочитают одежду бренда Calvin Klein какому-то другому бренду? Являются ли рекламируемые продукты функционально лучше? Необязательно. Но, по мнению потребителя, реклама придала этим брендам дополнительную ценность.

В середине 1960-х годов известный психолог Эрнест Дихтер утверждал, что имидж продукта, созданный отчасти рекламой и продвижением, является неотъемлемой чертой самого продукта. Последующие исследования показали, что, хотя в рекламе качество продукта может не затрагиваться напрямую, позитивное изображение, передаваемое рекламой, может подразумевать качество. Более того, просто сделав продукт более известным, реклама может сделать продукт более желанным для потребителя. Таким образом, реклама повышает ценность бренда. Вот почему люди платят за продукцию фирмы Apple больше, чем за другой бренд.

Реклама также повышает ценность бренда, обучая клиентов новому использованию продукта. Салфетки фирмы Kleenex первоначально рекламировались как средство для снятия макияжа, позже как одноразовый носовой платок. AT&T сначала рекламировала телефон как необходимость, а затем как удобство.

Одним из преимуществ системы свободного рынка является то, что потребители могут выбирать ценности, которые они хотят, в продуктах, которые они покупают. Если, например, важна низкая цена, они могут купить недорогой автомобиль эконом-класса. Если статус и роскошь важны, они могут купить модный седан или колоритный спортивный автомобиль. Многие из наших потребностей являются эмоциональными, социальными или психологическими, а не функциональными. Один из способов, которым мы сообщаем, кто мы (или хотим быть), – это товары, которые мы покупаем и показываем. Ассоциируя товар с каким-то желаемым образом, реклама дает людям возможность удовлетворить эти психические или символические потребности.

С точки зрения рыночной экономики, добавляя ценность продуктам, реклама способствует личной заинтересованности, как потребителя, так и рекламодателя. Этому также способствует количество продавцов. Это усиливает конкуренцию, что также служит интересам потребителя.

Если реклама добавляет ценность продуктам, то из этого следует, что реклама также добавляет стоимость. И если бы компании прекратили всю эту дорогую рекламу, продукты стоили бы дешевле. Но это не совсем верно. Некоторые рекламируемые продукты стоят дороже, чем не рекламируемые. Но бывает и наоборот. Реклама, поощряя конкуренцию, способствует снижению цен. Это опять же служит интересам потребителя. И именно поэтому таким специалистам, как адвокаты и врачи теперь разрешено рекламировать.

Радикальные заявления о положительном или отрицательном влиянии рекламы на цены, вероятно, будут слишком упрощенными.

Тем не менее, можно сделать несколько важных выводов.

1. Реклама как одна из многих затрат на ведение бизнеса, действительно оплачивается потребителем, который покупает продукт. В большинстве товарных категорий, однако, сумма, потраченная на рекламу, как правило, очень мала по сравнению с общей стоимостью продукта.

2. Реклама является одним из элементов системы массового распространения, которая позволяет многим производителям заниматься массовым производством, что в свою очередь снижает удельную стоимость продукции. Затем эти сбережения могут быть переданы потребителям в форме более низких цен. Таким косвенным образом, реклама помогает снизить цены.

В отраслях, на которые распространяется государственное ценовое регулирование (сельское хозяйство, коммунальные услуги), реклама исторически не влияла на цены. В розничной торговле цена является важным элементом во многих объявлениях, поэтому реклама имеет тенденцию удерживать цены. С другой стороны, национальные производители используют рекламу, чтобы подчеркнуть особенности, которые делают их бренды лучше; в этих случаях реклама имеет тенденцию поддерживать более высокие цены для отечественных брендов.

Некоторые исследователи считают, что реклама на самом деле ограничивает конкуренцию, потому что небольшие компании или новички отрасли не могут конкурировать с известными фирмами. И что активная конкуренция ведет к сокращению числа фирм в отрасли. Однако некоторые фирмы, ликвидированные в результате конкуренции, могут быть теми, которые обслуживали клиентов менее эффективно. В других случаях конкуренция снижается из-за слияний и поглощений (крупные компании работают в собственных интересах) [9]. Высокие затраты могут препятствовать появлению новых конкурентов в отраслях, которые тратят значительные средства на рекламу. На некоторых рынках оригинальные бренды, вероятно, значительно выигрывают от этого барьера. Однако инвестиции, необходимые для заводов, машин и рабочей силы, имеют гораздо большее значение. Это, как правило, реальные барьеры для производства, а не реклама.

Реклама крупных компаний часто имеет лишь ограниченное влияние на малый бизнес, потому что один рекламодатель редко достаточно велик, чтобы доминировать над всей страной. Фактически, свобода рекламы стимулирует большее число продавцов к выходу на рынок. Можно наблюдать, как не разрекламированные магазинами бренды продуктов питания очень эффективно конкурируют на одном прилавке с разрекламированными товарами.

Вопрос влияния рекламы на общий потребительский спрос чрезвычайно сложен. Многочисленные исследования показывают, что рекламная деятельность влияет на совокупное потребление, но они расходятся во мнениях относительно степени влияния. Многие социальные и экономические факторы, включая технический прогресс, уровень образования населения, рост населения и доходов, революционные изменения в образе жизни, являются более важными. Например, спрос на CD-плееры, сотовые телефоны и персональные компьютеры рос огромными темпами, отчасти благодаря рекламе, но в большей степени благодаря благоприятным рыночным условиям. В то же время реклама не способна обратить вспять снижение продаж таких товаров, как пишущие машинки.

Реклама может помочь сдвинуть с мертвой точки новые продукты, давая большему количеству людей больше «полной информации», тем самым стимулируя первичный спрос – спрос на весь класс продуктов. На падающих рынках, когда единственная информация, которую люди хотят получить, это информация о ценах, реклама может влиять на селективный спрос – спрос на конкретный бренд. На растущих рынках рекламодатели, как правило, борются за долю этого роста. На зрелых, статичных или падающих рынках они конкурируют за акции друг друга.

Для производителей, самый лучший способ победить конкурентов – сделать свою продукцию разнообразной. Например, посмотрите на длинный список моделей автомобилей, размеров, цветов и функций, предназначенных для привлечения разных покупателей. На полках гипермаркетов можно увидеть десятки

различных видов хлопьев для завтрака, рассчитанных на разные возрастные группы и на разнообразные стили жизни.

Свобода рекламы стимулирует бизнес создавать новые бренды и улучшать старые. Когда бренд достигает доминирования на рынке, более мелкие бренды могут исчезнуть на некоторое время. Но в тот момент, когда появляется лучший продукт и он умело рекламируется, доминирующий бренд проигрывает более новому, лучшему продукту. Опять же, свобода рекламы способствует существованию большего числа продавцов, и это предоставляет потребителям более широкий выбор.

Связь между рекламой и валовым внутренним продуктом обсуждается уже давно. Еще Джон Кеннет Гэлбрейт, постоянный критик рекламы, признавал, что, помогая поддерживать поток потребительского спроса (поощряя больше покупателей), реклама помогает поддерживать занятость и доход. Но он утверждал, что, несмотря на снижение курса доллара, дефицит торгового баланса США сохраняется, поскольку рекламная и маркетинговая деятельность создает потребительские предпочтения для некоторых иностранных продуктов [1].

Исторически сложилось так, что когда бизнес-циклы падают, компании сокращают расходы на рекламу. Это может помочь краткосрочной прибыли, но исследования доказывают, что предприятия, которые продолжают инвестировать в рекламу даже во время рецессии, лучше способны себя защитить, а иногда и расширить свою долю на рынке. Однако ни одно исследование не показало, что если все будут продолжать рекламировать, то кризисный цикл изменится.

Можно сделать вывод, что когда бизнес-циклы идут вверх, реклама способствует их увеличению. Когда бизнес-циклы снижаются, реклама может действовать как стабилизирующая сила, поощряя больше покупателей совершать покупки.

Если бы реклама не приносила дохода, никто бы ею не пользовался. Различные новостные и развлекательные СМИ, которые зависят от рекламы для финансовой поддержки, вышли бы из бизнеса. Реклама стоит для потребителя меньше, чем думают большинство людей.

Для экономики в целом важность рекламы лучше всего демонстрируется принципом изобилия. В нем говорится, что в экономике, которая производит больше товаров и услуг, чем может быть потреблено, реклама служит двум важным целям: она информирует потребителей об их альтернативах (полная информация) и позволяет компаниям более эффективно конкурировать за потребительские деньги (личный интерес).

Реклама стимулирует конкуренцию (много покупателей и продавцов). В странах, где потребители получают больше средств, чем необходимо для удовлетворения своих физических потребностей, реклама также стимулирует инновации и новые продукты. Однако, никакая реклама не может достигнуть долгосрочного принятия продуктов которые не встречают утверждение потребителя. Несмотря на огромные расходы на рекламу, менее десятка из 50 самых известных автомобилей, разработанных в двадцатом веке, все еще продаются сегодня.

Реклама способствует оздоровлению экономики. Это также помогает создать финансово здоровых потребителей, которые являются более информированными, более образованными и более требовательными. В результате потребители хотят, чтобы производители несли ответственность за свою рекламу [2]. Это привело к беспрецедентному уровню социальной критики и правового регулирования.

Социальный аспект рекламы обычно включает в себя два принципа: полную информацию и отсутствие внешних эффектов. Фактически, дебаты по социальным вопросам можно рассматривать как случаи, когда реклама имеет тенденцию нарушать один или несколько из этих основных экономических принципов. Мы можем рассмотреть многие вопросы с этих двух точек зрения. Некоторые из наиболее важных – обман и манипуляции в рекламе, влияние рекламы на нашу систему ценностей, коммерческий беспорядок и стереотипы. Давайте рассмотрим некоторые из этих распространенных критических замечаний в отношении рекламы, развенчаем некоторые ошибочные представления и рассмотрим существующие проблемы.

Одно из наиболее распространенных нареканий в адрес рекламы заключается в том, что она часто обманчива. Профессор Иван Престон отмечает, что суть рынка заключается в готовности покупателей и продавцов заключать коммерческие сделки [8]. Все, что отвлекает от удовлетворения сделки, приводит к потере активности, которая, в конечном счете, наносит ущерб обеим сторонам. Если товар не соответствует заявленным характеристикам, возникает неудовлетворенность – и в долгосрочной перспективе это так же вредно для рекламодателя, как и для покупателя.

Чтобы реклама была эффективной, потребители должны быть уверены в ней. Таким образом, любой вид обмана не только умаляет полноту информационного принципа свободного предпринимательства, но и

рискует оказаться обреченным на провал. Даже бессмысленное (но законное) надувательство может восприниматься буквально и, следовательно, становится обманчивым. Дугой вид обмана – преувеличенные, субъективные утверждения, которые не могут быть доказаны истинными или ложными, такие как «лучший», «первый» или «единственный способ летать».

Иван Престон указывает, что, поскольку рекламодатели регулярно используют непроизводственные факты для улучшения имиджа своей продукции, они должны думать, что потребители верят в это. Пример «Пепси – выбор нового поколения». Дело в том, что реклама, по самой своей природе, не является полной информацией. Она предвзята в пользу рекламодателя и бренда. Люди ожидают, что рекламодатели будут гордиться своими продуктами и, вероятно, не возражают, если они немного преувеличат свойства своей продукции. Но когда рекламодатели переходят грань между простым изложением своей точки зрения и созданием ложных ожиданий, люди начинают возражать. Одной из проблем является трудность увидеть линию, которая может быть нарисована по-разному разными людьми. И. Престон считает, что таких проблем можно избежать, если маркетологи просто улучшат качество информации, которую они дают в своей рекламе. Это, по его мнению, внесло бы позитивный вклад в систему свободного рынка [8].

Уилсон Брайан Кей продвигает идею о том, что, чтобы соблазнить потребителей, рекламодатели намеренно создают рекламу с сексуальными сообщениями, скрытыми на иллюстрациях чуть ниже порога восприятия. Он называет это подсознательной рекламой. Его предположение заключается в том, что, например, вставляя грязные слова в кубики льда в рекламу ликера, рекламодатели могут каким-то образом заставить нас захотеть купить продукт. Академические исследования полностью развенчали эту теорию. Фактически, до настоящего времени ни одно исследование не доказало, что такое вложение существует или что оно имело бы какой-либо эффект, если бы оно существовало. К сожалению, обнаружив эту фантастику, Кей смог продать много тысяч книг; хуже того, он распространил поколение потребителей, которые верят в чушь о подсознательной рекламе [7].

Тем не менее, важно обсудить проблему, которую затронул Уилсон Брайан Кей: широко распространенный страх, что рекламодатели возятся с нашими головами, манипулируя нами психологически и без нашего согласия, заставляя нас покупать вещи, которые мы не хотим или нам не нужны. Это проникает в суть принципа полной информации, потому что критика предполагает, что реклама не дает потребителям информацию, на которой основываются рациональные решения, а скорее манипулирует нами через промывание мозгов. Таким образом, потребители, подобно пойманной добыче, беспомощны в пасти маркетинговых хищников.

Один из аргументов, часто озвучиваемых некоторыми профессиональными критиками – социологами, журналистами, защитниками прав потребителей и правительственными регуляторами, – заключается в том, что реклама приводит к деградации системы ценностей людей, продвигая гедонистический, материалистический образ жизни. Реклама, говорят, побуждает нас покупать больше автомобилей, больше гаджетов, больше одежды и больше ненужного хлама. Она разрушает суть нашей «гражданской демократии», заменяя ее ориентированной на себя потребительской демократией. Критики утверждают, что реклама манипулирует нами, заставляя покупать вещи, играя на наших эмоциях и обещая больший статус, социальное признание и сексуальную привлекательность. Это заставляет людей брать на вооружение вредные привычки, заставляет бедных детей покупать кроссовки за 170 долларов и соблазняет обычных людей покупать бесполезные продукты в тщетной попытке подражать знаменитостям. Опять же, они утверждают, что реклама настолько сильна, что потребители беспомощны, чтобы защитить себя от нее.

Опять же, этот аргумент преувеличивает силу рекламы. На самом деле, большинство американцев выражают здоровый скептицизм по отношению к нему. Одно исследование показало, что только 17 % американских потребителей рассматривают рекламу как источник информации, помогающий им решить, что покупать. Возможно, именно поэтому больше рекламируемых продуктов терпят неудачу, чем преуспевают на рынке.

Тем не менее, это может быть самая жесткая критика рекламы, потому что нет никаких сомнений в том, что рекламодатели действительно тратят миллионы, пытаясь убедить людей, что их продукты сделают их сексуальнее, здоровее и успешнее. Само количество рекламы мы видим каждый день, кажется, предполагает, что каждая проблема может быть решена путем покупки какого-либо продукта.

Даже если предположить, что большинство людей могут с готовностью принять или отклонить рекламное сообщение, они все равно не получают полной картины. Ведь реклама поддерживается маркетологами, которые хотят продавать свою продукцию, но никто не продает противоположную позицию, почему мы не должны или не должны покупать тот или иной продукт вообще. Это важный вопрос внешних эффек-

тов, потому что совокупная деятельность рекламодателей страны влияет на многих людей вне непосредственной маркетинговой сделки и создает неожиданные издержки для общества.

Одна из самых распространенных долгосрочных жалоб на рекламу заключается в том, что ее слишком много. Только в Соединенных Штатах средний человек может получать от 500 до 1000 коммерческих сообщений в день. С таким количеством продуктов, конкурирующих за внимание (более 30 000 в среднем супермаркете), рекламодатели сами беспокоятся о негативном влиянии чрезмерной рекламы. Согласно недавнему исследованию Американской Ассоциации рекламных агентств, рекламный беспорядок все еще растет. В 2002 году количество непрограммного времени колебалось от 16 минут в час в прайм-тайм до почти 21 минуты в час в дневное время, что особенно важно для рекламодателей. Обилие рекламы создает проблемы для не только потребителям, но и для самим рекламодателям – чем больше рекламы попадает в мозг потребителя, тем менее эффективной является платная реклама. Осознавая это, Meredith Broadcasting Group сократила на 15% рекламу инвентаря в местных выпусках новостей в своем филиале CBS, Wgnx Atlanta, и увидела, что ее рейтинги у домашних хозяйств выросли на 20 %. [9].

В то время как проблема беспорядка раздражает зрителей и рекламодателей, большинство людей терпят его как цену за бесплатное телевидение, свободу прессы и высокий уровень жизни. Однако с распространением новых средств массовой информации этот внешний эффект, скорее всего, только ухудшится. Практически каждый популярный сайт загроможден рекламными баннерами, а наши почтовые ящики ежедневно переполнены рекламными сообщениями. Но, на данный момент, единственные ограничения, действующие в США, касаются телевизионных программ, направленных на детей 12 лет, и реклама не может превышать 10,5 минут в час в выходные дни и 12 минут в час в будние дни. Во Франции государственные станции могут транслировать рекламу не более 12 минут в час. Во время фильмов есть только один 4-минутный коммерческий перерыв, хотя французское правительство рассматривает возможность изменения этого правила, чтобы разрешить два перерыва. В 2018 г. в России вступил в силу закон об увеличении лимита рекламы в часовых телепрограммах с 15% до 20%. Закон повысил лимит до 12 минут в час и установил суточный лимит продолжительности рекламы – не более 15% времени вещания в течение суток [4].

Реклама уже давно подвергается критике за нечувствительность к меньшинствам, женщинам, иммигрантам, инвалидам, престарелым и множеству других групп, то есть за то, что она не является «политически корректной». Этот долгосрочный аргумент также касается внешних факторов, потому что само присутствие рекламы влияет на природу нашей культуры и окружающей среды, даже когда мы этого не хотим. Это иронично, потому что маркетологи и рекламисты должны быть профессиональными студентами, изучающими процесс коммуникации и потребительское поведение. Но, на самом деле, они иногда теряют связь с теми людьми, с которыми пытаются связаться.

С 1980-х годов национальные рекламодатели стали более чутко относиться к проблемам меньшинств и женщин. Латиноамериканцы, афроамериканцы, азиаты, коренные американцы и другие теперь обычно изображаются благоприятно в рекламе не только из-за давления со стороны сторожевых групп, но и потому, что это просто хороший бизнес; эти потребители представляют собой значительные целевые рынки. Мэрилин Керн-Фоксворт, Техасский профессор А&М и эксперт по меньшинствам в рекламе, указывает, что позитивное изображение роли в некоторых основных рекламных объявлениях оказало положительное влияние на самооценку афроамериканской молодежи. Эта позитивная тенденция ускорила с появлением многих рекламных агентств, принадлежащих меньшинствам и укомплектованных ими, которые специализируются на выходе на рынки меньшинств.

Образ женщины в рекламе также меняется по сравнению с исторически сложившимся представлением о ней либо как о подчиненной домохозяйке, либо как о сексуальном объекте. Отчасти это может объясняться увеличением числа женщин на руководящих и руководящих должностях как в рекламодателях, так и в агентствах. Стэнфордский профессор Дебра Мейерсон говорит: «стеклянный потолок определенно существует, но в то же время растет число женщин, которые прорываются через него» [5]. К 2000 году более 60 % всех женщин были заняты на рынке труда, причем более 20 миллионов из них занимались управленческой и профессиональной деятельностью. Рекламодатели хотят охватить, а не оскорбить этот значительный рынок высококомобильных потребителей. Некоторые агентства сейчас привлекают консультантов-феминисток для просмотра объявлений, которые могут оскорбить женщин. И в 2003 году Энн Фадж разбила стеклянный потолок, когда она была назначена председателем и генеральным директором Young and Rubicam и стала первой афро-американской женщиной, возглавившей крупное агентство США.

Профессионалы маркетинга искренне верят в преимущества, которые реклама приносит обществу. Реклама, мол, стимулирует развитие и ускоряет принятие новых продуктов и технологий. Это способствует

занятости. Это дает потребителям и бизнес-клиентам более широкий выбор. Путем ободрять массовое производство, оно помогает держать цены вниз. И это стимулирует здоровую конкуренцию между производителями, что выгодно всем покупателям. Они отмечают, что реклама также способствует повышению уровня жизни; она оплачивает большую часть наших средств массовой информации и субсидирует искусство; она поддерживает свободу печати и обеспечивает средства для распространения общественной информации по важным вопросам здравоохранения и социальным вопросам.

Критики рекламы могут согласиться с некоторыми из этих пунктов, но, конечно, не со всеми. Например, критики утверждают, что вместо того, чтобы поддерживать свободную прессу, реклама на самом деле создает внешний эффект, который мешает ей. СМИ, говорят, потворствуют национальным рекламодателям, чтобы привлечь большие рекламные доллары. В ходе этого процесса они изменяют редакционное содержание в соответствии со своими корпоративными благотворителями и, следовательно, уклоняются от своей основной журналистской ответственности за представление новостей в общественных интересах.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что, хотя рекламу можно законно критиковать за предоставление неполной информации и, в некоторых случаях, за создание нежелательных внешних эффектов, ее также следует приветствовать, когда она содействует принципам экономики свободного предпринимательства. В большинстве случаев, являясь богатым источником информации (хотя и не полным), реклама способствует существованию большого числа покупателей и продавцов и, следовательно, интересам, как потребителей, так и маркетологов.

Литература

1. Гэлбрейт Д. Новое индустриальное общество // М.: Эксмо. 2008. 1198 с.
2. Лапшинова К.В., Панявин А.В. Потребительские паттерны поведения современных россиян: социологический анализ // Социально-гуманитарные технологии. 2018. Т. 5. № 1. С. 26-31.
3. Лапшинова К.В., Подольская А.А. Потребительское поведение современных россиян // Социально-гуманитарные технологии. 2016. Т. 2. № 2. С. 86.
4. ФЗ «О внесении в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе» [Электронный ресурс] <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201808030085>
5. Meyerson D. A Modest Manifesto for Shattering the Glass Ceiling. Harvard Business reviews. [Электронный ресурс] <https://hbr.org/2000/01/a-modest-manifesto-for-shattering-the-glass-ceiling>
6. Campbell C. The Sociology of Consumption. In Acknowledging Consumption: A Review of New Studies. Edited by D. Miller. London: Routledge, 1995.
7. Key W. B. Subconscious seduction. New York: Holt, Cop. 1974. 205 p.
8. Preston I. L. The great American blow-up : Puffery in advertising a. selling / Ivan L. Preston. - Madison (Wis.): Univ. of Wisconsin press, 1975.
9. Warde A. The Sociology of Consumption: Its Recent Development. Annual Review of Sociology 41(1). 2015.

УДК 37.035

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРАВОВОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

С.В. Кибакин, старший преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин
Российского государственного университета правосудия

Целью статьи является изучение проблем правового воспитания студентов в системе высшего и среднего профессионального образования и определение путей их решения. Автором проанализированы современные научные работы и практический опыт Российского государственного университета правосудия в области правового и нравственного воспитания студентов. Проведенный анализ позволил определить состояние и перспективы формирования правовой культуры и правосознания студентов на аудиторных занятиях и во внеучебное время, раскрыть эффективные формы и методы воспитательной работы со студентами в данной области.

Правовое воспитание, правосознание, аудиторные и внеучебные формы воспитательной работы.

**MODERN TECHNOLOGIES OF LEGAL EDUCATION OF STUDENT'S YOUTH:
EXPERIENCE AND PROBLEMS OF USE**

S.V. Kibakin, Candidate of Pedagogical Sciences; Senior Lecturer,
Department of General Education Disciplines,
Russian State University of Justice

The purpose of article is studying of problems of legal education of students in the system of the higher and secondary professional education and definition of ways of their decision. The author analysed modern scientific works and practical experience of the Russian state university of justice in the field of legal and moral education of students. The carried-out analysis allowed to define a state and the prospects of formation of legal culture and sense of justice of students on classroom occupations and in nonlearning time, to open effective forms and methods of educational work with students in the field.

Legal education, legal consciousness, classroom and extracurricular forms of educational work.

В системе высшего и среднего профессионального образования в настоящее время идет трудный процесс складывания целостной системы формирования законопослушных граждан России, обладающих правовой культурой, важнейшим компонентом которой выступает правосознание, под которым понимается «совокупность идей, взглядов, суждений, представлений, требований, убеждений, мнений, оценок, эмоций, настроений, чувств и т.п. относительно объективного права, субъективных прав и обязанностей и опосредующих их социальных институтов (прежде всего государства)» [1].

Под социальными технологиями правового воспитания исходя из этимологии этих понятий понимаются механизмы, совокупность процессов интериоризации ценностей правомерного поведения, формирования компетенций достижения жизненно значимых целей правовыми средствами, формирования юридически значимых качеств субъекта социальных отношений.

В своей сущности эти технологии характеризуются тем, что: а) включают комплекс юридически закреплённых приемов, различных методов и оправданных к конкретно-исторической ситуации средств по правовому воспитанию личности; б) предполагают комплекс психолого-педагогических воздействий на различные компоненты личности гражданина страны; в) используются для решения задач создания условий для нормативного поведения субъекта социально-экономического развития и обеспечения национальной безопасности; г) должны быть релевантны государственным программам достижения целей национального развития; д) обеспечивают синергию функционирования различных социо-культурных, социально-экономических и нормативно-правовых институтов в интересах формирования правовых основ челове-

ческого поведения; е) трансформируют мировоззренческие, целе-ориентировочные, мотивационно-ценностные компоненты сознательной граждански ответственной личности.

Можно также обратить внимание на то, что как особый процесс социальные технологии правового воспитания представляют совокупность взаимоувязанных этапов коммуникации, управления, принятия и реализации институциональных форм (проектов, программ, планов, моделей, алгоритмов) трансформации социума. При этом каждый молодой человек, как объект правового воспитания, также является и активным субъектом осмысления и усвоения правовых норм поведения в обществе.

Существует также и такой научный подход, при котором собственно применение как социально-ориентированных, так и субъектно-технологических концептов, средств социального воздействия на явления и процессы воспитания юридически значимых свойств человека – гражданина России также представляется особой социальной технологией.

Для выделения особенностей технологий правового воспитания студентов, субъектов образовательного процесса в высших и средних профессиональных образовательных организациях необходимо привлечь к научному анализу педагогические концепции формирования личности. В этом смысле эти технологии: а) представляют собой особым образом упорядоченную в логике образовательного процесса комплекс педагогически обоснованных действий администрации и профессорско-преподавательского состава вузов, средств и методов воздействия на обучаемых; б) обеспечивают на уровне инструментального применения реализацию педагогических техник, приемов воспитания студента; в) обеспечивают достижение нормативно заданных и закреплённых в стратегии (социальной миссии) образовательных организаций целей воспитания гражданина страны, формирования у него правовых компетенций; г) соотносятся с направлением (профилем) подготовки, традициями вуза; д) в соответствии с современными тенденциями создания все более лучших условий для самореализации личности обучающихся характеризуется социально детерминированным отказом субъектов образования от авторитарной модели правового воспитания и укрепления личностно-ориентированной модели формирования юридически значимых качеств личности студента.

Проблемы правового воспитания студентов являются в условиях продолжающейся трансформации социально-ценностных ориентаций в современном российском обществе одними из самых актуальных и тесно связаны с общими проблемами нравственного и гражданского воспитания молодежи.

Президент РФ В.В. Путин, выступая в Сочи на XIX Всемирном фестивале молодёжи и студентов 21 октября 2017 года, заявил о том, что «...мы никогда не должны забывать про нравственные, этические основы нашего дела. Всё, что мы делаем, должно идти на пользу людям, укреплять человека, а не разрушать его» [2].

Некоторые из важных элементов правосознания студентов включатся в ФГОС среднего профессионального образования. Так, в ФГОС СПО по специальности «Право и судебное администрирование» от специалистов требуется овладение такой общекультурной компетенцией как «проявлять нетерпимость к коррупционному поведению» [7].

Проблемы правового воспитания студентов являются объектом научных исследований. Качалкин В.М. анализируя проблемы правового воспитания молодежи, отмечает, что «современная информационная среда содержит массу стереотипов незаконного поведения, формирующих маргинальный стиль мышления и моду на правовой нигилизм и нарушения правопорядка», «рыночная экономика в современном ее варианте развития в социокультурном плане порождает идеологию быстрого заработка, жажду наживы, роскоши, праздности, что девальвирует многие усилия по правовому воспитанию молодежи», и приводит к тому, что «труд утрачивает свою практическую и духовную ценность, а ведь именно он является легальной формой заработка и обеспечен законом» [4].

Ганаева Е.Э. рассуждая о правовом воспитании студентов, определяет его в качестве совокупности мер, целостного механизма формирования установок на правомерное поведение в различных ситуациях, и преследующих цели: а) формирования необходимого уровня финансовой культуры; б) развития личной ответственности за соблюдение норм права; в) формирования нулевой толерантности к нарушениям правопорядка в течение всего периода обучения.

Наиболее общими направлениями правового воспитания молодежи являются: а) систематическое юридическое информирование юношей и девушек о нормах права и правилах правомерного поведения; б) обеспечение уважения молодежи к законодательству, правовой системе, институтам обеспечения правопорядка; в) создание условий для принятия молодыми людьми личной ответственности молодежи за соблюдение правопорядка; г) формирование паттернов, привычек, алгоритмов, моделей поведения, соответствующего юридическим нормам; д) познание и принятие базовых теоретических основ и

правоприменительной практики в государстве и обществе; е) воспитание у молодых людей установок на участие в профилактике правонарушений, выявлении нарушителей, поддержки принятия к ним институциональных мер правового реагирования; ж) прививать молодым людям навыки правозащитной деятельности, компетенций по реализации прав и законных интересов в различных сферах жизнедеятельности и другие [3, с. 515].

По мнению Обыденовой Т.В «правовое воспитание студентов предполагает обеспечение следующих основных результатов: знание права; понимание права; уважение к праву; активная защита прав; необходимость соблюдения законов, которая должна перерасти в потребность исполнения правовых предписаний» [5, с. 97].

Целесообразно подчеркнуть, что воспитание юридически значимых качеств личности студентов должно проходить в условиях системного социологического обеспечения процесса образования в вузе. При этом администрация и профессорско-преподавательский состав производят периодические замеры различных компонентов правосознания – информационных, поведенческих, деятельностных, мотивационных и других.

Достаточно интересным является опыт правового воспитания в вузах юридической направленности. Так, работа по правовому воспитанию студентов первого курса факультета непрерывного образования РГУП (далее ФНО РГУП), обучающихся по специальности «Право и судебное администрирование» начинается с проведения в начале учебного года социологического опроса, анализ результатов которого позволяет провести первичную диагностику сформированности правосознания и некоторых характеристик правовой воспитанности обучающихся. В феврале 2019 года было опрошено 142 студента первого курса ФНО РГУП. Были получены следующие результаты.

Весьма актуальной в настоящее время является проблема ограничения негативного воздействия некоторых ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет» на пользователей, которая должна решаться с помощью соответствующих социальных технологий: а) анализа процессов социальной коммуникации молодых людей в виртуальном пространстве; б) профилактики вовлечения молодежи в недобросовестные финансовые практики; в) активного формирования позитивного контента, интересного различным группам юношей и девушек; г) использования социальных сетей для установления нормативно приемлемых форм коммуникации и решения образовательных задач студентами; д) развитие ресурсов, насыщенных юридически значимой информацией справочного и формирующего характера и, одновременно, – эмоционально вовлекающего студентов в процессы общего оздоровления сети «Интернет, привития элементарной гигиены использования виртуальных сервисов.

Эти мероприятия правового воспитания студентов должны быть соотнесены с их оценкой важности юридического регулирования виртуального пространства, которая была выявлена в ходе социологического исследования и представлена на рисунке 1.

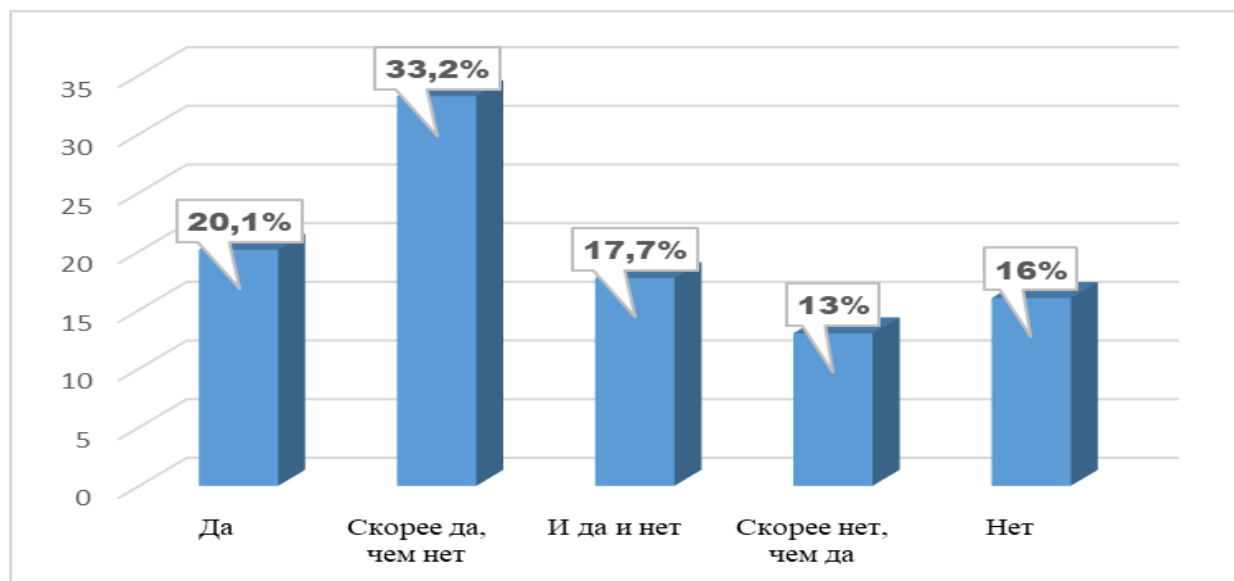


Рисунок 1 – оценка необходимости правового регулирования сети «Интернет»

Анализ результатов исследования показывает, что мнения распределились практически равномерно по всему континууму оценочных суждений. При некотором преобладании положительных оценок, которые составляют в совокупности 53,3% (20,1% определенно положительных), все же существенная доля тех, кто отрицает такую необходимость (29%), а также неопределившихся (17,7%).

Эти результаты свидетельствуют о наличии среди молодежи различных групп, которые находятся в конфликтной парадигме обсуждения судьбы интернет-свобод, возможностей бесконтрольного и рискованного использования его ресурсов, участия государства в регулировании правоотношений в виртуальном пространстве. Наиболее острая полемика разворачивается между рядовыми пользователями, администраторами сервисов, владельцев информационных ресурсов сети «Интернет» и экспертами по таким вопросам, как: а) пропаганда педофилии и распространение соответствующих материалов; б) хождение информации о наркотиках; г) размещение и свобода доступа к материалам о суицидах и способах их совершения.

В связи с этим целесообразно в содержание правового воспитания различных категорий населения, прежде всего молодежи, включать вопросы формирования устойчивых установок по правомерному поведению в виртуальном пространстве, а также правильного реагирования по появлению противоправного контента.

Учитывая существенную роль специалистов технических специальностей, наладки компьютерной техники в обеспечении безопасности сети «Интернет», респондентам также было предложено высказать свое мнение о необходимости формирования у них правосознания, честности и порядочности. По результатам обработки полученных данных можно утверждать, что юноши и девушки считают это важным, о чем определенно и однозначно высказалось около половины – 49,1% опрошенных, и еще 37,3% заявили, что это скорее важно, чем нет. Гораздо меньше по этому вопросу неопределившихся (6,5%), а также отрицающих такую необходимость (7,1% опрошенных, из них 4,7% имеющих однозначно отрицательную позицию).

Общая ценностная основа профессионального правосознания респондентов определена с помощью вопроса «Целесообразно ли соблюдать закон, чтобы добиться чего-то в жизни?». Ответы внушают определенный оптимизм, так как 41,1% студентов заявили об однозначной важности закона в жизни. Также положительно, что еще 33,1% опрошенных считают, что это скорее важно, чем нет. Одновременно необходимо указать, что 19,8% молодых людей не смогли с полной определенности выразить свое отношение к этой проблеме. Их мнение разделилось между «да и нет». Группа опрошенных считающих, что скорее закон соблюдать не важно, чем важно составила 4,8%. Характерно, что в опросе выявлено минимальное количество маргиналов, отрицающих важность соблюдения закона в принципе (1,2%), как это отражено в рисунке 2.

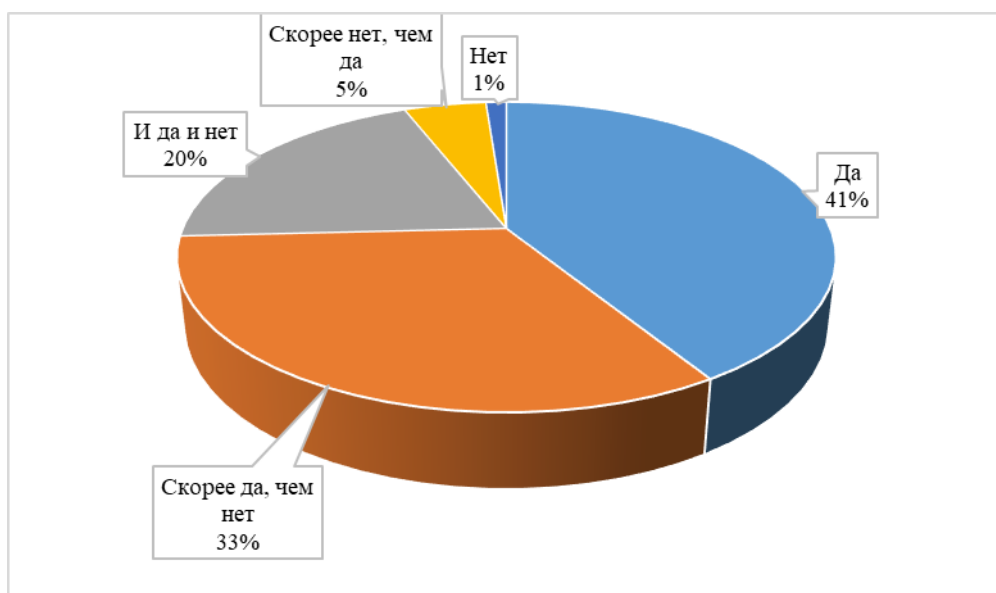


Рисунок 2 – Распределение респондентов по оценке к важности соблюдения законов

Участникам опроса был задан вопрос о недопустимости дачи взятки для решения экономических вопросов вне общей очередности. Ответы были интерпретированы как наличие либо отсутствие установок на правомерное поведение в юридически значимых ситуациях.

Результаты исследования показывают, что 42,9% студентов категорически не поддерживают мнение о допустимости дачи взятки, а еще 28,3% считают, что скорее не поддерживают, чем поддерживают такую возможность. Более чем каждый пятый (23,8%) не имеет четко определенной позиции и указывает, что аргументов за то, чтобы не давать или давать взятку одинаковое число. Наконец, выявлена группа правовых нигилистов в количестве 4,8%, которые однозначно заявляют о поддержке данного поведения.

Анализ результатов опроса показывает, что объем правовых знаний большей части респондентов ограничен стандартами общего основного образования и небольшим опытом их участия в юридически значимых ситуациях. Таким образом, на первом курсе ФНО РГУП правовое воспитание должно стать важнейшим направлением системы воспитания студентов и быть нацелено на формирования правовой культуры и правосознания студентов.

Система правового воспитания студентов на ФНО РГУП строится исходя из необходимости решения выявленных проблем и трудностей, включает в себя правовое образование и активное участие студентов во внеурочной деятельности правовой направленности.

Большим воспитательным потенциалом обладают общеобразовательные учебные дисциплины «История», «Обществознание», которые позволяют эффективно использовать такие формы аудиторной работы правовой направленности как: проблемное изложение учебного материала; анализ юридических источников, решение проблемных заданий, деловые игры, информационные сообщения студентов, анализ практических ситуаций и кейз-стади и др.

Среди различных форм правового образования молодежи на ФНО РГУП важное место занимает учебная дисциплина «Индивидуальное проектирование», изучение которой позволяет студентам овладеть новыми умениями и навыками, которые позволят ему эффективно заниматься саморазвитием и непрерывным образованием. Предполагается, что в ходе проектно-исследовательской деятельности обучаемый приобретет «навыки к инновационной, аналитической, творческой, интеллектуальной деятельности, самостоятельного применения приобретенных знаний и способов действий при решении различных задач» [6].

Методологической основой проектно-исследовательской деятельности правовой направленности студентов в ходе изучения данной дисциплины является практико-ориентированный подход, нацеленный на исследование в историческом аспекте и в современном российском обществе практического опыта соблюдения принципов законности и правомерного поведения граждан, изучение действующего законодательства и правоприменительной практики. Среди методических условий успешной реализации индивидуального проекта правовой направленности отметим такие как: осознанный, заинтересованный выбор темы проекта студентом и обоснование актуальности темы; четкое целеполагание и выверенная структура проекта; наличие релевантной методики проведения исследования и реализации проекта; получение собственных данных на основе сформированной методики; формулирование выводов и практических результатов, их обоснование.

Очень важно в работе по правовому воспитанию студентов опираться на положительный опыт правомерного поведения преподавателей, специалистов и руководства университета, которые призваны демонстрировать студентам примеры неукоснительного соблюдения верховенства и справедливости закона в своей профессиональной деятельности и повседневной жизни.

Внеучебные формы правового воспитания студентов включают в себя поддержание дисциплины и порядка в соответствии с утвержденными в РГУП локальными правовыми актами, работу Студенческого Совета, проведение конкурсов, олимпиад, студенческих научных конференций, научных студенческих кружков правовой направленности, экскурсии студентов в Верховный Суд РФ, участие в гражданской акции «Бессмертный полк», волонтерском движении и т.п.

Таким образом, проведенный проблемный анализ, изучение научной литературы, нормативных требований и опыта правового воспитания студентов, сложившегося на ФНО РГУП показывает, что в настоящее время идет позитивный процесс формирования правовой культуры и правосознания студенческой молодежи. В то же время образовательные организации в данной области своей воспитательной деятельности нуждаются в существенной поддержке со стороны государства. Государственные органы должны активнее регулировать информационную среду современного российского общества, усиливая ее положительное влияние на формирование правовой культуры студенческой молодежи, более целенаправленно пропагандировать патриотическую, национально ориентированную идеологию, поддерживать ценности и принципы

отечественного права, добросовестного труда, активнее бороться с коррупционными проявлениями в системе государственной и муниципальной власти.

Литература

1. Большая российская энциклопедия. Статья «правосознание». [Электронный ресурс]. URL: <https://bigenc.ru/law/text/3165527>. (дата обращения: 10.03.2019).
2. Выступление Путина В.В. на XIX Всемирном фестивале молодёжи и студентов 21 октября 2017 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/55890> / (дата обращения: 10.03.2019).
3. Ганаева Е.Э. Проблемы правового воспитания современного студента // Молодой ученый. 2014. №21 (80). С.512-515. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/80/14431/> (дата обращения: 20.02.2019).
4. Качалкин В.М. Правовое воспитание современной российской молодежи: проблемы и приоритеты // Электронный научный журнал «ГосРег». 2017. №4. [Электронный ресурс]. URL: <http://gosreg.amchs.ru/tribuna-moloduh-uchenih/kachalkin>.
5. Обыденова Т.В. Некоторые проблемы правового воспитания студентов // Административное и муниципальное право // М.: Nota Bene, 2008, № 11. С. 96-99.
6. Приказ Министерства образования и науки РФ от 17 мая 2012 г. № 413 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» [Электронный ресурс]. URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/70188902/paragraph/2034:0> (дата обращения: 5.02.2019).
7. Приказ Минобрнауки России от 12.05.2014 №513 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 40.02.03 Право и судебное администрирование». [Электронный ресурс]. <http://www.base.garant.ru/70712242/>.

УДК 316

ПРОБЛЕМА СТАРЕНИЯ В КОРЕЙСКОМ И РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВАХ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

Е.В. Котельникова, кандидат филологических наук, доцент
ФГКОУ ВО Ростовский юридический институт МВД России,
Россия, г. Ростов-на-Дону

И.К. Щербина, менеджер по внешним коммуникациям,
ООО «РостШипСервис»
Россия, г. Ростов-на-Дону

Статья посвящена проблеме резкого снижения коэффициента фертильности и непропорционального увеличения доли пожилого населения в России и Южной Корее, что бросает серьезный вызов государственным экономикам. Очевидную актуальность приобретает изучение социально-культурного аспекта данной проблемы российского и корейского обществ. Осуществлен комплексный анализ подобных изменений в интересах грамотной социальной и экономической политики.

Проблема старения, Россия, Южная Корея, традиционные ценности, конфуцианство, модернизация, социальная политика.

THE PROBLEM OF AGING IN KOREAN SOCIETY: AXIOLOGICAL AND SOCIO-CULTURAL ASPECT

E.V. Kotelnikova, Associate Professor, PhD in Philology,
Rostov Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation»,
Russia, Rostov-on-Don

I.K. Shcherbina, external communications manager,
“RostShipService Ltd.”
Russia, Rostov-on-Don

The article is devoted to the problem of a sharp decrease in the fertility rate and a disproportionate increase in the proportion of the elderly population in Russia and South Korea, which poses a serious challenge to the state economies. The study of the socio-cultural aspect of this problem of Russian and Korean societies acquires obvious importance. A comprehensive analysis of such changes is done in the interests of sound social and economic policies.

The problem of aging, South Korea, Russia, traditional values, Confucianism, modernization, social policy.

Человек – социальное существо и существование его вне общественных отношений невозможно. Еще Аристотель в 335-322 до н.э. подчеркивал важность социального окружения личности: «Человек по природе – животное общественное». Исследования по социальной изоляции пожилых людей начинаются с анализа их взаимоотношений, а также взаимодействия между людьми и обстоятельств, влияющих на них. Старики переживают социальную изоляцию, когда микросистема, окружающая их, пустеет. Традиционно возраст является основной характеристикой классификации социального слоя пожилых людей во всем мире. Пожилыми считаются граждане, достигшие пенсионного возраста. Число людей преклонного возраста неукоснительно растет во всем мире. Так, в 2017 году количество граждан старше шестидесяти лет составляло 962 млн. человек, а перешедших рубеж 80 лет. – 137 млн. человек. Ожидается, что в 2050 году эти показатели возрастут до 425 млн. человек, и к 2100 году – до 909 млн. человек соответственно [8].

Хотя права пожилых людей защищены законами, договорами и рекомендациями международных организаций, на практике они часто нарушаются. Пенсионерам повсеместно отказывают в трудоустройстве, к ним относятся неуважительно, они нередко подвергаются словесному, сексуальному, психологическому или финансовому насилию; престарелым гражданам часто оказывают некачественную медицинскую или социальную помощь.

В 1990 году состоялась 45 сессия Генеральной Ассамблеи ООН. На ней была принята резолюция № A/RES/45/106. Согласно этому документу 1 октября признано Международным днем пожилого человека. Генеральная Ассамблея призвала правительства всех стран обеспечить защиту прав престарелых граждан. Дети должны помнить своих родителей.

Отношение к пожилым людям менялось на протяжении всей истории человечества. Изучение социального аспекта феномена старения вошло в историю человечества не так давно. Так, в Европе до конца XVII века государство не оказывало поддержки престарелым гражданам. Функции социального обеспечения престарелых людей выполняли благотворительные организации и церковь. Первые шаги по обеспечению социальной защиты пожилых людей наметились лишь к началу 1600-х годов [7, с. 419.].

Увеличение количества пожилых людей началось с конца XIX века. Повсеместный общественный прогресс оказал влияние на старение. Примечательно, что специалисты занялись подробным изучением данного явления только в первой половине XX века. Социальную структуру общества можно рассмотреть как устойчивую сеть связанных между собой социальных статусов и ролей. Переход человека в статус «пожилого» связан с необходимостью приспосабливаться к новым условиям жизни. Такая перестройка редко проходит безболезненно. Главные проблемы, возникающие у пожилых людей, находящихся в данном статусе: одиночество, плохое здоровье, низкая материальная обеспеченность и др. В целом, взаимоотношения между пожилыми людьми и обществом подвержены целому комплексу разнообразных явлений и факторов: политических, экономических, культурных, социальных, а также зависят от образа и условий жизни людей их национальных особенностей, обычаев и традиций.

Как правило, в капиталистических обществах, где продолжительность жизни и трудоспособность пожилого населения постоянно растут, возрастным людям нелегко удерживать свои социальные позиции ввиду широко распространенной дискриминации пожилых рабочих. Пенсионному законодательству многих капиталистических стран до сих пор присущ классовый характер. Такие кодексы полны уточнений, ограничивающих возможности пенсионного обеспечения (по признакам, расы, оседлости, половой принадлежности, стажа работы и его непрерывности, квалификационных характеристик). Четко прослеживается тенденция к увеличению их пенсионного возраста (65 – 70 лет) как для мужчин, так и для женщин [12, с. 722-724]. Во многих странах средняя продолжительность жизни малоимущих слоев населения совпадает с возрастом их выхода на пенсию. По достижении 40-45 лет, трудоспособные граждане уже не могут получить достойную работу в силу возрастных ограничений, но в то же время они считаются слишком молодыми, чтобы пользоваться социальным обеспечением государства, размер которого часто весьма невелик. В некоторых странах он не превышает прожиточного минимума. Очевидно, что система социального обеспечения пожилых людей нуждается в развитии и дальнейшем совершенствовании.

На Западе практикуется социальное страхование и оказывается социальная помощь людям, находящимся за чертой бедности. Организация такого страхования и помощи организуется разными путями: в некоторых странах, доминируют страховые принципы, основанные на индивидуальных страховых взносах; в других – финансирование ведется из налоговых фондов, а размеры пособий и выплат соответствуют индивидуальным потребностям. В ряде стран функционируют смешанные системы организации социального обеспечения пожилых. Существуют страны, где организации социальной защиты населения до сих пор не созданы.

В России действует система пенсионного обеспечения пожилых граждан. Сначала изменения законодательства по претворению в жизнь системы социального обеспечения трудящихся были отражены в первых декретах Советской власти. Изначально старость рассматривалась в качестве одного из случаев потери трудоспособности. Появление такого понятия как «пенсия по старости» в России относят к середине 20-х годов XX века. Исторически государство выступало гарантом системы пенсионного обеспечения. Были приняты: единый пенсионный возраст (для мужчин – 60 лет, для женщин – 55 лет), единые требования к стажу, единый порядок начисления пенсий. Объединенные и общесоюзные фонды обеспечивали выплату пенсий гражданам за счет государственных средств [8].

Проблема старения приобретает особую актуальность и для современного корейского общества. Согласно статистическим данным, среди всех стран Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в Республике Корея выявлены самые высокие темпы увеличения доли пожилого населения. Предполагается, что через 12 лет граждане старше 65 лет составят более 40 % населения [2, С. 14]. Назревающий демографический кризис усугубляется сохраняющейся слаборазвитой пенсионной и социальной системой обеспечения, в значительной мере, обусловленной глубоко устоявшимися в корейском обществе конфуцианскими традициями.

Корейская культура пронизана духом конфуцианства, пришедшего из Китая примерно в середине первого тысячелетия до н.э. [1]. Являясь неотъемлемой частью государственной идеологии Южной Кореи, конфуцианство оказывает значительное влияние на сферу общественных и семейных отношений, регулирует проведение церемоний и ритуалов. Конфуцианство в Корее как религиозно-философское учение никогда полностью не утрачивало своего влияния.

Конфуцианство основано на принципах иерархии, где возраст является ключевым элементом, определяющим положение человека в обществе. Согласно конфуцианскому миропониманию уважение к старшим является одной из основополагающих социальных норм. В Корее эта установка выражена особенно сильно, и с течением времени традиция уважения к старшим не утратила своё значение.

Другим важнейшим элементом конфуцианской философии являются семейные отношения. Семья – высшая ценность жизни человека. Она рассматривалась Конфуцием как основа общества и важнейшая составляющая часть государства. Построенная на принципах любви, гуманности и человеколюбия, конфуцианская общественная мораль, как правило, воспитывается и прививается именно в семье.

Ценнейшим человеческим качеством в конфуцианской философии всегда считалось «хё» (孝) – термин, который означает «сыновняя почтительность» или «почтительность к родителям» [5, С. 5-6]. За многие века господства конфуцианской идеологии особое отношение к родителям стало неотъемлемой частью культуры Кореи. Каждый ребенок обязан заботиться о родителях в старости и оказывать им материальную помощь и поддержку. Такая традиционная модель семьи сохранялась вплоть до середины XX века, вследствие чего социальная сфера корейского государственной системы оказалась крайне неразвитой. Старение считалось и считается скорее проблемой семьи, нежели проблемой общества и государства, поэтому забота о пожилых людях также считается обязанностью семьи, как и расходы по обеспечению.

На современном этапе развития корейское общество испытывает на себе возрастающее воздействие глобализации и интернационализации. Наблюдаются последствия несоответствия стремительного экономического роста и традиционной восточной культуры. Бурное развитие страны с начала семидесятых годов прошлого века повлекло за собой урбанизацию и индустриализацию общества, ставших причинами разделения семей и поколений. Современные дети больше не оказывают поддержку родителям [3]. Например, в 1980 г. денежные переводы от детей своим родителям составляли 73 % дохода пожилых людей. В 2003 г. эта цифра упала до 31 %. За прошедшее десятилетие процент трудоспособных людей, считающих, что они должны помогать родителям, снизился с 90 до 37 %. В то время как в 1990-е годы вместе с детьми жили 70 % пожилых людей, ток началу XXI века этот показатель снизился до 30 % [6].

90-е годы XX века для Республики Корея ознаменовались началом нового этапа модернизации, в обществе начали происходить революционные изменения. К власти пришло первое гражданское правительство, начался процесс демократизации всей политической системы с расширением гражданских свобод, стремительным увеличением количества поездок за рубеж, повышением уровня жизни, ростом статуса женщины ее самосознания, ростом числа разводов и числа «нуклеарных» семей. С тех пор прошло почти 30 лет. В масштабах истории небольшой промежуток времени, но достаточно заметный для стремительно развивающейся страны, такой как Южная Корея. За это время сформировалось новое поколение, сильно отличающееся от предыдущего с новыми установками и ценностями, которые по большей части основаны не на традиционных ценностях, а на экономических механизмах западной цивилизации. Зачастую это приводит к непониманию и конфликтам как внутри семей, так и в рамках всего южнокорейского общества [4, с. 35-36].

Для многих пожилых граждан в Корее годы старости стали ассоциироваться с одиночеством, бедностью и голодом, а проблема старшего поколения уже выходит за рамки проблемы отцов и детей. Правительство Южной Кореи начало активную работу по разработке специальной пенсионной системы и соответствующих законов, однако для успешного внедрения и развития этой системы требуется время. Средняя месячная сумма выплат составляет всего 190 \$ и только 70 % пожилых людей имеют право на их получение [7, с. 419]. Таких денег практически не хватает на оплату жилья и продовольственные нужды, а если у человека есть сын или дочь с постоянным заработком, то он лишается возможности получать эти пособия.

Личные социально-психологические изменения, возникающие в результате социальных изменений, от которых в настоящее время страдают пожилые люди в Южной Корее, неизбежно приводят к различным проблемам. В основе этих проблем лежит социальная изоляция. Согласно последним статистическим данным в Южной Корее на шесть миллионов пожилых граждан старше 65 лет приходится 1,19 миллиона одиноких пожилых людей [12]. Социальная изоляция пожилых людей является серьезным фактором риска, который может привести к уединенному образу жизни, самоубийству, ухудшению здоровья, смерти в оди-

ночестве [9; 10; 11]. Социально изолированные пожилые граждане подвергаются различным опасностям, потенциально ведущим к ухудшению здоровья, вызванному недоеданием, когнитивной регрессией, алкоголизмом и др. [9, с. 450-453]. Согласно результатам исследований [12, с. 722-724] было установлено, что качество жизни и уровень удовлетворенности жизнью в пожилом возрасте напрямую связаны со степенью вовлеченности пожилых людей в социальные процессы общества.

Драматические изменения и социально-экономические декодеры в южнокорейском обществе последних лет можно рассматривать как основные причины аномических самоубийств, обусловленных одиночеством и социальной изоляцией. Пожилые люди, лишаясь таких ресурсов, как экономическая независимость и здоровье, попадая в зависимость от других людей, утрачивают интерес к жизни. Указанные процессы сопровождаются развитием у пожилых людей комплекса вины, ощущением собственной ненужности и обременительного положения.

Исследования по социальной изоляции пожилых людей начинаются с интересов во взаимоотношениях и взаимодействии между людьми, обстоятельств. То, что старики социально изолированы, означает, что микросистема, окружающая их, стала пустой. Вот почему общество должно больше заботиться о пожилых людях, подвергающихся опасностям и стрессам. Социальная поддержка для возрастных людей служит буферной зоной в то время, когда они попадают в сложные жизненные ситуации. Поскольку у социально изолированных пожилых людей гораздо меньше ресурсов, которые они могут мобилизовать в случае необходимости. Экономическая нищета, психологические сложности являются причиной социальной изоляции. Кроме того, переживая социальную изоляцию, пожилые люди становятся более проблематичными. То, что члены южнокорейского общества придерживаются убеждения о том, что пожилые люди должны поддерживаться сугубо членами своей семьи, оставляет стариков без семьи в ситуации полной социальной изоляции, является серьезной проблемой для Южной Кореи.

В Южной Корее число пожилых людей, совершивших самоубийство, постоянно растет, и в 2008 году оно возросло в три раза по сравнению с 2000 г., составив 3,561 человек [13]. Примечательно, что возросло также количество преступлений среди пожилого населения, мотивами таких преступлений часто служат вражда и гнев брошенных на произвол судьбы стариков.

Увеличилась доля пожилых корейцев, страдающих старческой деменцией: в 2000 на 10 000 человек приходилось 30 больных, и ожидается, что уже к 2020 г. этот показатель возрастет до 70 человек [12]. Также непрерывно растет число пожилых пациентов, страдающих депрессией. Становится очевидным и тот факт, что сложившееся социальное положение, при котором число стареющих корейских граждан значительно превышает количество молодежи, что непременно скажется на всех областях социальной, политической и экономической сфер Республики Южная Корея.

Социальная изоляция пожилых граждан в Южной Корее не может быть преодолена усилиями пожилого человека. Крайне важно, чтобы правительство избрало политику, нацеленную на улучшение сложившейся обстановки, и предприняло ряд мер, направленных на уменьшение уровня социальной изоляции престарелых корейских граждан. Депрессия, самоубийство, деменция, проблемы со здоровьем, преступность пожилых людей, рассматриваемые как серьезные социальные проблемы, могут быть названы, в конце концов, прямым результатом их социальной изоляции. Поэтому практические усилия по поиску решения этого вопроса должны сопровождаться улучшением социальных условий, решением проблем со здоровьем у стариков на физиологическом, психологическом, психическом и социальном уровнях. Жизненно важным становится обмен опытом, общение между поколениями в качестве противодействующей силы изоляции пожилых людей, наряду со многими видами государственных проектов для улучшения их здоровья, продвигаемых нацией и государственными структурами.

Изменения, произошедшие в российском обществе, также сопровождались кардинальными преобразованиями его социально-демографической структуры. Ключевые факторы таких изменений – улучшается качество жизни, повышается уровень медицинской помощи, отмечается снижение рождаемости. Но ситуацию относительно положения пожилых людей в обществе также нельзя назвать благоприятной. Какова же статистика пожилых людей в России? К началу 2018 года в стране проживало 146,88 млн. человек. Из них 31,22 млн. (21,3 %) граждан пересекли возрастную отметку 60 лет. Анализ современного положения дел целесообразно проводить с учетом не только возрастной структуры общества, но и в других аспектов. Как указано в классификационной модели ООН, государство считается «старым», если доля лиц старше 65 лет превышает 7 %. Такая динамика объясняется улучшением качества жизни и уровня медицинской помощи, снижением рождаемости. Согласно данным пенсионного фонда России количество пенсионеров, получающих пенсию по старости, увеличилось. Сюда входят женщины от 55 лет, мужчины – от 60 [10, с.

450]. К началу 2018 года граждан пенсионного возраста было 37,36 млн. человек. В процентном отношении – 25,5 %. Пенсионный фонд России также ведет учет престарелых граждан. Количество пенсионеров, которым назначена пенсия по старости, составляет 36,33 млн. человек. Показатель современности увеличился на 2,11 млн. человек по отношению к 2015 году.

Дополнительно к сложившимся отрицательным условиям нередко встречается негативное отношение руководителей, следующих геронтологическим стереотипам, к пожилым подчинённым. Очень часто они считают их упрямыми и консервативными работниками. В таких случаях возраст служит орудием угнетения, препятствующим самореализации пожилых граждан. Имеет место быть и восприятие пожилых людей как ущербных, бесполезных для общества. В целом, решению комплекса социальных проблем пожилых людей уделяется намного меньше времени и сил, по сравнению с вниманием, уделяемым экономическим проблемам старости.

В России основной причиной возникновения социальной изоляции пожилых людей и сложившейся геронтофобной ситуации можно назвать стремление к модернизации любой ценой и в кратчайшие сроки, отказ от устоявшихся традиций и норм в угоду масштабным изменениям, затрагивающим все сферы общества. Пожилые люди начинают ассоциироваться у молодого поколения с «негативным» прошлым, преградой на пути к модернизации. В такой ситуации особое значение приобретает поддержка пожилых людей государством.

Таким образом, решение проблем старости, как в России, так и в Южной Корее является важнейшей ступенью на пути к экономическому, социальному и культурному развитию стран. Соответственно, в сфере реабилитационных мероприятий, направленных на разрешение социальной изоляции пожилого населения, необходимо активизировать целый ряд программ по построению взаимоотношений внутри семьи и углублению семейных связей, стабилизации психологического здоровья пожилых людей. Целесообразно осуществлять непрерывную диверсификацию социальных программ на уровне общественных интересов, развитие волонтерских служб и программ социального участия, направленных на повышение общественной активности пожилых граждан и др. Обществу следует озаботиться не только психологическим состоянием пожилых людей, но и оказывать социальную поддержку ослабленным слоям населения, что послужит для последних буферной зоной в случае социальных неурядиц. Своевременная подготовка к соответствующим изменениям в обществе может трансформировать потенциальные риски в новые возможности для развития государства в целом. Для этого необходимо участие правительства в процессе создания гарантий для пожилых граждан, и особенно людей с низким доходом, одновременно способствуя сохранению традиционных семейных ценностей и опираясь на них. В качестве одной из задач реабилитационной деятельности, направленной на преодоление социальной изоляции, необходимо активизировать разработку и осуществление различных программ по укреплению социальных взаимоотношений. Определенную ценность может иметь взаимный обмен опытом решений подобных задач рассматриваемой проблематики.

Литература:

1. Габрусенко Т. «Бей Конфуция, или перестройка по-корейски». 2001. [Электронный ресурс]. URL: http://old.russ.ru/ist_sovr/20010817_gab.html
2. Кукла, М.П. Экономика Республики Корея в начале 2000-х гг.: учеб. пособие // Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2014. С. 14.
3. Ланьков А.Н. Демографические проблемы Южной Кореи: журн. КИМ/официальный сайт журнала Корея и мы. 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://vmeste.kr/?p=241&ckattempt=3.html>
4. Лачина Е.В. Традиционные ценности в современной Корее.: журн. Вестник российского корееведения №5. МГЛУ // М. 2013. С. 35-36
5. Ли КванСун. Семья: социально-философский анализ (на примере корейской семьи): дис. ... канд. философ. наук/Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова // М. 2011. С. 5-6.
6. Синёв К. Старость в Корее: VOSTOK Magazine. 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://vostalk.net/starost/.html>
7. Синякова А.Ф. Некоторые экономические последствия старения населения в Республике Корея, Японии и Китае// Корея: уроки истории и вызовы современности // М.: ИДВ РАН. 2013 С. 419.
8. Социально-экономические проблемы пенсионеров в Российской Федерации в переходный период / Социальная работа. Собрание статей Тематические учебно-методические материалы [Электронный ресурс]. URL: <http://soc-work.ru/article/707>.

9. Berkman L.F. The role of social relations in health promotion // *Psychosomatic Medicine* 1995. 57(3). P. 245-254.
10. Cacioppo J.T, Hawkley L.C. Perceived social isolation and cognition. *Trends Cognitive Sciences*, 2009. 13(10). P. 447-454.
11. Cacioppo J.T., Hughes M.E., Waite L.J., Hawkley L.C., Thisted R.A. Loneliness as a specific risk factor for depressive symptoms: cross-sectional and longitudinal analyses. *Psychology and Aging*. 2006. 21(1). P. 140-151.
12. LaVeist T.A, Sellers R.M, Brown K.A, Nickerson K.J. Extreme social isolation, use of community based senior support services, and mortality among African American elderly women. *Am J Community Psychol*. 1997. 25(5). P. 721-732.
13. Ministry of Health and Welfare (2010). Health and Welfare Businesses for the Elderly Information [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mhlw.go.jp/english/>

УДК 364.6

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Е.В. Котельникова, кандидат филологических наук, доцент
ФГКОУ ВО Ростовский юридический институт МВД России,
Россия, г. Ростов-на-Дону

И.Л. Иванукина, магистр 2 курс, факультет Лингвистики и журналистики,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

Статья посвящена анализу различных форм воздействия средств массовой информации на поведение личности и формирование ее ценностных ориентиров. Средства массовой информации позиционируются как важнейшая сила современной культуры, способная не только отражать ее, но и принимать активное участие в создании культурных ценностей и ориентиров. Рассмотрены как негативные, так и позитивные аспекты влияния массмедиа на общество.

СМИ, личность, общество, ценностные ориентации, культура.

INFLUENCE OF MASS MEDIA ON FORMATION OF MODERN SOCIETY'S VALUE ORIENTATIONS

E.V. Kotelnikova, Associate Professor, PhD in Philology,
Rostov Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation»,
Russia, Rostov-on-Don

I.L. Ivanukina, magister 2nd year, faculty of Linguistics and journalism,
Rostov State University of Economics
Russia, Rostov-on-Don

The article is devoted to the analysis of various forms of mass media influence on the behavior of the individual and the formation of value orientations. The mass media are positioned as the most important force of modern culture, which is able not only to reflect it, but also to take an active part in the creation of cultural values and guidelines. Both negative and positive aspects of mass media influence on society are considered.

Mass media, personality, society, value orientations, culture.

Ценностные ориентиры определяют направленность личности, ее интересы, мотивы поступков, оценки и приоритеты. Такие ориентации передаются от поколения к поколению, но им присущ и сугубо личный характер. Ценностные ориентации изменяются под влиянием серьезных перемен в экономической, духовной и политической сферах жизни. В современном мире, где одним из важнейших элементов является информация, массмедиа имеют непосредственное воздействие на общество и формируют его взгляды, психику, моральные устои. Многообразие средств массовой информации, новые технологии в области коммуникаций усиливают их влияние на общество, способствуют проникновению во все сферы жизни социума [5, с. 1].

Анализируя последствия воздействия средств массовой информации (СМИ) на общество необходимо рассмотреть основные функции СМИ. К таким функциям относят: информационную, рекреативную (развлекательную, гедонистическую), образовательную (просветительскую). Одной из важных функций СМИ в современном обществе можно с уверенностью назвать функцию трансляции информации, оказывающую влияние на большие массы людей. Во времена стремительно охватывающей мир глобализации, человечество с каждым днем все больше и больше становится неотделимо от информации. Именно полученными посредством использования электронных и других видов СМИ информационные сообщения, помогают каждому человеку быть в курсе последних событий, оставаясь на связи с внешним миром, вне зависимости от своего местонахождения. Массмедиа являются одним из ключевых факторов, когда речь захо-

дит об успешном поддержании современным человеком своей повседневной деятельности (труд, обучение, отдых, социализация, путешествия и др.).

Среднестатистический человек испытывает потребность отслеживать новости о событиях нового дня с экрана своего смартфона, телевизора или страниц газеты, начиная с раннего утра. Многие наши решения, мнения и ценности основываются на информации, которую до нас доносят непосредственно средства массовой информации. СМИ имеют неоспоримо большой вес в вопросе формирования общественного мнения масс. За кратчайшие сроки они способны в корне менять общественное мнение в зависимости от цели.

Эффективными средствами воздействия на общество могут являться опросы и популярные передачи. Действенность этих способов можно отследить в процессе хода политических кампаний. Кандидаты, способные оплачивать услуги средств массовой информации или имея нужные связи среди медиарботников, используя СМИ, могут существенно влиять на общественное мнение о своей кандидатуре, количество голосов и итоги выборов, транслируя выгодную позитивную информацию о своей кандидатуре. Аналогичным способом с помощью медиаресурсов кандидат может распространять негативную информацию о своих соперниках, что существенно снизит их рейтинги и доверие среди избирателей.

СМИ способствуют распространению и трансляции полезных знаний, общеобразовательного контента, помогающих в формировании разносторонней, эрудированной и высокоморальной личности. В то же время негативный эффект информационных трансляций, заключающийся в ориентации СМИ на получение прибыли, приводит к преобладанию на телеэкранах и страницах периодической печати асоциального контента и рекламы, ведущей к появлению целого пласта неотфильтрованной информации. Агрессивное поведение, формирование «патологических» ценностей в обществе, особенности среди молодежи, наиболее подверженной влиянию СМИ, является прямым следствием коммерциализации СМИ [5, с. 2].

В настоящее время вопрос о проблемах и негативных последствиях влияния массмедиа на общество становится все более серьезным. Посредством СМИ все больше насаждается массовая культура, которая является основным источником ценностей современного общества. Г.С. Киселев исследуя вопросы философского осмысления современного мира в статье «Смыслы и ценности нового века» утверждает, что «...происходит вытеснение высокой культуры массовой культурой или псевдокультурой, которая фактически, вообще, не признает необходимость ценностной системы, в результате чего нравственный релятивизм легко переходит в нигилизм» [6, с. 2].

Реклама меняет взгляд молодежи на концепцию красоты, стимулирует неограниченное потребление, формирует модели поведения. Большая часть жизни молодежи связана именно с рекламой, доходящей до нее через различные СМИ, такие как радио передачи, фильмы и журналы. Рекламодатели пытаются ориентироваться именно на молодое поколение, поскольку оно более открыто новым трендам и легче подвергается влиянию. Среди основных задач рекламодателей – создание такой рекламы, которая внешне была бы схожа с реалиями повседневной жизни. В результате этого многие юные зрители не вполне осознают, что имеют дело с рекламным продуктом, не всегда напрямую имеющим отношение к действительности, что приводит к утрате способности различать реальность и рекламу.

С развитием более широких платформ средств массовой информации, тысячи рекламных сообщений об идеальных пропорциях тела, представленные на афишах и в телевизионных шоу, в корне изменили мнение людей о том, как должна выглядеть женская фигура. Мощная рекламная пропаганда заставила многих женщин стать буквально одержимыми новыми стандартами красоты. Попытки вписаться в то, что в средствах массовой информации преподносится в качестве «эталона красоты», привели к увеличению количества стрессовых состояний и оказали негативное влияние на многих женщин, в частности, на молодых девушек, которые чувствуют особую потребность быть привлекательными в глазах противоположенного пола.

Одним из примеров негативного влияния рекламы на молодое поколение является стремление подражать внешнему виду супермоделей и знаменитостей, чьи фотографии появляются на просторах Интернета и журналах. Как правило, такие фотографии подвергаются редактированию и дополнительной обработке, за счет чего истинные пропорции людей на изображениях сильно искажены и теряют свой естественный вид. Глядя на фотографии своих кумиров, подростки, как правило, стараются сохранить свое тело худым с помощью диет, физических упражнений или даже косметических операций, но как правило, они никогда не остаются в полной мере довольны своим внешним видом. Кроме того, предполагается, что задействие людей с модельной внешностью в рекламах фаст-фуда также является одной из причин изменения привычек питания и повышения уровня ожирения среди молодежи. Реклама зачастую демонстрирует нам, как

модели с хорошей фигурой большими порциями поглощают не всегда полезные блюда и продукты быстрого приготовления, из-за чего у многих подростков создается ложное впечатление, что рекламируемый продукт является здоровой пищей или даже, что его употребление поможет им добиться такой же отличной физической формы, как и у моделей рекламного ролика.

Последние исследования показали, что уровень ожирения у детей и молодежи почти утроился за последние четверть века. Приблизительно 20 % молодежи в настоящее время имеют избыточный вес, при этом показатели ожирения у детей дошкольного возраста растут с пугающей скоростью [7, с. 3]. Ежегодно на телевизионных экранах транслируется огромное количество рекламы алкоголя, некоторые рекламные ролики явно пытаются донести и убедить зрителей в том, что мужественность определяется количеством выпитого мужчиной пива. Установилась стойкая ассоциативная связь между количеством употребления пива мужчиной и его солидностью, привлекательностью. Статистические данные свидетельствуют о том, что реклама алкоголя стимулирует его потребление, тогда как в таких странах как Швеция, ограничение рекламы алкоголя стало основной причиной резкого снижения алкогольного потребления.

Но следует признать, что решить указанную проблему лишь с помощью запретов роликов, рекламирующих алкоголь, не представляется возможным. Есть множество других каналов, через которые до детей доходит информация о курении и употреблении алкоголя. Художественное кино и даже некоторые мультфильмы демонстрируют, и зачастую придают скорее позитивный имидж привычке регулярного употребления алкоголя и табака, чем негативный. Такая реклама не обошла своим вниманием и музыкальные видеоклипы. В них употребление данной продукции показывается, как абсолютно нормальный и обыденный акт, не несущий особого вреда здоровью.

Возникновение социальных сетей стало настоящей революцией в обществе. Сейчас сайты такого рода являются наиболее популярными, чем когда-либо, они напрямую также влияют на поведение людей, особенно подростков. У социальных сетей несомненно есть много преимуществ, но тревожная тенденция заключается в том, что слишком частое использование таких сайтов приводит молодое поколение к изоляции в своем собственном мире, и как следствие – утрате навыков взаимодействия в реальном обществе. Настоящему общению с близкими и друзьями, подростки предпочитают времяпровождение перед экраном компьютера или смартфона, бесконечно публикуя свои фотографии, блоги, видео, пытаясь привлечь к себе внимание и подтвердить свой статус, важность в обществе. Чем больше «лайков» набирает опубликованные ими фотографии или видео, тем больше возрастает их уверенность в себе, что часто приводит к развитию нарциссизма.

Одним из продуктов средств массовой информации, оказывающим значительное влияние на молодежь, является музыка, зачастую формирующая образ жизни подростков, их личность и эмоции. В современном обществе существует множество технологий, таких как iPhone, iPod, которые обеспечивают эффективное поддержание непрерывной связи молодежи с музыкальными сайтами. Молодые люди слушают музыку дома, на улице, во время еды или даже во время работы и учебы, поэтому музыка играет особую роль в формировании их мнений и позиций. Новые модные тенденции часто транслируются публике через суперзвезд в музыкальных клипах. Тексты музыкальных песен также являются важным фактором влияния на поведение людей. Информация в Интернете, как правило, не подвергается строгой цензуре, и, следовательно, смысловой контент некоторых песен может легко создавать мятежные настроения или пробуждать раннее сексуальное осознание среди подростков и детей. Очевидно, что влияние музыки на молодежь постепенно становится одной из детерминант поведения и мышления молодого поколения. В связи с этим важно, чтобы родители наблюдали, какое именно воздействие оказывают указанные СМИ на ребенка.

Вследствие активного внедрения в нашу жизнь СМИ и массовой культуры современный человек все чаще сталкивается с проблемой нравственной дезориентации и духовной пустоты, что делает его значительно подверженным опасности морального разложения. Для такого рода людей установленные границы размыты или вовсе стерты, а это в конечном итоге может привести к трагическим последствиям, например, к совершению того или иного рода преступлений. Через каналы СМИ в социуме возвращаются такие качества, как нездоровый прагматизм, инфантилизм, агрессия. Культура потребления навязывает понятие о том, что успеха в жизни можно достичь только с помощью навыка быстрого и предприимчивого зарабатывания денег, а не посредством трудолюбия, прилежания, таланта, накопления багажа знаний.

Анализируя телевидение, как одно из основных средств массовой информации нужно отметить, что довольно часто телепередачи и кинофильмы пропагандируют образ жизни, при котором для достижения своих целей предлагается (иногда в завуалированной форме) аморальные поступки: обмануть, украсть, ограбить. Подобным образом телевидение привносит в сознание молодых людей ложные ценности – гедо-

низм и вседозволенность [6, с. 4]. Следствием частого просмотра телевизионных программ и передач, где в большом количестве присутствуют сцены жестокости или насилия, является фактор увеличения процента детей, особенно мальчиков, совершающих действия насильственного характера в отношении своих близких, знакомых и животных. В среднем ребенок ежегодно видит по телевизору 12 000 актов насилия, что напрямую влияет на рост агрессивных настроений не только среди детей, но и среди взрослых.

СМИ оказывают непосредственное влияние на формирование установок и базовые представления подростков о личных взаимоотношениях между людьми. В век информации массмедиа являются, пожалуй, главным ресурсом, предоставляющим самые подробные и доступные сведения, раскрывающие тему секса. На сегодняшний день обществом признается факт того, что телевидение негласно взяло на себя функцию сексуального просвещения молодежи. С ослаблением строгой цензуры на ТВ и началом активной трансляции телепередач, художественных фильмов, содержащих эротические сцены или свободное обсуждение тем, так или иначе касающихся секса, количество половых взаимодействий увеличилось. Телевизионный контент, включающий в себя эротику, изображает сексуальные отношения между взрослыми так, что эти действия воспринимаются несовершеннолетними детьми как обыкновенные и безопасные. В результате прослеживается посыл того, что подобное поведение приемлемо. Половые отношения между не состоящими в браке партнерами демонстрируются на экране телевизора значительно чаще, чем в супружеских парах, в то время как об опасности венерических заболеваний и ранней беременности почти ничего не говорится.

Немногие родители осознают, что длительный просмотр телевизионного контента ограничивает время их детей на такие необходимые для ребенка виды деятельности, как самостоятельное чтение книг, реальная коммуникация со сверстниками и родственниками, активные игры на свежем воздухе, выполнение физических упражнений и развитие других важных интеллектуальных, социальных навыков.

Не стоит, однако, умалять и позитивную сторону воздействия СМИ на молодежь. В некоторых случаях телевидение является проводником на пути к полезным знаниям и умениям. Для детей младшего детского возраста интересны и познавательны мультфильмы по сюжетам русских народных сказок. Также можно сказать, что просмотр детской передачи «Улица Сезам» – это наглядный образец того, как дети дошкольного возраста и старше могут извлечь ценные знания о настоящей дружбе, доброте, пользе усердной учебы и труде, а также приобрести навыки простого счета, чтения букв алфавита и несложных текстов. Такой образовательный контент на телевидении побуждает детей посещать зоопарки, библиотеки, книжные магазины, музеи и другие места активного отдыха, что в дальнейшем сможем способствовать формированию интеллектуально развитой и всесторонне здоровой личности. В определенных ситуациях привычки просмотра «здорового» образовательного телевизионного контента становятся полезным инструментом обучения. Тем не менее, длительный и неурегулированный родителями просмотр телевизора существенно снижает концентрацию ребенка на школьных занятиях и самостоятельное развитие вне телевизионного пространства.

В условиях современных реалий также четко прослеживается актуальная проблема социальной идентичности. С пропагандой массовой культуры люди более не держатся за свои культурные традиции и национальную самобытность, эти факторы легко отбрасываются и видоизменяются в зависимости от коммуникативной ситуации, в которой человек находится. Имидж семьи, популяризованный посредством массмедиа, часто становится решающим фактором в вопросе организации современного типа семьи. В данный момент наблюдается рост разного рода неблагоприятных факторов в области семейных отношений. Результатами такого рода факторов можно назвать снижение уровня рождаемости, резкое уменьшение процента заключенных браков и увеличение процента разводов, следование модели однодетной семьи, игнорирование членами семьи своих прямых функций, ослабление родственных уз. Одной из причин таких негативных явлений можно назвать активную пропаганду в СМИ независимого образа жизни, где главную роль играют успешная карьера и высокое положение в обществе, а создание семьи и рождение детей отходит на второй план. При таком образе жизни нередко отношение человека к своим близким приобретает корыстный, коммерческий характер. Принцип «сам за себя» ставится во главу человеческих взаимоотношений, взаимопонимания и взаимопомощи. Такого рода принцип делает личность эгоистичной и уже не предусматривается забота о родине, родителях и близких.

В настоящее время правительствами многих стран осознаны проблемы, возникшие в обществе в связи с всевозрастающим негативным влиянием СМИ. Интересен опыт правительства КНР в преодолении указанных трудностей. В Китае для создания, а также поддержания высокого уровня патриотических настроений и должных ценностных ориентиров в обществе, использует телекоммуникационную индустрию

для пропаганды ярко-выраженной идеологической концепции, включающей в себя признаки государственности и признаки принадлежности отдельного гражданина к народу Китая. Перед телевидением стоит задача не просто прививать патриотизм, но и преподнести его в выгодном свете, представляя Китайскую Народную Республику и ее граждан в лучшем свете [3, с. 5].

На примере Центрального телевидения Китая (ССТV) видно, что цель формирования ценностных ориентиров достигается регулярной трансляцией «продуктов» исключительно отечественного производства, с ярко выраженным национальным колоритом и чисто китайскими сюжетами. Помимо сериалов и передач, посвященных современной жизни КНР, большое внимание уделяется историческим кинолентам, рассказывающих о древних династиях Китая, становлении коммунистической партии в стране, мучительной борьбе с японскими захватчиками. Здесь в полной мере на примере главных героев раскрываются такие понятия как: добро, дружба, взаимопомощь, верность, преданность (как семье, так и Родине), смелость, почитание предков и уважение к старшим. Как правило, такие кинокартины и сериалы в высокой степени проникнуты глубоким патриотическим подтекстом, направленным на воспитание в обществе национальных чувств, гордости за свою страну и предшествующие поколения.

Китайские СМИ пропагандируют высокоморальные ценности, поэтому в эфир пропускаются передачи, несущие скорее обучающий характер и выдержанные в несколько более строгих рамках, чем зарубежные аналоги. Довольно жесткие требования предъявляются к общей концепции передач, их атмосфере, гостям студии и всему, что показано в кадре. Все это направлено на демонстрацию поистине достойных подражательных примеров, как для различных слоев населения Китайской Народной Республике, так и для разных ее возрастных групп.

Каналы СМИ прочно связаны между собой, и вместе образуют мощный аппарат пропаганды, в котором некачественная или недобросовестная информация может внедрять деструктивные и опасные настроения в человеческое сознание. Так, Г. Мендельсон считает, что Интернет – это идеальный инструмент для запуска в массовое сознание необходимых сюжетов [6, с. 6]. СМИ несут ответственность за информационные сообщения, которые они доносят до масс. Напротив недостоверная информация и факты, находящиеся на просторах Интернета, как правило, не имеют под собой известного и проверенного источника. Однако традиционным медиаресурсам, таким, например, как газеты, телевидение разрешено ссылаться на Интернет. Таким образом, распространение в СМИ непроверенной, и возможно, даже ложной, «вредной» информации приобретает огромный масштаб. Благодаря своим широким техническим возможностям средства массовой информации способны не только доносить разного рода информацию до многомиллионных аудиторий, документально регистрировать ценности и транслировать эффект их воздействия, но и также представлять людям множество новых эстетических качеств, способных оказать как негативное, так и позитивное влияние на формирование ценностей социума [2, с. 6]

У каждого человека есть склонность ориентироваться на какую-либо отдельно взятую группу, к которой, возможно, он и не имеет принадлежности, однако старается придерживаться норм, правил и ценностей, существующих в этой группе, тем самым принимая эти нормы в качестве эталонного образца собственной личности и ее поведения. Человек стремится следовать модели поведения, которую он сам или общество считает в высшей степени удачной. Примерами той или иной успешной модели поведения для человека становятся люди, которые являются для него авторитетами, образцами для подражания, такими личностями могут быть публичные люди, знаменитости – люди, чья жизнь и деятельность постоянно находится под прицелом камер и журналистов. Повседневная жизнь известных людей и формы организации их семей, транслируемые массмедиа, для многих становятся образцами собственного типа семьи.

Таким образом, СМИ являются одной из самых важных и наиболее действенных форм влияния на социум в формирование его ценностных ориентаций. Большое преимущество средств массовой информации выражается в их доступности и возможности мгновенной трансляции разнообразного контента миллионным аудиториям. Основную, ключевую информацию о событиях, происходящих по всему миру, человечество получает именно через СМИ, поэтому средства массовой информации стоят на позиции отображения общества, и современный человек при использовании различных медиаресурсов, воспринимает общественные ценности, традиции, порядок поведения, диктуемые ему телевидением, Интернет-ресурсами, печатными изданиями или радиовещанием. Пропагандируемые ролевые модели, ценностные ориентации активно имитируются телезрителями, слушателями и читателями.

Литература

1. Алексеев В.Г. Ценностные ориентации личности и проблема их формирования // М. 1999. 409 с.
2. Ефимова Л.В. Аксиологические проблемы СМИ// СЕРВИС PLUS. Том: 8. № 2 // Российский государственный университет туризма и сервиса (Черкизово). 2014. С. 10-16.
3. Загидуллина Л.М. Современные информационные технологии патриотического воспитания молодежи // Психология, социология и педагогика. 2016. № 5. [Электронный ресурс]. URL: <http://psychology.snauka.ru/2016/05/6685> (дата обращения: 07.02.2019).
4. Залесский Г.Е. Психологические вопросы формирования личности // М. Мысль. 2002.
5. Петченко Т.С. дис. Роль средств массовой информации в формировании ценностных ориентаций современной российской молодежи. канд. соц. наук, Ставропольский гос. Университет // Ставрополь. 2007. С. 2.
6. Челомбицкая М.П., Лавинский Н.Г. Ценностные ориентиры современного общества // Молодой ученый. 2011. № 12. Т.1. С. 198-201. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/35/4016/>
7. The impact of food advertising on childhood obesity. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.apa.org/topics/kids-media/food>

УДК 316.012

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО РЕФОРМИРОВАНИЯ В РОССИИ

А.Э. Ларионов, к.и.н., доцент кафедры социальных
и гуманитарных технологий

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области

«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

А.В. Новичков, к.и.н., доцент кафедры социальных и гуманитарных технологий

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области

«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

В данной статье рассмотрены аксиологические вопросы социальных реформ в России на протяжении последней четверти века. На основе обращения к социально-философским текстам делается вывод о глубоком диссонансе осуществляемого на протяжении многих лет курса социальных реформ с цивилизационной традицией и подлинными витальными интересами абсолютного большинства населения России. Делается вывод о необходимости постоянного соотношения любых проектов общественных преобразований с ценностными основания исторического бытия страны и народа.

Социальные реформы, аксиология, Российская цивилизация, традиция.

AXIOLOGICAL ASPECTS SOCIAL REFORMS IN RUSSIA

A.E. Larionov, Ph. D., associate Professor of social and humanitarian technologies

State Educational Institution of
Higher Education of Moscow Region
«University of Technology»

A.V. Novichkov, Ph. D., associate Professor of social and humanitarian technologies

State Educational Institution of
Higher Education of Moscow Region
«University of Technology»

This article discusses the axiological issues of social reforms in Russia during the last quarter century. On the basis of the appeal to the socio-philosophical texts the author concludes about the deep dissonance of the course of social reforms carried out for many years with the civilizational tradition and the true vital interests of the absolute majority of the Russian population. The conclusion is made about the necessity of constant correlation of any projects of social transformations with the value bases of historical existence of the country and the people.

Social reforms, axiology, Russian civilization, tradition.

Один из виднейших социологов современности Рэндалл Коллинз указывает, что суммарное число философов за весь период письменной истории человечества достигает величины порядка 3000 человек [5, с.138]. На фоне суммарно живших и живущих на Земном шаре 35×10^9 человек это исчезающе малая величина. Но исторически роль этой ничтожно малой группы людей несоизмерима с количеством. То есть, если абсолютное количество на фоне общей численности населения в исторический период стремится в $-\infty$, то социально-историческая роль страты философов стремится в $+\infty$.

Почему так происходит, причём не разово, а систематически на всём протяжении социальной истории человечества? Ответ прост: философия говорит о смыслах и ценностях человеческого бытия. Именно на основе выявленного для личности и общества смысла, принятых и признанных высших трансперсональных ценностей, возможны развитие и рост как отдельной личности, так и социальных слоёв, общества и государства в целом. Из чего можно сделать вывод о том, что социальные трансформации, динамика общественного развития, социальное реформирование также содержат в себе аксиологическую подо-

плеку. Даже если инициаторы и участники всевозможных социальных флуктуаций не дают себе труда об этом задуматься. Ведь только человек обладает способностью к рациональному целеполаганию, в основе которого лежат убеждения и мировоззрения, в конечном итоге сублимируемые к ценностям. Без этого условия никакая человеческая деятельность, помимо простейшей физиологической активности, попросту невозможна. С этой точки зрения попробуем подойти к рассмотрению и оценке тех социальных реформ и перемен, которыми оказалось затронуто российское общество в последние три десятилетия (1992-2019гг.).

Официально, социальное реформирование в современной России имеет весьма невнятное аксиологическое обоснование. Кроме периодических призывов к модернизации, инновациям и повышению эффективности, почти невозможно отыскать сколько-нибудь целостных текстов, которые бы подводили идейно-теоретическую базу под тот процесс преобразований в российском обществе, который практически без перерыва продолжается во всех его сферах три десятилетия подряд. Как важнейший вывод социолого-теоретического уровня можно сформулировать постулат: целое поколение граждан России родилось и выросло, вступило в жизнь в условиях перманентных социальных реформ как константы социального и личностного бытия. Столь же постоянным является и отсутствие внятного обоснования. Таким образом, общество устойчиво получает от власти сигналы: бесконечные перемены без определённой цели и объяснения более постоянны, чем покой и устойчивость. При условии сохранения такого положения ещё на 30 или более лет мы получим совершенно особое общество, которое ещё не имело полноценных аналогов в истории. А именно, общество, которое не помнит стабильного состояния и не представляет жизни вне потока перемен. Причём таких перемен, которые не зависят от субъективных желаний и равнодушны к страданиям хоть персональным, хоть массовым. Более того, такое общество не будет ждать стабильности в перспективе и не сможет её обеспечить даже при наличии гипотетической возможности. По той простой причине, что не имеет представления об ином онтологическом состоянии. Поскольку же социальное проектирование никак не артикулируется, постольку людям не с чем будет сравнивать вечно длящееся настоящее. Невозможно вынести аргументированную оценку и избрать более удачный путь, не имея перед глазами ни примеров для сравнения, ни концептуальных идей, которые бы объясняли и указывали перспективу. Не составит труда понять, что социум, лишённый осознания критериев и перспективы, превращается в идеальный объект для манипулятивного управления со стороны узкой группы бенефициаров, обладающих доступом к более полной и целостной информации и возможностью если не проектировать модель и траекторию социального развития, то по крайней мере, направлять их в сторону, релевантную своим узкокорпоративным интересам.

При этом, со стороны «посвящённых», можно отметить целый ряд своеобразных рефлексий в отношении «профанного большинства», рефлексией, которые прорываются даже сквозь завесу умолчанию – либо помимо воли «креативных топ-менеджеров», либо по причине утраты ими же чувства опасности, убеждения в собственной сверхисторической безопасности. Иными словами, свято и некритично усвоившие парадигмальный концепт Фрэнсиса Фукуямы о «конце истории» применительно к статусной у положению своего социального слоя. Они себя мыслят вне истории, оставив политические перевороты и социальные трансформации на долю незадачливого «охлоса», себя же полагая в роли земных богов, овладевших нитью Ананке-судьбы. Об этом говорил в своё время один из умнейших наших современников Александр Сергеевич Панарин.

«Сегодня быть элитой и реализовать себя как элита означает поставить себя в независимое положение от национальных интересов и национальных чаяний... Современные элиты представляют собой нечто вроде замкнутого международного клуба со своей корпоративной этикой, ничего общего не имеющей с обычной гражданской и политической этикой, обязывающей служить своей стране, своему народу и государству. И поскольку народам это вряд ли может понравиться, то идеология современного глобализма неизбежно включает некий скрытый подтекст, некую эзотерику, чем-то напоминающую учение прежних гностических сект. Глобальный гнозис имеет двойное дно. Внешняя сторона его отражает все прежние штампы эпохи модерна – прогресс, всеобщее благоденствие, права человека. Внутренняя, выражаемая тайным языком элиты, понятным только посвященным...» [10, с.4].

Но, как выясняется теперь, выводы им однажды сделанные, вполне могут быть развиты и продолжены. В частности, за последние полтора десятилетия произошли изменения в мировоззрении и структуре «страты реформаторов», которая во всё большей степени стремится превратиться в касту, замкнутую и обладающую извечно обусловленными привилегиями не только статусного либо материального, но и духовного характера. Этаких новых «брахманов», обладающих сокровенным знанием с момента сотворения и потому могущих и даже обязанных, призванных решать судьбы страны и народа. Фактически, речь идёт о

некоем «постчеловечестве», или, в современном жаргоне – «трансгуманизме». Считающие себя адептами этого сверх-нового учения, на фоне которого даже неолиберализм/либертарианство предстаёт недостаточно радикальным, в качестве объекта поклонения выбирают не универсалистскую идею свободы и прав личности, но самих себя и свои привилегии, почитая людьми в буквальном смысле этого слова только лиц своего круга.

Традиция корпоративного сговора за спиной наивного большинства в интересах узкой группы «находящихся в теме» бенефициаров идёт с позднесоветских времён, когда набирала обороты недоброй памяти горбачёвская «перестройка». О признаках такого сговора писал известный русский публицист Анатолий Кузьмич Цикунов в своих остроактуальных публикациях на экономико-правовые темы. Основываясь исключительно на открытых источниках, но гениальным образом их обобщая и анализируя, он показывал, как путём манипулятивных действий происходит постепенное изменение правовой базы советской экономики и создаётся основа для перехода к качественно иной социально-экономической модели – колониально-компрадорскому капитализму сырьевого типа. Что мы и имеем в настоящее время. Вот лишь один пример прозрений публициста: «Частная собственность, к которой стремятся некоторые депутаты, по содержанию будет иной, чем в XIX веке. Собственникам ставится задача: максимально добыть и переработать сырьё в условиях территориальных объёмов СССР и самой дешевой в мире рабочей силы. Финансисты мира считают, что старая система жесткой плановой централизации уже не способна обеспечить эффективный производительный труд рабов и ее следует заменить на конкуренцию внутреннего рынка, но с жестким контролем центра над сырьевыми запасами, ценами на них, с максимальным ограничением потребительского спроса на сырьё для населения СССР... Целью реформы является насаждение, «выращивание», по выражению одного члена правительства, небольшой кучки собственников и превращение остальных в пролетариев» [12].

Однако, некоторые связи с большинством, как бы ни хотелось кому-то обратного, сохраняются, как сохраняется и гипотетическая угроза низового бунта или даже революции. Отсюда можно предположить наличие такого рода социально-управленческих технологий, которые бы курировали такого рода риски, сводя их к минимуму, если не устраняя совсем. Следуя в тренде новейших веяний, кандидаты в земные боги не обращаются сразу к силовым средствам социальной суггестии, предпочитая более тонкие инструменты «умной/мягкой силы». Ситуация представляется достаточно прозрачной. Поскольку любые массовые социальные движения опираются на идеи (ставшие «материальной силой, овладев массами»), идеи есть плоды размышлений, постольку важнейшей практической задачей становится ампутация или блокировка желания и способности размышлять и рассуждать. Между тем, русская культура и, соответственно, этносоциальная система в качестве важнейшего компонента, исторически включали в себя созерцание. Созерцание, которое предполагает покой и некоторую степень отстранённости от актуальных повседневных забот и хлопот. Именно в покое и уединении рождаются не только великие произведения искусства, но и социальные теории, релевантные цивилизационной матрице и способные противодействовать манипулятивным технологиям. Следовательно, в дискредитации нуждается именно традиция созерцания, определённого пренебрежения теми ценностями мирского успеха и безграничного потребления, которые навязываются социуму в качестве инвариантной стратегии поведения.

Само понятие лени в современном общественном сознании обладает негативными коннотациями, подразумевая бездеятельность и предпочтение праздного времяпровождения производительным трудовым усилиям. Соответственно, человек, маркируемый социумом/статусными личностями и инстанциями в качестве лентяя, почти автоматически получает дополнительные дискриминационно-репрессивные ярлыки «нахлебника», «захребетника», «паразита». Сами эти обозначения призваны оправдать применение моральных или даже физических санкций к такому человеку. Однако мы можем подняться над обыденными суждениями и задаться вопросом о парадигматической их подоплеке. Современное однозначное осуждение того, кто провозглашён лентяем проистекает из секулярной онтологии и аксиологии, которая своими корнями вышла из уродливой мутации христианства – кальвинизма. Именно кальвинизм пошёл по пути секуляризации повседневной жизни и трудовой этики, дискредитировав и уничтожив институт монашества. С тех пор Западный мир охвачен болезненной активностью и прогрессом количества. Так что в настоящее время мир стоит на пороге кризиса как экологического, так и антропо-социального, порождённых культом гедонизма и консюмеризма. Между тем, в сакральных текстах мы имеем вполне чёткие ориентиры бытия, не сводимого к смене брендов и ортопедических кресел. Конечно, с одной стороны есть изречение апостола Павла «кто не работает, тот да не ест» [2]. Но, с другой стороны, можно опереться на евангельский сюжет о Марфе и Марии:

«Бысть же ходящымъ имъ, и самъ вниде въ весь некую: жена же некая именемъ Марфа пріять его въ домъ свой. И сестра ей бе нарицаемая Мариа, иже и седши при ногу Иисусове, слушаше слово его. Марфа же молвяше о мнозе службе, ставши же рече: Господи, не брежеш ли, яко сестра моя едину мя остави служити; рцы убо ей, да ми поможетъ. Отвещава же Иисусъ рече ей: Марфо, Марфо, печешися, и молвиши о мнозе, едино же есть на потребу: Мариа же благую часть избра, яже не отнимется от нея» [6].

Можно также сослаться на другой евангельский сюжет: Иоанн Креститель скитался в пустыне, акриды и дикий мёд. И...призывал к покаянию. Лихорадочной деятельностью в Евангелиях охвачены еврейские старейшины и римские власти, необычайно деятелен в последние дни Иуда... Непрестанно подвижен сатана, приступающий ко Христу. Они постоянно одержимы креативными и инновационными проектами. И...терпят в итоге историческое поражение, забыв о вертикали бытия и погрузившись всецело в горизонталь суетных забот. Вечное и сакральное забыто ради преходящего и тленного.

Русское традиционное общество вполне усвоило себе христоцентричную вертикаль и построило своё историческое существование с прицелом в Вечности на основе абсолютного сакрального идеала. Отсюда – всегда скептическое отношение к избыточной активности. То, что представляется носителю секулярной парадигмы ленью и бездеятельности, в действительности наполнено глубоким смыслом – молитвенным созерцанием. Св.Серафим Саровский удостоился Фаворского нетварного света после 1000-дневного молитвенного стояния на камне.

В качестве параллелей можно привести пример индо-буддийского недеяния, когда каждый выход за пределы созерцательного покоя был чреват не только удалением от состояния самадхи – как предельной медитации, ведущей к просветлению/слиянию с Абсолютом, но и непредсказуемыми онтологическими последствиями негативного характера, нарушениями равновесия в мироздании. [7, с.690-692] Можно также привести примеры из индийской мифологии, когда наибольшую активность в плане креатива и собственно апгрейда для приобретения собственных способностей проявляют демоны, стремящиеся к разрушению либо к порабощению мира. [8] Однако внешне невозмутимый Брахма созерцает и позволяет злу развиваться до своего предела, за которым его подстерегает неминуемая гибель – inferнальные субъекты сами ведут себя к уничтожению. Таким образом, уход от деятельности в созерцание оказывается высшей формой витальности, наделяемой в мировом сакральном пространстве телеономическими и сотериологическими функциями, в противовес по-видимому такому рациональному, в реальности же – лишённому смысла постоянному движению и реформированию, которое оказывается способным только разрушать и паразитировать на жизненной ткани традиционного общества.

Сформировав костяк парадигмы, применим её к реальности. Что же мы увидим. С момента прихода к власти Горбачёва и до настоящего времени мы наблюдаем бесконечную череду сменяющих друг друга всё более радикальных реформ, которые в действительности – все без исключения ведут к ухудшению жизни, это буквально путь страны в никуда. Особенно хорошо этот процесс просматривается в образовании. Зуд реформирования осуществляется под маркерами модернизации, оптимизации, инновации, теперь с лёгкой руки Президента добавилась и цифровизация. Вместо традиционной образовательной модели патриархально-семейного типа с всматриванием учащихся в фундаментальные проблемы российскому образованию навязывается патологическая модель дистанционного дегуманизованного верхоглядства. Происходит стремительное разрушение коммуникативного пространства в образовательных учреждениях. Прямое подтверждение чему – Керченская трагедия. Не абстрактные американцы тому виной, а насаждение деструктивной модели постоянных изменений под лозунгом экономической эффективности и бюрократической продуктивности. То есть выстраивается вполне очевидная причинно-следственная связь: перманентное реформирование – разрушение коммуникативного пространства в образовании – уничтожение витальной базы социума. Главным врагом реформаторов в лице ВШЭ, Грефа и пр. Объявлено именно спокойное-созерцательное отношение к жизни.

Таким образом, можно сказать, что спокойствие и созерцание, ровное течение жизни, будучи гонимы сторонниками перманентных реформ, оказываются главным ресурсом воспроизводства жизни и наполнения её высшими смыслами. Ополчаясь на эту традиционную онтологическую метафизику, беспокойные деятели российских реформ, выказывают себя как акторы хаоса, угрожающие самому бытию Русской цивилизации. То есть, в конечном итоге, они выступают как агенты inferно, того персонажа, о котором Сын Божий сказал «человекоубийца бе искони и во истине не стоит, яко несть истины в нем: егда глаголет лжу, от своих глаголет, яко ложь есть и отец лжи». [3] Следовательно, российские созерцатели, которых почита-

тель Каббалы Греф клеймит как «дауншифтеров», «аутсайдеров» цифровой эпохи, в реальности оказывающиеся на острие великой духовной борьбы начала 3-го тысячелетия, отторгая антихристианскую цифровую прогрессистскую парадигму и её adeptов. Вспомним пророчество Достоевского, вложенное в уста видимого маргинала Мармеладова: «И когда уже кончит над всеми, тогда возглаголет и нам: «Выходите, скажет, и вы! Выходите пьяненькие, выходите слабенькие, выходите соромники!» И мы выйдем все, не стыдясь, и станем. И скажет: «Свиньи вы! образа звериного и печати его; но приидите и вы!» И возглаголят премудрые, возглаголят разумные: «Господи! почто сих приемлеш?» И скажет: «Потому их приемлю, премудрые, потому приемлю, разумные, что ни единый из сих сам не считал себя достойным сего...» И прострет к нам руце свои, и мы припадем... и заплачем... и всё поймем! Тогда всё поймем!.. и все поймут...» [1]. Вот характерный пример антихристианского социального проектирования из уст главы Сбербанка: «Знаете, у нас есть такой штамп – «дома престарелых». Этому штампу соответствует не очень хорошая реализация. У нас есть такая постыдная история – отдать своего родителя в дом престарелых. Так вот во всем мире ситуация ровно обратная. Считается, что отдать в дом для пожилых людей своего родителя – это достойно, потому что это высококлассные учреждения, в которых людям предоставляется высочайший уровень обслуживания, реализация их интересов, возможности общения, первичная медицинская помощь и так далее» [9].

Иными словами, речь идёт не о поддержке и сохранении некоей традиционной модели взаимоотношения детей и родителей, основанной на 5-й Заповеди Декалога, а полном её сломе – как на уровне массовой ментальности, так и на уровне массовых социальных практик. Доминирующими мотивами в данном случае служат концепты эгоистического комфорта и монетарной прибыли, поскольку нет сомнения, что основная масса субсидиарных инвестиций в такого рода учреждения будет проходить через подконтрольный государству Сбербанк. Сам того не подозревая, Г.О. Греф поставил российское общество перед важнейшим аксиологическим выбором: сохранять ли верность Традиции и Заповедям, которые имеют трансцендентный источник, либо отказаться от них, ради гедонистического комфорта и прибыли. Нет сомнения, что это две диаметрально противоположные и взаимоисключающие траектории социального развития. Выбирая «альтернативу Грефа», люди фактически оказываются в положении противников Творца всего сущего. Куда приведёт такая дорога? По существу, нам предъявлен вектор будущей государственной политики. Государство как бы говорит своим гражданам, что поддержки традиционной модели семьи, повышения пенсий ждать не приходится. Учитывая же повышение планки пенсионного возраста, жизненная траектория может в перспективе выглядеть следующим образом: работа в течение 40 и более лет, затем сдача детьми в дом престарелых, поскольку детям уже внедрена мысль об избыточной трудности ухода за родителями и хронической нехватки времени для этого – ведь ритм жизни требует постоянного движения, а покой и созерцание – непозволительная роскошь и даже порок.

То, что в рамках горизонтальной суетной парадигмы предстаёт как лень, бездеятельность, в рамках вертикальной сакральной парадигмы оказывается высшим спасительным деланием. И именно такое созерцательное делание противостоит inferнальной разрушительной активности. Зададимся вопросом: за кем останется конечная победа? Вновь можно вспомнить евангельскую фразу: «Аще с нами Бог – кто на нас» Сохраняя толику созерцательного оптимизма, выскажем уверенность, что нам предстоит стать свидетелями и участниками этой метафизической победы, восстановления традиционных метафизических основ социального бытия. В конечном итоге, вопрос встанет не о страдательной участи традиционалистов-созерцателей в планах реформаторов, а о том, успеют ли неистовые реформаторы вовремя осознать свой крах в служении первооснователю всех реформ – падшему первоангелу и успеть вскочить в наш поезд традиции? И чем больше традиционалистское большинство будет созерцательно игнорировать разрушительные правительственные инновации, тем ближе и ошеломительней будет его победа! По словам А.С. Панарина, «в православной парадигме спасения открывается возможность реабилитации тех, кто по критериям достижительной «морали успеха» признан недостойными. Речь идет о растущей армии «неадаптированных». Западная социология эксплицировала содержание последнего понятия в первую очередь на примере выходцев из деревни или мигрантов, внезапно помещенных судьбой в эпицентры технического века. Этот век формировался не ими, а другими, и потому изначально чужд им. Здесь не работает гордое правило демократической эпохи: человек повинуетя лишь тем инстанциям, которые он сам же избрал в процессе свободного волеизъявления. Они, помещенные в искусственную техническую и технико-экономическую среду, не определяли ее параметры, не формулировали ее критерии. Их повиновение – не свободное, а вынужденное, связанное не с самореализацией, а с насилием над собой и подавлением своего «я» [11].

Что же следует из всех наших рассуждений и приведённых в их контексте цитат? Очевидно, что парадигма современного реформаторства находится в жёстком диссонансе, даже в антагонизме не только с отвлечённо-метафизическими штудиями традиционалистского характера, но и с вполне реальными жизненными интересами абсолютного большинства русского народа, равно и других народов России и всего постсоветского пространства. Более того, данная модель социального развития обслуживает интересы той узкой группы постсоветской элиты, которая рассчитывает построить собственное неизменное благополучие «на костях» как традиционных духовно-нравственных ценностей, так и массовых социальных достижений эпохи развитого модерна. Ведущие современные публицисты, исследователи не первый год говорят о последовательном демонтаже социального государства и любых его патерналистских интенций [4]. То есть тенденция уже сформирована и активно претворяется в практическую политику. Говоря о постсоветском пространстве, можно вообще высказать гипотезу о том, что элитарные группы бывших союзных республик, претворившихся в привилегированных адептов глобалистской идеи в собственном отечестве, состоят в некоем негласном сговоре друг с другом – в плане поддержания и обеспечения собственных классовых интересов. Иными словами, даже без обращения к социологической статистике, основываясь на обобщённых соображениях социальной философии и новейшей социальной истории, можно прогнозировать последующее нарастание превентивной агрессии новоявленной глобалистской элиты в адрес традиционных социальных структур и связанных с ними ценностей и даже повседневных социальных практик. Единомышленники А.Б. Чубайса и Г.О. Грефа в ВШЭ, правительстве России, во главе регионов будут продолжать лихорадочную деятельность по «оптимизации» школ и ВУЗов, учреждений культуры. Равно как будут с неизбежностью продолжаться социал-дарвинистские высказывания в адрес «аутсайдеров глобализации», для которых совесть важнее монетарной эффективности. Важнейший вывод из всего этого: инфернализация сознания российской правящей элиты есть уже свершившийся факт. Учитывая депрессивное состояние российского общества, постоянно работающие механизмы социально-психологической суггестии, едва ли сейчас правомерно говорить об осознанном массовом сопротивлении данной тенденции, как бы ни хотелось нам обратного. В распоряжении страдающего народного большинства объективно остаются три средства противостояния торжествующему социальному злу, мимикрирующему под «инновации» и «модернизации», «реформы» и «оптимизацию», «цифровую экономику», но питающемуся инфернальными энергиями: это всемерное поддержание внутренней духовно-культурной идентичности и выстраивание на её основе повседневных социальных практик. Что невозможно без обращения к православному духовному наследию и идеям социальной справедливости. Не менее важно называть вещи своими именами – здесь особая миссия принадлежит той части российского интеллектуального слоя, который не поддаётся лукавым посулам и соблазнам глобализации и её адептов. Наконец, нет ничего крамольного в том, чтобы саботировать насаждаемые сверху инновации там, так и тогда, где, как и когда это возможно. Выросшая и паразитирующая на народном организме жизнеотрицающая система, как показывает исторический опыт, неизбежно начнёт разрушать самоё себя, если не встретит одобрения и примирения с ней у кажущегося пассивным и безответным большинства. При условии сохранения внутренних ценностных ориентаций в духе Традиции время само подскажет, в какой момент следует переходить от латентного противодействия к открытому. В настоящий же момент важнейшим условием является сохранение ценностно-смыслового ядра, как залога воспроизводства российского социума в будущем, сохранения и развития его идентичности и исторической субъектности в длительной перспективе.

Наконец, важнейший вызов российскому интеллектуальному сообществу заключается в том, чтобы выработать и предлагать обществу и власти новые стратегические проекты не взрывного реформирования, а эволюционного развития страны, всех её социальных институтов. Проекты эти должны быть согласованы с фундаментальными ценностями Российской цивилизации, её историческими традициями и реальными жизненными интересами большинства населения, а не узких кланов и групп бенефициаров и сырьевых государственных олигархов и поддерживаемых государством банкиров. Реформы должны быть во всех случаях согласованы с аксиологическими постулатами и во всех случаях преследовать конечные высшие цели народосбережения и повышения витальности страны в целом. Только в этом случае будет преодолён трагический диссонанс между «гениальными замыслами» власти и категорическим их отторжением и саботажем со стороны народа. А преобразования наконец-то станут средством улучшения жизни и общенациональных позиций на мировой арене, перестав являться самоцелью и способом завуалированного грабежа страны при разрушении её несущих конструкций.

Литература:

1. Достоевский Ф.М. Разговор Мармеладова и Раскольникова в трактате // <http://rushist.com/index.php/rus-literature/6021-prestuplenie-i-nakazanie-monolog-marmeladova-v-traktate> Дата обращения 04.03.2019.
2. 2 Сол.3:10.
3. Ин.8:44.
4. Кагарлицкий Б.Ю. Демонтаж социального государства // <http://gradmsk.ru/video/AFHQlqQbGfk> Дата обращения 06.03.2019.
5. Коллинз Р. Социология философий. Глобальная теория интеллектуального изменения // Новосибирск: Сибирский хронограф. 2002. С.138.
6. Лк.10:38-42.
7. Лысенко В.Г. Самадхи // Индийская философия: энциклопедия // М.: Академический проект Гаудеамус. 2009. Сс.690-692.
8. Нарайан Р. Боги, демоны и другие // М.: Наука, Главная редакция восточной литературы. 1975.
9. Новый удар по пенсионерам и традиционной семье // <http://kuzpress.ru/politics/11-09-2018/62537.html> Дата обращения 04.03.2019.
10. Панарин А.С. Искушение глобализмом // М.: Эксмо. 2003. С.4.
11. Панарин А.С. Народ без элиты // <https://www.readanywhere.ru/panarin-aleksandr-sergeevich/books/narod-bez-elity/16182/Trial> Дата обращения 04.03.2019.
12. Цикунов (Кузьмич) А.К. Рынок России в свете нового законодательства // Распятая страна <http://www.rus-sky.com/history/library/kuzmitch.htm> Дата обращения 06.03.2019.

УДК 314.32

СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ РАННЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ШКОЛЬНИКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.А. Полосина, аспирант второго года обучения кафедры гуманитарных и социальных дисциплин
Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Технологический университет», г. Королев, Московская область

В статье на основе теоретического анализа и нормативно-правовых актов уточняется современное понимание института ранней профессиональной ориентации школьников. Раскрыты организационно-технологические, социо-культурные, социально-психологические, социально-педагогические компоненты системы социальной поддержки ранней профессиональной ориентации школьников по месту жительства. Раскрыт авторский подход обоснованию роли и места отношений доверия в сфере профессиональной ориентации школьников, ее взаимосвязь их с профессиональным самоопределением.

Профессиональная ориентация, социальное управление, школьники

SOCIAL MANAGEMENT OF THE PROCESS OF EARLY PROFESSIONAL ORIENTATION OF SCHOOLCHILDREN IN THE RUSSIAN FEDERATION

A.A. Polosina, graduate second year of the Department of Humanitarian and social disciplines
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «University of technology», Korolev, Moscow region

The article on the basis of the analysis of the source base and legal acts clarifies the modern understanding of the Institute of early vocational guidance of schoolchildren. The organizational and technological, socio-cultural, socio-psychological, socio-pedagogical components of the system of social support of early professional orientation of students in the community are revealed. The author's approach to substantiation of the role and place of relations of trust in the sphere of professional orientation of schoolchildren, its interrelation with their professional self-determination is revealed.

Professional orientation, social management, schoolchildren

Среди научно-практических тем, которые постоянно присутствуют в фокусе внимания социологов, особое место занимают проблемы социализации личности к различным сферам жизнедеятельности, в том числе экономической. Применительно к овладению людьми профессиями, социологи рассматривают условия формирования установок на трудовую деятельность как в целом, так и выполнение трудовых функций определенного содержания.

Достаточно интересной для социологического анализа в этой связи является категория «профессиональная ориентация», под которой понимается при общем подходе система научно обоснованных мероприятий, направленных на подготовку молодежи к выбору профессии с учётом особенностей личности и социально-экономической ситуации на рынке труда, на оказание помощи молодежи в профессиональном самоопределении и трудоустройстве.

Научная разработанность данной объектно-предметной области достаточно высока и представлена работами, в которых раскрыты такие аспекты, как общие проблемы этого института, его место и роль в социализации детей и молодежи [4], методические средства проведения профессиональной ориентации, особенности этого процесса у лиц с ограниченными возможностями, характеристика раннего этапа профессиональной ориентации школьников и другие. Отдельное место занимают научные разработки проблем управления процессом профессиональной ориентации [5], а также его связи с развитием рынка труда [8].

В экономической социологии профессиональная ориентация характеризуется как особый социальный институт, реализующий частные функции в процессе экономической социализации, предполагающий набор типических, широко распространенных, социально одобряемых мероприятий профессионального просвещения, профессионального консультирования, психологической поддержки, осуществляемых специально подготовленными кадрами с использованием государственных, частных и иных ресурсов.

Уточнение функций института ранней профессиональной ориентацией школьников в условиях сетевого общества, цифровой экономики, все увеличивающихся социальных коммуникаций в виртуальном пространстве может быть произведено в рамках синтетического подхода, включающего научные наработки социально-гуманитарных наук:

- педагогики (ознакомление учащихся и выпускников учебных заведений с современными видами трудовой деятельности, социально-экономическими и психофизиологическими особенностями различных профессий, потребностями в квалифицированных кадрах, требованиями, предъявляемыми профессиями к человеку, возможностями профессионально-квалификационного роста и самосовершенствования в процессе трудовой деятельности);

- психологии (уточнение методов, способствующих снижению психологической напряженности, формированию позитивного настроения и уверенности в будущем);

- профессиологии (помощь в профессиональном самоопределении и предоставление рекомендаций учащимся о возможных направлениях профессиональной деятельности, наиболее соответствующих его психологическим, психофизиологическим, физиологическим особенностям, на основе результатов психологической, психофизиологической и медицинской диагностики);

- экономики (рынок труда, трудовые ресурсы, рекрутинг); информатики (информационно-коммуникационная сеть «Интернет», цифровизация) и других.

Социологическая концепция современного института ранней профессиональной ориентации школьников носит синтетический характер и находит свои методологические и методические основания в следующей теории среднего уровня, специальных теориях: социологии личности, социологии организаций, экономической социологии, социологии труда, социологии образования, а также концепциях сложного общества, общества риска, цифрового общества и цифровой экономики, сетевого общества. Необходимо отметить, что рассматриваемый процесс нуждается в соответствующей системе социальной поддержки по месту жительства [5].

Во-первых, – целесообразно осуществлять постоянный мониторинг рынка труда, как социального объекта, отражающего потребности в трудовых кадрах с соответствующими характеристиками.

Учитывая темпоральные характеристики процесса ранней профориентации, связанные с существенным разрывом времени подростковой социализации со временем трудоустройства, особое место в этом мониторинге наряду с фиксацией актуальных потребностей рынка, так и улавливать тенденции, а также осуществлять прогнозы на рынке новых профессий или содержания трудовых функций.

В связи с этим особый интерес представляют результаты анализа ожиданий субъектов хозяйственной деятельности от претендентов на вакантные должности определенного набора качеств – *hard skills* и *soft skills*, как ориентиров ранней профориентации школьников.

Во-вторых, – прежде всего в условиях сетевого общества целесообразно принять меры к созданию особой среды социального взаимодействия в процессе экономической социализации школьника по месту жительства, а именно – профориентационного мультикультурного образовательного пространства.

На основании социо-культурного подхода необходимо создание профориентационного мультикультурного образовательного пространства, которое включает в себя не только объекты экономической инфраструктуры, субъекты трудовых отношений и школьной образовательной деятельности, но и система ценностей, этика трудовых отношений, семейные традиции и престижность различных специальностей, новых профессий.

Важно при этом сосредоточение ресурсов, сил и средств субъектов социального управления провести на основе закрепления стратегии функционирования профориентационного мультикультурного образовательного пространства, заключающейся в формировании готовности выпускника школы к профессиональному самоопределению и развитию необходимых личностных качеств.

Центральное предоставить школьникам свободу выбора профориентационных курсов, профильных учебных предметов и элективных курсов, форм, видов деятельности и источников получения знаний, а также право на формирование индивидуального учебного плана и индивидуальной образовательной траектории;

Важная роль в реализации планов развития профориентационного мультикультурного образовательного пространства принадлежит педагогам общеобразовательных учреждений к ранней профориентационной деятельности, которые участвуют в формировании соответствующих личностных качеств выпускников.

В рамках социо-культурного подхода к оказанию социальной поддержке ранней профессиональной ориентации школьников необходимо широко внедрять социально-психологические технологии, опирающиеся на классические и современные концепции социологии личности, социальной психологии, мотивационно-ценностной структуры личности.

При использовании социально-психологических подходов механизм профессиональной ориентации школьников можно представить как совокупность процессов прироста знаний о будущей профессии, способах и условиях ее получения, формирования мотивов личностной самореализации в конкретных видах желаемой профессиональной деятельности, процессов выработки личностной стратегии овладения профессией, а также ее реализации путем получения необходимых знаний, умений и навыков.

Формами реализации технологии профессионального самоопределения школьников могут быть уроки, общение-диалог, экскурсии, имитационно-ролевые и деловые игры, работа с информационными источниками, в том числе с Интернет – источниками, профессиональные пробы, авторские мастерские, проведение публичных защит проектов, тренинг-семинары и др. Выбор таких организационных форм работы определяется тем, что профессиональное самоопределение в старшем школьном возрасте представляет собой динамический процесс неравномерного преобразования самосознания. Поэтому технологическая стратегия профессионального самоопределения учащихся на старшей ступени школы реализуется по непрерывной индивидуальной образовательной траектории, постепенно изменяя и усложняя учебно-познавательную и учебно-профессиональную деятельность учащихся. Результат реализации технологии профессионального самоопределения старшеклассников – сформированная положительная динамика готовности учащегося к определению себя в жизни и в будущей профессии, т.е., учащийся должен иметь представления: о себе («образ Я»); о различных сферах профессиональной деятельности и профессиях; о психофизиологических требованиях, предъявляемых профессией; о своих профессиональных предпочтениях, возможностях. Проблемы профессионального самоопределения школьников структурируются по уровням социально-психологического взаимодействия, выделенным А.В.Петровским, а также по компонентам осознания и деятельности личности по достижению личностно значимых целей – когнитивному, аффективно-мотивационному, рефлексивно-оценочному и деятельностному.

Социально-психологические проблемы соотношения себя с будущим социальным положением – общеориентировочный уровень. Личностный мотивационно-аффективный компонент – страх, неуверенность, тревожность. Когнитивный личностный компонент – недостаток, дефицит знаний о будущей профессии. Рефлексивно-оценочный компонент – трудности осознания при принятии решения в проблемной ситуации профессионального самоопределения. Поведенческий, деятельностный компонент – отсутствие умений и навыков по реализации целевых установок, выработанных в процессе профессионального самоопределения.

Социально-психологические проблемы на уровне группового взаимодействия. Когнитивный личностный компонент – понимание системы норм и оценок, ожиданий от личности в профессиональном самоопределении со стороны ближайшего социального окружения. Мотивационно-аффективный личностный компонент – принятие или непринятие и психологическое самочувствие по поводу соотношения своих внутренних побуждений с этими ожиданиями. Рефлексивно-оценочный личностный компонент – децентрация, способность поставить себя на место другого, взглянуть на ситуацию с позиции другого. Поведенческий, деятельностный личностный компонент – выбор эффективной стратегии поведения для успешного завершения школьного этапа профессионального самоопределения и эффективного решения, осуществления, завершения этапа профессионального самоопределения в постшкольной жизни.

Социально-психологические проблемы, связанные с выработкой и реализацией стратегии, способа профессионального самоопределения. Когнитивный личностный компонент – незнание, дефицит знаний об особенностях личного психологического потенциала и резервах собственного организма по концентрации усилий для разрешения возникающих проблем. Мотивационно-аффективный личностный компонент – удержание интереса, активности, направленности при неблагоприятных, стрессовых условиях именно по отношению к выбранной стратегии. Рефлексивно-оценочный личностный компонент – постоянное отслеживание протекания поведенческих актов, реализующих личностную стратегию профессионального самоопределения, их результатов, своевременная и эффективная корректировка. Поведенческий, деятельност-

ный личностный компонент – выработка индивидуального плана действий и его непосредственная реализация в эффективных поведенческих актах.

Основным содержанием социальной поддержки профессионального самоопределения школьников является их профессиональная ориентация, оказание им со стороны родителей, учителей, педагогов-психологов, профконсультантов, работников служб занятости, представителей профессиональных учебных заведений, кадровых служб различных организаций и предприятий эффективной помощи в осознании приемлемой профессиональной деятельности и выборе личной стратегии подготовки к ее осуществлению.

Среди дидактических средств педагогической поддержки профессионального самоопределения школьников выделяются: информирование, наглядные формы воздействия, конкретные жизненные примеры и т.д., а также консультации (групповые и индивидуальные), тренинги, специальные профориентационные курсы, профессиональные пробы, экскурсии на предприятия, беседы о профессиях, психологическое и профессиональное тестирование и т.д.

Для социально-технологического обеспечения процесса социальной поддержки профессионального самоопределения школьников необходимо следующее: дидактический материал профориентационной направленности должен быть субъективно значим для ученика и его усвоения, организация педагогической поддержки процессов профессионального самоопределения должна учитывать актуальный уровень его развития; систематически стимулировать школьников к самоценной образовательной деятельности, которая бы переходила бы в саморазвитие, самообразование; не только оценивать конечный результат профориентационной деятельности ученика, но и формировать самоконтроль самого процесса профессионального самоопределения, активизировать рефлекссию мышления [6].

В качестве механизма реализации данного подхода используются апробированные в практике комплекты дидактических материалов по школьному курсу «Человек – труд – профессия» и «Профессиональная карьера», а также методики изучения личности в целях выявления готовности школьника к профессиональному самоопределению; специально организованные занятия с учителями по их подготовке к использованию дидактических средств педагогической поддержки.

Для осуществления педагогической поддержки профессионального самоопределения школьников в последнее время все шире используются активные, ориентированные на личностно ориентированное взаимодействие между педагогами и учащимися интерактивные методы групповой педагогической работы – ролевые игры, дискуссии, решение проблемных задач, упражнения и задания по формированию профессионального самоопределению. Они включаются в тренинг личностного роста профориентационной направленности и сочетаются с проведением профдиагностических процедур, специально разработанного учебного курса, профессиональных проб и других форм социально-педагогической работы. Тем самым обеспечивается технологичность использования дидактических средств в процессе педагогической поддержки, так как происходит всесторонняя глубокая диагностика личностных особенностей, интересов, способностей, целей, ценностей, знаний, умений учащихся, их обученности, творческого потенциала, работоспособности.

Социально-психологический тренинг, как интерактивное дидактическое средство, направлен на развитие коммуникационных способностей индивидов, рефлексивных навыков (умение анализировать поведение и состояние членов группы и свое собственное, ситуацию и себя в ней), умение адекватно воспринимать себя и окружающих. В группах социально-психологического тренинга вырабатываются и корректируются нормы личностного поведения и межличностного взаимодействия, а также развивается способность гибко реагировать на ситуацию, быстро перестраховываться в различных условиях и разных группах.

Школьник, как объект социальной поддержки, требует со стороны педагога использования личностно-ориентированных дидактических средств. В случае же перехода научного анализа на управленческий уровень, а именно уровень организации педагогической поддержки в отношении всех выпускников школ, с привлечением большого числа педагогических работников, необходимо рассматривать систему целенаправленного воздействия со стороны органов управления образованием на муниципальном, региональном и федеральном уровнях на общую совокупность взаимодействий в процессе педагогической поддержки.

Во-третьих, – важно укреплять доверие в системе профориентационной работы между ее субъектами. Методологической базой при этом может стать концепция П.Штомпки, базирующаяся на признании многогранности природе доверия, которое динамично развивается в контексте особенностей коммуникации и, соответственно является результатом усложняющейся динамики, придающей социуму и доверию характерную черту постоянной незавершенности развития [3].

Эта методологическая позиция вполне применима к современному социальному опыту в нашей стране. Несмотря на то, что профориентационная работа всегда рассматривалась как важный компонент школьного обучения и воспитания, именно в настоящее время этот институт получает новый импульс. Так, Президент Российской Федерации В.В.Путин, как субъект стратегического социального управления, в 2018 году ввел в научно-практический оборот тезис о необходимости выстраивания современной профориентации [7] в нашей стране.

В-четвертых, – необходимо совершенствовать организационно-технологические основы социальных коммуникаций между субъектами, которые реализуют свои интересы в процессе ранней профессиональной ориентации: учащиеся – в осознании своих предпочтений в трудовой деятельности; школьные педагоги – в оказании содействия в подросткам в профессиональном самоопределении; образовательные организации среднего специального и высшего образования – в наборе студентов; субъекты хозяйственной деятельности – в успешном рекрументе необходимых специалистов.

Одним из противоречий является то, что в современных условиях возрастают требования к уровню сформированности профессионального самоопределения выпускников школ, а управление деятельностью субъектов этого процесса по социальной поддержке профессионального самоопределения школьников со стороны органов управления образованием осуществляется недостаточно эффективно.

Объективно существующее противоречие между необходимостью для школьников осуществлять реалистичный подход к трудоустройству, оценивать уровень своих притязаний в профессиональном выборе с имеющимися у них возможностями и усилиями субъектов процесса ранней профессиональной ориентации по их подготовке к решению этих задач по месту жительства требует совершенствования социального управления в данной сфере.

Противоречивость ситуации усиливается тем, что при наличии научно обоснованных и апробированных на практике лично ориентированных социальных технологий социальной поддержки профессионального самоопределения школьников, многие педагоги имеют о них слабое представление, не хотят и не умеют использовать их на практике.

Управление социальной поддержкой профессионального самоопределения школьников на по месту жительства требует организации работы по повышению методической подготовки педагогических и руководящих работников по использованию лично ориентированных методов в данной сфере своей педагогической деятельности, а используемые для этого по месту жительства средства, формы и методы недостаточно эффективны [9].

В-пятых, – в этих целях целесообразно более эффективно применять соответствующий инструментарий социального управления в форме государственных, ведомственных и местных социальных проектов, программ и планов содействия ранней профориентации школьников.

Одним из характерных примеров в этом является проект «Билет в будущее» с возможностью осуществлять в юном возрасте некоторые трудовые функции на базе ведущих компаний, и на которую российское государство выделяет миллиард рублей.

Таким образом, процесс ранней профессиональной ориентации школьников нуждается в постоянном управлении со стороны органов власти, субъектов рынка труда, образовательной деятельности, которые используют релевантные возрасту обучаемых методы педагогической, социально-психологической поддержки школьников, а также целостные технологии организации деловых коммуникаций заинтересованных субъектов по месту жительства и на основе on-line технологий.

Литература:

1. Бурханов, Р.Н., Ильина, И.М. проект ранней профессиональной ориентации школьников // Теория и практика современного профессионального образования. 2015. № 1. С. 103-106.
2. Гончар, Г.П., Кривуца, П.В. о ситуации на рынке труда, включая развитие профессиональных компетенций, профессиональную ориентацию молодежи // Образование и право. 2017. № 2. С. 228-236.
3. Золотухин, М.А. Система регионального управления профессиональной ориентацией и трудоустройством выпускников профессиональных организаций региона // Молодой ученый. 2018. № 23 (209). С. 300-306.
4. Кирилина Т.Ю. Исследование представлений современной российской молодежи о будущем и об общественном идеале. Россия в системе современной социальной реальности Материалы выступлений

- участников V Всероссийского социологического конгресса: сборник. Ответственные редакторы-составители: Д.К. Танатова, Т.Н. Юдина. 2017. С. 221-223.
5. Кирилина Т.Ю. Общественный идеал и модели будущего в сознании современной российской молодежи // Социальная политика и социология. 2016. Т. 15. № 3 (116). С. 80-89.
 6. Лапшинова К.В., Панявин А.В. Потребительские паттерны поведения современных россиян: социологический анализ // Социально-гуманитарные технологии. 2018. Т. 5. № 1. С. 26-31
 7. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию. 1 марта 2018 года. Электронный формат: [<http://kremlin.ru/events/president/news/56957>]: Дата обращения: 28 февраля 2019 г.
 8. Ротаренко, И.В., Смирнова, О.И. Влияние личностно – ориентированных методик обучения на профессиональную ориентацию студентов медицинского колледжа / В сборнике: Личность как объект психологического и педагогического воздействия // Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2017. С. 199-202.
 9. Рязанцева И.В. Влияние рынка труда на профессиональную ориентацию молодежи // Вестник СГУГиТ (Сибирского государственного университета геосистем и технологий). 2013. № 2 (22). С. 141-146.

ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА

Т.Н. Архипова, к.т.н., доцент кафедры дизайна,
Ж.А. Абрамова, студентка 4 курса кафедры дизайна
М.Д. Немченкова, студентка 3 курса кафедры дизайна
 Государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования Московской области
 «Технологический университет»
 («МГОТУ»), г. Королёв, Россия
А.Б. Архипов, заместитель директора,
 Государственное бюджетное учреждение Московской области
 «СШОР по хоккею», г. Мытищи, Россия

В статье дано понятие цвета. Отмечается, что на человека сильное воздействие оказывает цветовая среда. Указывается, что цвет придает индивидуальность, оказывает влияние на эмоциональное и психологическое состояние человека. Дается характеристика благоприятных цветов для детей, а также показаны цвета, которые в детстве лучше избегать. Отмечена необходимость и возможность применения грамотных цветовых решений в различных общественных помещениях. Авторы представляют разработанную анкету опроса студентов по вопросам воздействия цвета. Даны выводы о значимости цвета в дизайне.

Психология, цвет, дизайн, интерьер.

COLOR PSYCHOLOGY IN INTERIOR DESIGN

T.N. Arkhipova, Cand.Tech.Sci., assistant professor of Design Chair,
J.A. Abramova, 4rs year student, Department of Design
M.D. Nemchenkova, 3rd year student, Department of Design
 State Educational Institution of
 Higher Education Moscow Region
 «University of Technology» (“UNITECH”), Korolev, Russia
A.B. Arkhipov, State budget institution
 Moscow Region "SSHOR hockey", Mytishchi, Russia

The article gives the concept of color. It is noted that a person is strongly influenced by the color environment. It is indicated that the color gives individuality, affects the emotional and psychological state of a person. Characteristics of favorable colors for children are given, and colors are shown that are best avoided in childhood. The necessity and possibility of using literate color solutions in various public spaces is noted. The authors present a developed student survey questionnaire on color effects. Conclusions about the importance of color in design are given.

Psychology, color, design, interior.

Известно, что цвет оказывает сильное воздействие на психику и эмоции человека. Цвет лечит и убивает, заставляет лучше мыслить или расслабляет, радует и заставляет грустить. Обходя защитные механизмы человеческого сознания цвет способен действовать на людей на бессознательном уровне, что является особенно сильной стороной воздействия цвета.

Вопросам изучения цвета, влиянию цвета на психологическое воздействие на человека посвящены работы студентов бакалавриата и магистратуры МГОТУ [1, С.99-105; 2, С.13-14; 3, С. 42-43; 4, С.53-55].

Установлено, что цвет обязательно должен соответствовать географическим и природным условиям; имиджу организации или фирмы; архитектуре здания; его интерьеру; стилю мебели и виду освещения, а также назначению помещения и его размеру. [1, С.99-105; 2, С.13-14; 3, С. 42-43].

Красный цвет ассоциируется с энергией и лидерством, в интерьере он может быть использован в небольших количествах, акцентируя внимание на отдельных элементах мебели, в картинах и т.п. Желтый цвет радует, и в то же время создает незаметно уютную атмосферу в интерьере помещений.

Для оформления помещений хорошо подходят различные оттенки синего и зеленого цвета. Зелёные оттенки положительно влияют на сердцебиение и давление, и, кроме того, улучшают зрение. Синий цвет и его оттенки позволит сосредоточиться и здраво мыслить, создает прохладу и внушает спокойствие и уверенность. Очень хорошо подходит для образовательной среды.

Оранжевый цвет очень хорошо подходит для оформления интерьера помещения, где выполняются работы творческого характера, дизайн-проекты, какие-либо креативные разработки, т.е. для творческой мастерской дизайнера. В небольших вкраплениях в интерьер жилой среды оранжевый цвет хорошо разбавит спокойствие желтого цвета.

Белый и бежевый цвета в интерьере не оказывают сильного воздействия на психику и являются универсальными. Они широко используются для стен, потолков в интерьере, часто могут быть применимы в текстиле, например, при использовании штор, обивочном материале мебели и т.д.

Грамотно подобранные цветовые решения жилого помещения показаны на рисунках 1,2. [1, С.99-105].



Рисунок 1 – Грамотно подобранный цвет

Цвета			Поверхности		
			Потолок	Стены	Пол
бежевый	розовый	светло-желтый	Возбуждают	Создают ощущение тепла, зрительно сужают пространство	Вызывают чувство зыбкости, хрупкости, ненадежности
красный	коричневый	желто-зеленый	Угнетают, вызывают чувство одиночества	Сужают пространство	Вызывают чувство устойчивости, безопасности
голубой	светло-зеленый	светло-серый	Создают ощущение света, высоты	Создают ощущение простора, прохлады	Вызывают тревогу, неуверенность, выглядят скользкими, неустойчивыми
серый	синий	темно-зеленый	Удручают	Вызывают чувство отчуждения, охлаждают эмоции	Создают ощущение устойчивости и прохлады

Рисунок 2 – Цвета поверхностей комнаты

Экологическая культура и нравственные ценности студенческой молодежи, рассмотренные в работах [5, С. 228-238; 6, С.204-210; 7, С. 1073-1079] можно значительно повысить, используя знания о цвете, его свойствах. [2, С.13-14; 3, С. 42-43; 8, С. 24, 37-45].

Цветовое решение интерьера жилых и общественных помещений гостиниц. Показано в работе Абрамовой Ж.А. [1, С.99-105]. (рис.3). Автор провел глубокое исследование и показал на примере гостиниц, каким образом можно создать уют для комнат с различной формой мебели и цветом.



Рисунок 3 – Варианты цветового решения номеров гостиниц

Автор также рассматривает цветовое решение образовательной среды, где цвет играет немаловажную роль как отдельно взятых помещениях (классах, аудиториях), так и в целом при оформлении интерьера здания. [1, С.99-105]. Причем дан акцент на учебные аудитории и поставлена задача дальнейшего исследования воздействия цвета на эффективность деятельности, в данном случае на получение знаний и мотивацию к обучению.

Автор отмечает, что цвет спортивного зала оказывает влияние на мотивацию студентов к занятиям физической культурой и спортом (рис 4).



Рисунок 4 – Варианты цветового оформления спортивного зала

Кроме того, в работе Абрамовой Ж.А. [1, С.99-105] уделено внимание цветовому решению интерьера общественных зданий, таких как пансионаты, больницы (рис.5). Именно эта категория общественных зданий сильно воздействует на психологическое состояние человека. Больным людям нужен позитив, который цветовым воздействием достигается гораздо легче, чем иногда основными методами лечения. Человек быстрее выздоравливает при уютной, грамотно подобранной цветовой палитре в палатах и медицинских кабинетах.



Рисунок 5 – Варианты цветового оформления интерьера больниц, санаториев

Не менее важным является психологическое восприятие цветового оформления помещений, в котором человек находится во время работы в течение дня, недели, месяцев... Варианты цветового оформления интерьера офиса представлены на рисунке 6. [1, С.99-105]. Как уже ранее было отмечено, для творческих людей хорошо использовать, например, оранжевый цвет, однако для людей, работающих с цифрами (статистов, бухгалтеров и т.п.), необходимо использование более спокойной гаммы цвета.



Рисунок 6 – Варианты цветового оформления интерьера офиса

Каждый из цветов несет свою эмоциональную нагрузку, которую необходимо учитывать при стимулировании трудовой деятельности.

В образовательной среде это особенно важно, поэтому коллективом творческих студентов с преподавателем проведено исследование.

Авторами подготовлена анкета опроса студентов кафедры дизайна, которая позволит оценить цветовые ощущения студенческой аудитории [1, С.99-105]. Анкета разработана с использованием сайта Webanketa (рис.7).

Анкета опроса студентов кафедры дизайна включала ниже представленные вопросы, наиболее характерные для данного исследования.

- 1) Оказывает ли на вас психологическое давление цвета помещений ВУЗа?
- 2) Комфортно ли вам работать при пастельном цветовом решении интерьера кабинетов ВУЗа?
- 3) Хотелось бы вам поменять цвета стен, потолков и полов в рабочих кабинетах?
- 4) Хотелось бы вам поменять цвета стен, потолков и полов в столовой?
- 5) Хотелось бы вам поменять цвета стен, потолков и полов в библиотеке?
- 6) Хотелось бы вам поменять цвета стен, потолков и полов в конференц-залах?
- 7) Хотелось бы вам поменять цвета стен, потолков и полов в коридорах?
- 8) Помогают ли приведенные ниже цвета снять напряжение и расслабиться: (зелёный, голубой, розовый)
- 9) Комфортно ли чувствуете себя в интерьере помещении, выполненных в тёмных цветах?
- 10) Комфортно ли чувствуете себя в интерьере помещении, выполненных в ярких цветах?

Комфортно ли чувствуете себя в интерьере помещения, выполненных в ярких цветах?

Ответы	
да	
Нет	
Не во всех	
Скорее нет, чем да	
нет	
Если есть ОДНО яркое пятно(акцент) - то да!	
не всегда	
Не знаю	
Нет	
да	
[показать весь список]	
Всего ответов:	25
Не ответивших:	0

Создать свою анкету

Webanketa
Бесплатное создание анкет

Рисунок 7 – Фрагмент анкетирования с использованием сайта Webanketa

Результат анкетирования, в котором принимали участие студенты 1 курса кафедры дизайна и аспиранты кафедры гуманитарных и социальных дисциплин, показал серьезность отношения студентов к цветовому решению интерьера образовательной среды. В общей сложности на первом этапе анкетирования ответы дали 25 человек. Предоставлены ответы на все вопросы, причем на некоторые даны рекомендации по использованию цвета в интерьере помещений вуза.

Первый этап анкетирования показал необходимость работы подобного характера в студенческой среде.

Следующим этапом предполагается провести анкетирование более широкой аудитории студентов, при этом охватив все группы всех курсов студентов направления Дизайн. По результатам анкетирования предстоит выполнить серьезный анализ соответствия цветового решения интерьера помещений вуза восприятию студентов. Предложения по внедрению более гармоничных цветовых комбинаций интерьера предполагается рассмотреть на кафедре дизайна и выявить перспективы по внесению творческих разработок в этом направлении в образовательной среде вуза.

Только совместными усилиями мы сможем сделать уютной среду вуза, что позволит повысить мотивацию студентов к знаниям, создаст комфортные условия как для студентов, так и для преподавателей. И психология цвета играет не последнюю роль в создании благоустроенной атмосферы образования.

Литература

1. Абрамова Ж.А. Роль цвета в эффективном использовании человеческих ресурсов ресурсам области – эффективное использование. Сборник материалов XVIII Ежегодной научной конференции студентов Технологического университета // Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Научный консультант» (Москва) 2018. С.99-105.
2. Архипова А.А. Организация среды для отдыха молодежи. Материалы XI Международной научно-практической конференции «Научный потенциал мира» // г. София. 2015. С. 13-14.
3. Архипова А.А., Хомченко В.В. Средства дизайн-проектирования зданий комплексов для тематического отдыха молодежи / А.А. Архипова, В.В. Хомченко // Материалы XI Международной

- научно-практической конференции «Становление современной науки». г. Прага, 2015. С. 42 – 43
4. Архипова А.А. Цвет в дизайне образовательной среды Materiály XI mezinárodní vědecko-praktická konference. 27 březem – 05 dubna 2015 roku // Praha. 2015. С.53-55.
 5. Кирилина Т.Ю. Мониторинг качества учебного процесса в вузе // В сборнике: Перспективы, организационные формы и эффективность развития сотрудничества ВУЗов стран Таможенного союза и СНГ сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2013. С. 228-238.
 6. Кирилина Т.Ю. Экологическая культура и нравственные ценности студенческой молодежи (опыт социологического анализа) Вестник Московского государственного университета леса // Лесной вестник. 2011. № 2. С. 204-210.
 7. Кирилина Т. Ю., Лапшинова К.В., Татарова С.Ю. Цивилизационное развитие России в оценках современной студенческой молодежи // В мире научных открытий. № 7.9 (67) 2015. С. 1073-1079.
 8. Папанек В. Дизайн для реального мира / В. Папанек // М.: Изд. «Д. Аронов». 2008. 416 с.
 9. Психология цвета. Влияние цвета на психику ребенка <https://sad5narovlia.schools.by/pages/psihologija-tsveta-vlijanie-tsveta-na-psihiku-rebenka> (дата обращения 29.12.2018)

УДК 159.9

ИСТОРИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ И БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Ю.Н. Казаков, доктор медицинских наук, профессор,
профессор кафедры прикладной психологии
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

В статье анализируются исторические аспекты исследования массового сознания в зарубежной литературе, раскрываются этапы исследования проблем массового сознания в отечественной науке и безопасности студентов, участвующих в массовых мероприятиях возникающих в социальной среде.

Массовое сознание, литература, наука, безопасность, студенты, учащиеся, массовые мероприятия, социальная среда

HISTORICAL PROBLEMS OF RESEARCH OF MASS CONSCIOUSNESS AND HUMAN SAFETY

Y.N. Kazakov, doctor of medical sciences, professor, professor of
department of application-oriented psychology of State Educational Institution of
Higher Education of Moscow Region
«University of Technology»

The article analyzes the historical aspects of the study of mass consciousness in foreign literature, reveals the stages of the study of problems of mass consciousness in the domestic science and safety of students participating in mass events arising in the social environment.

Mass consciousness, literature, science, security, students, students, mass events, social environment

Историческая проблематика исследования развития массового сознания и безопасности личности находит отражение в зарубежной и отечественной науке. Впервые проблема исследования массового сознания возникла в конце XIX века в зарубежной науке. Первой попыткой описания проблемы массового сознания можно считать высказывания Ницше: «Когда сто человек стоят друг возле друга, каждый теряет свой рассудок и получает какой-то другой». Сама проблема массового сознания и безопасности человека была достаточно чётко обозначена в труде испанского философа Хосе Ортеги и Гассета «Восстание масс» (1930). Испанским философом был впервые употреблён такой термин, как «человек-масса». Ортега и Гассет неразрывно связывали свою теорию «человека – массы» с теорией культурного упадка, в которой испанский философ видел попытку оправдания всеобщего «омассовления» общества культурной и политической элитой.

Согласно теории Ортеги и Гассета человеку – массе, как психологическому типу присущи следующие элементы: ощущение лёгкости существования; самоудовлетворённость; бесцеремонность в поступках и суждениях. Ортега и Гассет указывали на то, что индивид, склонный стать человеком массы и влиться в толпу – это человек, выращенный в школе определенного типа, обладающий определенным складом мышления и живущий именно в авторизированном обществе массовой культуры. Это человек, который легко сбрасывает с себя чувство ответственности. В этом ему помогают и политики, применяющие «превращение в толпу» как технологию власти»[6.С.39]. Ученые отмечали, что господство массовой культуры разрушает систему ценностей человека, так что он теряет устойчивые ориентиры, что и определяет легкость манипуляции его сознанием. «Мало-помалу во все более широких слоях европейского общества распространяется странный феномен, который можно было бы назвать жизненной дезориентацией... Западный человек заболел ярко выраженной дезориентаци-

ей, не зная больше, по каким звездам жить»[6.С.47]. Они же, пожалуй, первым ввели в обиход понятие «средний класс». Типичного представителя среднего класса они называли «специалистом». Указывается, что «Специалист» служит как яркий, конкретный пример «нового человека» и позволяет разглядеть весь радикализм его новизны... Его нельзя назвать образованным, так как он полный невежда во всем, что не входит в его специальность. Он и не невежда, так как он всё-таки «человек науки» и знает в совершенстве свой крохотный уголок вселенной. Мы должны были бы назвать его «ученым невеждой», и это очень серьезно, это значит, что во всех вопросах, ему неизвестных, он поведет себя не как человек, незнакомый с делом, но с авторитетом и амбицией, присущими знатоку и специалисту... Достаточно взглянуть, как неумно ведут себя сегодня во всех жизненных вопросах – в политике, в искусстве, в религии – наши «люди науки», а за ними врачи, инженеры, экономисты, учителя... Как убого и нелепо они мыслят, судят, действуют. Непризнание авторитетов, отказ подчиняться кому бы то ни было – типичные черты человека массы – достигают апогея именно у этих довольно квалифицированных людей. Как раз эти люди символизируют и в значительной степени осуществляют современное господство масс, а их варварство – непосредственная причина деморализации Европы [3.С.53].

Ортега и Гассет отказывал человеку массы в способности критически оценивать своё будущее: «...избалованные массы настолько наивны, что считают всю нашу материальную и социальную организацию, предоставленную в их пользование наподобие воздуха, такой же естественной, как воздух, ведь она всегда на месте и почти так же совершенна, как природа» [3.С.55].

Немецкий и американский философ и социолог Герберт Маркузе считал, что капиталистическое общество в силу самой логики своего развития стремится к стандартизации личности, к сведению её жизненных интересов до примитивных «производить и потреблять». Маркузе ввёл понятие одномерности, означающее примирение людей с существующим положением вещей, которое происходит путём внедрения в сознание людей мысли о первичном значении материального достатка и благополучия. В той степени, в которой свобода от нужды как конкретная сущность всякой свободы становится реальной возможностью, права и свободы, связанные с государством, обладающим более низкой производительностью, утрачивают свое прежнее содержание. Независимость мысли, автономия и право на политическую оппозиционность лишаются своей фундаментальной критической функции в обществе, которое, как очевидно, становится все более способным удовлетворить потребности индивидов благодаря соответствующему способу их организации. Такое государство вправе требовать принятия своих принципов и институтов и стремиться свести оппозицию к обсуждению и развитию альтернативных направлений в политике в пределах status quo. В этом отношении, по видимому, вполне безразлично, обеспечивается ли возрастающее удовлетворение потребностей авторитарной или не авторитарной системой. В условиях повышающегося уровня жизни неподчинение системе кажется социально бессмысленным, и уж тем более в том случае, когда это сулит ощутимые экономические и политические невыгоды и грозит нарушением бесперебойной деятельности целого. Разумеется, по меньшей мере, в том, что касается первых жизненных потребностей, не видно причины, по которой производство и распределение товаров и услуг должно осуществляться через согласование индивидуальных свобод путем конкуренции [11].

Знаменитый французский психолог, социолог, антрополог и историк Гюстав Лебон рассматривал в своей книге «Психология народов и масс» такую кратковременную форму организации масс, как толпа. Толпой Лебон считал, что это бесструктурное скопление людей, лишенных ясно осознаваемой общности целей, но взаимно связанных сходством эмоционального состояния и общим объектом внимания [10]. Он предложил следующую классификацию толпы [10.С.79]:

Стихийная толпа. Формируется и проявляется, без какого-либо организующего начала со стороны конкретного физического лица.

Ведомая толпа. Формируется и проявляется под воздействием, влиянием с самого начала или впоследствии конкретного физического лица, являющегося в данной толпе ее лидером.

Организованная толпа. Эту разновидность вводит Г. Лебон, рассматривая в качестве толпы и собрание индивидов, вступивших на путь организации, и организованную толпу. Можно сказать, что он подчас не делает разницы между толпой организованной и неорганизованной. Хотя согласиться с таким подходом трудно. Если какая-то общность людей организована, следовательно, в ней имеются структуры управления и подчинения. Это уже не толпа, а формирование. Даже отделение солдат, пока в нем есть командир, уже не толпа.

Если за основу классификации толпы взять характер поведения в ней людей, то можно выделить несколько ее типов и подтипов.

Окказиональная толпа. Образуется на основе любопытства к неожиданно возникшему происшествию (дорожная авария, пожар, драка и т.п.).

Конвенциональная толпа. Образуется на основе интереса к какому-либо заранее объявленному массовому развлечению, зрелищу или по иному социально значимому конкретному поводу. Готова лишь временно следовать достаточно диффузным нормам поведения.

Экспрессивная толпа. Формируется – как и конвенциональная толпа. В ней совместно выражается общее отношение к какому-либо событию (радость, энтузиазм, возмущение, протест и т.п.).

Экстатическая толпа. Представляет собой крайнюю форму экспрессивной толпы. Характеризуется состоянием общего экстаза на основе взаимного ритмически нарастающего заражения (массовые религиозные ритуалы, карнавалы, рок-концерты и т.п.).

Действующая толпа. Формируется – как и конвенциональная; осуществляет действия относительно конкретного объекта. Действующая толпа включает в себя указанные ниже подвиды.

Агрессивная толпа. Объединена слепой ненавистью к конкретному объекту (какому-либо религиозному или политическому движению, структуре). Обычно сопровождается избиениями, погромами, поджогами и т.п.

Паническая толпа. Стихийно спасающаяся от реального или воображаемого источника опасности.

Стяжательная толпа. Вступает в неупорядоченный непосредственный конфликт за обладание какими-либо ценностями. Провоцируется властями, игнорирующими жизненные интересы граждан или покушающимися на них (взятие штурмом мест в отходящем транспорте, ажиотажный расхват продуктов в предприятиях торговли, разгром продовольственных складов, осаждение финансовых (например, банковских) учреждений, в небольших количествах проявляется в местах крупных катастроф со значительными человеческими жертвами и т.п.).

Повстанческая толпа. Формируется на основе общего справедливого возмущения действиями властей. Своевременное внесение в нее организующего начала способно возвысить стихийное массовое выступление до сознательного акта политической борьбы.

Г. Лебон различает виды толп по признаку гомогенности: разнородная; анонимная (уличная, например); персонифицированная (парламентское собрание); однородная; секты; касты; классы.

Вот что писал Лебон про характеристики индивида в толпе. «В толпе сознательная личность исчезает, причем чувства и идеи всех отдельных единиц, образующих целое, принимают одно и то же направление. Образуется коллективная душа, имеющая, конечно, временный характер, но и очень определенные черты... Индивид, пробыв несколько времени среди действующей толпы, под влиянием ли токов, исходящих от этой толпы, или каких-либо других причин – неизвестно, приходит скоро в такое состояние, которое очень напоминает состояние загипнотизированного субъекта». Толпа – качественно новая система, а не конгломерат. В ней «нет ни суммы, ни среднего входящих в ее состав элементов, но существует комбинация этих элементов и образование новых свойств» [10.С.95].

«Индивид в толпе приобретает сознание непреодолимой силы, и это сознание позволяет ему поддаваться таким инстинктам, которым он никогда не дает волю, когда бывает один. В толпе же он менее склонен обуздывать эти инстинкты, потому что толпа анонимна и не несет на себе ответственности. Чувство ответственности, сдерживающее всегда отдельных индивидов, совершенно исчезает в толпе» [10.С.101].

«Человек в толпе обладает удивительно высокой восприимчивостью к внушению. В толпе всякое чувство, всякое действие заразительно, и притом в такой степени, что индивид очень легко приносит в жертву свои личные интересы интересу коллективному. Подобное поведение, однако, противоречит человеческой природе, и потому человек способен на него лишь тогда, когда он составляет частицу толпы» [10.С.109].

«Толпе знакомы только простые и крайние чувства; всякое мнение, идею или верование, внушенные ей, толпа принимает или отвергает целиком и относится к ним или как к абсолютным истинам, или же как к столь же абсолютным заблуждениям. Так всегда бывает с верованиями, которые установились путем внушения, а не путем рассуждения... Каковы бы ни были чувства толпы, хорошие или дурные, характерными их чертами являются односторонность и преувеличение... Сила

чувств в толпе еще более увеличивается отсутствием ответственности, особенно в толпе разнокалиберной» [10.С.122].

«Толпа никогда не стремилась к правде; она отворачивается от очевидности, не нравящейся ей, и предпочитает поклоняться заблуждению, если только заблуждение это прельщает ее. Кто умеет вводить толпу в заблуждение, тот легко становится ее повелителем; кто же стремится образумить ее, тот всегда бывает ее жертвой» [10.С.135].

Главным признаком массового общества и массовой культуры является тот факт, что человек воспринимает себя и других как индивидов – неделимых атомов человечества. Господствующей идеологией в массовой культуре стал индивидуализм, который был укреплен социал-дарвинизмом и идеей конкуренции как борьбы за существование. Испанский историк Р. Граса пишет, что социал-дарвинизм вошел в культурный багаж западной цивилизации и получил широкую аудиторию в конце XIX – начале XX в. не только в следствие своей претензии биологически обосновать общественные науки, но прежде всего благодаря своей роли в обосновании экономического либерализма и примитивного промышленного капитализма. Самоутверждение индивидуума было восславлено и стало подсознательной частью культурного наследия Запада. Напротив, идея взаимопомощи была забыта и отвергнута.

Лебон выдвигает одно важное положение, которое, в наше время стало очень актуальным. Суть его в том, что для образования толпы не является необходимым физический контакт между ее частицами. Он пишет: «Тысячи индивидов, отделенных друг от друга, могут в известные моменты подпадать одновременно под влияние некоторых сильных эмоций или какого-нибудь великого национального события и приобретать, таким образом, все черты одухотворенной толпы... Целый народ под действием известных влияний иногда становится толпой, не представляя при этом собрания в собственном смысле этого слова» [10.С.139].

В истории гуманитарная культура передавалась из поколения в поколения. Важную роль играл университет и устроенная по его типу школа. Он давал целостное представление об универсуме – Вселенной, независимо от того, в каком объеме и на каком уровне давались эти знания. Скелетом такой культуры были дисциплины. Напротив, мозаичная культура воспринимается человеком непроизвольно, в виде кусочков, выхватываемых из потока сообщений. В своем изложении сущности мозаичной культуры специалист по средствам массовой информации. Французский учёный Авраам Моля в книге «Социодинамика культуры» объясняет, что в этой культуре знания складываются из разрозненных обрывков, связанных простыми, чисто случайными отношениями близости по времени усвоения, по созвучию или ассоциации идей. Эти обрывки не образуют структуры, но они обладают силой сцепления, которая не хуже старых логических связей придает «экрану знаний» определенную плотность, компактность, не меньшую, чем у «тканеобразного» экрана гуманитарного образования. По мнению Моля, возникновение мозаичной культуры тесно связано с прессой. В мозаичной культуре, знания формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации. «Они фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры, выделяют отдельные элементы из общей массы культурных явлений и придают им особый вес, повышают ценность одной идеи, обесценивают другую, поляризуют таким образом все поле культуры. То, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества» [12].

Американский учёный Г. Шиллер дает описание этой технологии: «Возьмем, например, принцип составления обычной телевизионной или радиопрограммы или компоновки первой страницы крупной ежедневной газеты. Общим для всех является полная разнородность подаваемого материала и абсолютное отрицание взаимосвязи освещаемых социальных явлений. Дискуссионные программы, преобладающие на радио и телевидении, представляют собой убедительные образцы фрагментации как формы подачи материала. Что бы ни было сказано, все полностью растворяется в последующих рекламных объявлениях, комических трюках, интимных сценах и сплетнях» [14.С.75]. Он объяснил эффективность этого приема тем, что «целостный характер социальной проблемы намеренно обходится стороной, а отрывочные сведения о ней предлагаются в качестве достоверной «информации», в результате чего у человека просматривающего такую передачу возникает непонимание, а чаще апатия и безразличие». Также отметил, что «подобно тому как реклама мешает сосредоточиться и лишает весомости прерываемую информацию, новая техника обработки информации позволяет заполнить эфир потоками никчемной информации, еще больше осложняющей для индивида и без

того безнадежные поиски смысла» [14.С.85]. Шиллер указывает, что дроблению целостных проблем на мозаику частных сообщений усиливается с помощью дробления времени, искусственного создания ощущения срочности и разрыва с прошлым, с исторической памятью: «Ложное чувство срочности, возникающее в силу упора на немедленность, создает ощущение необычайной важности предмета информации, которое так же быстро рассеивается. Соответственно ослабевает способность разграничивать информацию по степени важности. Быстро чередующиеся сообщения об авиационных катастрофах и забастовках, сильной жаре и т.д. мешают составлению оценок и суждений. При таком положении вещей умственный процесс сортирования, который в обычных условиях способствует осмыслению информации, не в состоянии выполнять эту функцию. Мозг превращается в решето, в которое ежечасно вываливается ворох иногда важных, но в основном пустых информационных сообщений... Полнейшая концентрация внимания на происходящих в данную минуту событиях разрушает необходимую связь с прошлым» [14.С. 43].

Изменение чувства времени и разрушение исторической памяти – важнейшее качество массовой культуры. Ее крайним выражением стало то, что французский философ Г. Дебор назвал «общество спектакля». Общество спектакля – это «вечное настоящее». Как пишет Г. Дебор: «оно достигается посредством нескончаемой череды сообщений, которая идет по кругу от одной банальности к другой, но представленных с такой страстью, будто речь идет о важнейшем событии»[4.С.3].

Важным свойством массовой культуры стало усиление стереотипного мышления. Человек массы – потребитель стереотипов: К массе духовно принадлежит тот, кто в каждом вопросе довольствуется готовой мыслью, уже сидящей в его голове [6], – писал Ортега и Гассет в книге «Восстание масс». Человек массы мыслит стереотипами и обладает таким самомнением, что диалог с ним и обращение к разуму очень затруднены.

Поэтому он манипулируем и склонен включаться в легковозбудимую толпу, о которой писал Лебон. Ницше заметил: «Легкое усвоение свободных мнений создает раздражение, подобное зуду; если отдаешься ему еще больше, то начинаешь терять зудящие места, пока, наконец, не возникает открытая болящая рана».

Французский философ С. Московичи уделяет созданию стереотипов много внимания. Важным способом для этого является повторение в СМИ упрощенных утверждений. Он указывает, что, повторение является вторым условием пропаганды. Оно придает утверждениям вес дополнительного убеждения и превращает их в навязчивые идеи. Слыша их вновь и вновь, в различных версиях и по самому разному поводу, в конце концов, начинаешь проникаться ими. Они в свою очередь незаметно повторяются, словно тики языка и мысли. В то же время повторение возводит обязательный барьер против всякого иного утверждения, всякого противоположного убеждения с помощью возврата без рассуждений тех же слов, образов и позиций.

Повторение придает им осязаемость и очевидность, которые заставляют принять их целиком, с первого до последнего, как если бы речь шла о логике, в терминах которой то, что должно быть доказано, уже случилось.

Будучи навязчивой идеей, повторение становится барьером против отличающихся или противоположных мнений. Таким образом, оно сводит к минимуму рассуждения и быстро превращает мысль в действие, на которое у массы уже сформировался условный рефлекс, как у собак Павлова. С помощью повторения мысль отделяется от своего автора. Она превращается в очевидность, не зависящую от времени, места, личности. Она не является более выражением человека, который говорит, но становится выражением предмета, о котором он говорит. Повторение имеет также функцию связи мыслей. Ассоциируя зачастую разрозненные утверждения и идеи, оно создает видимость логической цепочки.

Большое значение для господства мозаичной культуры сыграло это ослабление логического мышления и замена его «видимостью логической цепочки» произошло усиление мышления ассоциативного, опирающегося на образы. Моль высказал суждение, что при современном состоянии культуры логическая мысль принимает лишь фрагментарное участие в убеждении, выступая в виде коротеньких последовательностей, связующих соседние понятия в поле мышления.

Лебон писал о толпе: «Толпа мыслит образами, и вызванный в ее воображении образ в свою очередь вызывает другие, не имеющие никакой логической связи с первым... Толпа, способная мыслить только образами, восприимчива только к образам. Только образы могут увлечь ее или породить в ней ужас и сделаться двигателями ее поступков». В другом месте он вновь возвращается к связи

между словом и образом: «Могущество слов находится в тесной связи с вызываемыми ими образами и совершенно не зависит от их реального смысла. Очень часто слова, имеющие самый неопределенный смысл, оказывают самое большое влияние на толпу. Таковы, например, термины: демократия, социализм, равенство, свобода и т.д., до такой степени неопределенные, что даже в толстых томах не удается с точностью разъяснить их смысл» [10.С.88]. По его мнению, определяющими для толпы являются не логические аргументы, а эмоциональное воздействие на толпу. Следует отметить, что значительное влияние на человека массы оказывает тип власти, правящей в каждой конкретной стране.

Отечественный философ Николай Александрович Бердяев. Он утверждал, что для многих русских людей, привыкших к гнету и несправедливости, демократия представлялась чем-то определенным и простым, – она должна была принести великие блага, должна освободить личность. Во имя некоторой бесспорной правды демократии мы готовы были забыть, что религия демократии, как она была провозглашена Руссо и как была осуществлена Робеспьером, не только не освобождает личности и не утверждает ее неотъемлемых прав, но совершенно подавляет личность и не хочет знать ее автономного бытия. Государственный абсолютизм в демократиях так же возможен, как в самых крайних монархиях. Такова буржуазная демократия с ее формальным абсолютизмом принципа народовластия... Инстинкты и навыки абсолютизма перешли в демократию, они господствуют во всех самых демократических революциях [1].

Радиопрограммы и реклама заменили запугивание и насилие. Таким образом, внушение (манипуляция) становится главным средством власти. Обращение с людьми как с вещами есть один из признаков манипуляции. Речь идет не просто о политике, а о фундаментальном качестве современного общества Запада. Это видно из того, что к близким выводам совсем иным путем пришли и другие крупные мыслители. Американский философ Дж. Уэйт, исследователь Хайдеггера, объясняет: «К 1936 г. Хайдеггер пришел – отчасти ввиду его политического опыта в условиях нацистской Германии, отчасти как результат чтения работ Ницше, где, как мы легко могли убедиться, выражены фактически те же мысли, – к идее, которую Антонио Грамши (почти в это же время, но исходя из иного опыта и рода чтения) называл проблемой «гегемонии»: а именно, как править неявно, с помощью «подвижного равновесия» временных блоков различных доминирующих социальных групп, используя «ненасильственное принуждение» (включая так называемую массовую или народную культуру), так, чтобы манипулировать подчиненными группами против их воли, но с их согласия, в интересах крошечной части общества».

Важную роль в создании мозаичной культуры, атомизации людей и перехода к новому типу власти сыграло разрушение авторитетов, которые создавали дисциплину культуры. Это сильнее всех выразил Ницше: «Величайшее из новых событий – что «Бог умер» и что вера в христианского Бога стала чем-то не заслуживающим доверия – начинает уже бросать на Европу свои первые тени». Ницше сказал человеку массы: «Бог умер! Вы его убийцы, но дело в том, что вы даже не отдаете себе в этом отчета». Он еще верил, что западная культура найдет выход, породив сверхчеловека. Но Хайдеггер пришёл к гораздо более тяжелому выводу: «сверхчеловек» Ницше – это средний западный гражданин, который голосует за тех, за кого «следует голосовать».

Разрушение авторитетов выродилось в нигилизм-отрицание ценностей («Запад – цивилизация, знающая цену всего и не знающая ценности ничего»). Философом нигилизма был Ницше, в XX веке его мысль продолжил Хайдеггер. Сам Хайдеггер прямо указывает на связь между нигилизмом и присущей западной цивилизации идеологии. Он пишет: «Для Ницше нигилизм отнюдь не только явление упадка, – нигилизм как фундаментальный процесс западной истории вместе с тем и прежде всего, есть закономерность этой истории. Поэтому и в размышлениях о нигилизме Ницше важно не столько описание того, как исторически протекает процесс обесценения высших ценностей, что дало бы затем возможность исчислять закат Европы, – нет, Ницше мыслит нигилизм как «внутреннюю логику» исторического совершенства Запада» [2].

Разрушение авторитетов было частью более глубокого изменения – общей аморализации массового общества. Частью этого процесса была, например, сексуальная революция и устранение множества моральных запретов. Пресса породила целое сословие «прогрессивных» интеллектуалов, которые создали рынок аморальности. Они оправдывали ее свободой информации и стремлением разрушить оковы угнетения нравственностью. Ф. Ницше писал: «Ничто не вызывает большего отвращения к так называемым интеллигентам, исповедующим «современные идеи», как отсутствие у них стыда, спокойная наглость взора и рук, с которой они все трогают, лизжут и ощупывают; и возможно,

что в народе, среди низших слоев, именно у крестьян, нынче сравнительно гораздо больше благородства, вкуса и такта, чем у читающего газеты умственного полусвета, у образованных людей» [13].

Специфику исследования массового сознания представляют ученые в отечественной науке.

Впервые массовое сознание в нашей стране стало рассматриваться в 60-х гг. XX века. Изучение данной проблемы во многом осложнялось тем, что в нашей стране социологические науки зачастую рассматривались как «буржуазные» и ненужные советскому обществу.

А.К. Уледов рассматривал массовое сознание, как совокупность духовных образований, разделяемых целыми классами, группами общества. Следует отметить, что во времена Уледова понятие «массовое сознание» не было ещё сформировано. Он писал: «Понятие «сознание массовое» в литературе ещё не получило должного обоснования, и его употребление медленно входит в научный обиход. Больше того, понятие «массовое сознание» встречает критическое отношение, поскольку имеет место произвольное толкование этих понятий. «Массовое сознание» иногда противопоставляется «элитарному сознанию» и толкуется как сознание, определяется не столько общественным бытием, сколько деятельностью средств массовой информации. Однако неправильное толкование того или иного понятия, вкладывание в него иного содержания, чем за ним закрепилось в науке, ещё не означает, что мы должны отказаться от такого понятия. Дело, видимо, не в понятии, а в том, существует ли предмет отражения и насколько адекватно выражает его данное понятие. Если предмет существует, то и понятие его всегда может быть уточнено».

Ученый в своей работе «Духовная жизнь общества» показал критическое отношение, к теории массового сознания, как надклассового явления, предложенной Б.А. Грушиным. «Приведённая характеристика массового сознания не может не настораживать. В действительности массовое сознание отнюдь не «эксгрупповое» не сознание, которое разрушает «границы» классов и социальных групп. Напротив, идеи, взгляды, представления, составляющие содержание массового сознания, детерминированы социальными условиями жизни и носят классовый характер. Только придерживаясь классового подхода, можно раскрыть содержание массового сознания.

Борис Андреевич Грушин, в свою очередь, определял массовое сознание как суммарное выражения уровня или состояния общественного сознания той или иной эпохи в целом, пропущенного через призмы с самыми различными углами преломления. Он отмечал, что «омассовлению» общества во многом способствует расширение размеров общностей индивидов. «Главное же основание рассматриваемого явления – это, безусловно, возникновение и функционирование в современных обществах огромного числа новых образований – как разного рода формальных и неформальных групп, так или иначе, с той или иной степенью интенсивности и плотности связей, то ли по собственному желанию, то ли вопреки ему приходится действовать множествам людей» [3.С.5], писал он. По его мнению, за последнее время в разы возросло количество различных социальных групп, в которых состоит человек. Наряду с классами, нациями и профессиями теперь добавились такие группы, как аудитория определённой телепередачи, посетители какого-либо ресторана, и т.д.

Грушин выделял следующие свойства масс. Статистический характер общности, находящийся выражение в том, что данная общность совпадает с множеством дискретных «единиц», не представляя собой какого-либо самостоятельного, целостного образования, отличного от составляющих его элементов. Стохастическая (вероятностная) природа общности, находящая выражение в том, что «вхождение» индивидов в данную общность носит неупорядоченный, «случайный» характер, осуществляется по формуле «может быть, а может и не быть», в результате чего такая общность всегда отличается открытыми «размытыми» границами, неопределённым количественным и качественным составом. Ситуативный характер существования общности, находящийся выражение в том, что она образуется и функционирует исключительно на базе и в границах той или иной конкретной деятельности, невозможна вне её, в результате чего всегда оказывается неустойчивым образованием, меняющимся от случая к случаю, от одной конкретной ситуации к другой. Выраженная гетерогенность (разнородность) состава общности, её откровенно внегрупповая (или межгрупповая) природа, находящая выражение в том, что в данной общности «разрушаются» границы между всеми существующими в обществе социальными, демографическими, политическими, региональными и т.п. группами.

Однако Г.Г. Дилигенский относил к сфере массового сознания ценности и морально-этические нормы, систему материальных и духовных ценностей, традиции, стремления и ожидания людей, политические взгляды и общественные идеалы. Он выделял следующие типы массового политического сознания в буржуазном обществе: консервативно-националистический; революционный;

иерархический; реформистский; технократический. Автор уверен, что носителем массового сознания может выступать как массовая общность, так и абстрактный, усреднённый индивид. Массовое сознание соответствует общественному мнению и определяет уровень функционирования сознания общества. Границы и значение его изменяются в зависимости от места, времени, среды и культуры. Массовое сознание различных стран может сильно отличаться друг от друга.

Сознание массового человека обладает рядом характерных черт (по Дилигенскому[5]). Усреднённостью и способностью уподоблять себя другим индивидам. Консерватизмом и инертностью мышления, тяготением к традициям и даже нетерпимостью к тому, что выпадает из рамок традиционного представления о чём-либо с одной стороны. Пренебрежение традициями и способность мгновенно впитывать новые идеи, что зачастую приводит к отрыву от действительности. Убеждённость в правоте своих действий, настроений и взглядов, поступков; упрощённое восприятие социальной действительности; эмоциональность восприятия; противоречивость содержания.

В итоге анализа научных результатов исследования зарубежного и отечественного опыта описания массового сознания в отечественной юриспруденции сформированы, на современном этапе общественных отношений в реформируемом обществе, правила проведения публичных мероприятий, которые регулируются:

1. Федеральным Законом (ФЗ) «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях № 54-ФЗ от 19 июня 2004 года».

2. Соответствующими законами субъектов РФ, организаторами публичного мероприятия (организатором) могут быть один или несколько граждан Российской Федерации (демонстраций, шествий и пикетирований – гражданин РФ, достигший возраста 18 лет, митингов – 16 лет), политические партии, другие общественные и религиозные объединения, их региональные отделения и иные структурные подразделения, взявшие на себя обязательство по подготовке и проведению публичного мероприятия.

Не могут быть организатором публичного мероприятия:

1) лица, признанные судом недееспособными либо ограниченно дееспособными, а также лица, содержащиеся в местах лишения свободы по приговору суда;

2) политические партии, общественные и некоммерческие организации, религиозные объединения, деятельность которых приостановлена или запрещена либо которые ликвидированы в установленном законом порядке.

Место и время проведения публичного мероприятия

Публичное мероприятие в соответствии ст. 8 ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» может проводиться в любых пригодных для его целей местах в случае, если его проведение не создает угрозы обрушения зданий и сооружений или иной угрозы безопасности участников данной акции. Условия запрета или ограничения проведения публичного мероприятия в отдельных местах могут быть конкретизированы федеральными законами.

Действующий закон устанавливает места, в которых проведение публичного мероприятия запрещается:

1) территории, непосредственно прилегающие к опасным производственным объектам (список таких объектов должен быть специально установлен) и к иным объектам, эксплуатация которых требует соблюдения специальных правил техники безопасности;

2) путепроводы, железнодорожные магистрали и полосы отвода железных дорог, нефте-, газо- и продуктопроводов, высоковольтных линий электропередачи;

3) территории, непосредственно прилегающие к резиденциям Президента РФ (на территории Московского кремля резиденция президента размещается в нескольких зданиях, морская резиденция президента – это Константиновский дворец в Стрельне, есть резиденции президента в субъектах РФ, например, «Шуйская тропа» в Карелии и т.д.), к зданиям, занимаемым судами, к территориям и зданиям учреждений, исполняющих наказание в виде лишения свободы (исправительные колонии, колонии-поселения, тюрьмы. Здания, в которых расположены следственные изоляторы, к этому списку не относятся!);

4) пограничная зона, если отсутствует специальное разрешение уполномоченных на то пограничных органов.

Публичное мероприятие не может начинаться ранее 7 часов и заканчиваться позднее 23 часов текущего дня по местному времени.

Постановления органов местного самоуправления могут дополнительно регламентировать порядок проведения собраний, митингов, уличных шествий и демонстраций с учетом местных условий и в соответствии с требованиями действующего федерального законодательства.

Органы государственной власти или органы местного самоуправления, которым адресуются вопросы, явившиеся причинами проведения публичного мероприятия, в соответствии со ст. 18 ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» обязаны рассмотреть данные вопросы по существу, принять по ним необходимые решения в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, и сообщить о принятых решениях организатору.

Поддержание общественного порядка, регулирование дорожного движения, санитарное и медицинское обслуживание в целях обеспечения проведения публичного мероприятия осуществляются на безвозмездной основе.

К организации публичного мероприятия относятся:

- 1) оповещение возможных участников публичного мероприятия и подача уведомления о проведении публичного мероприятия в соответствующий орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации или орган местного самоуправления;
- 2) проведение предварительной агитации;
- 3) изготовление и распространение средств наглядной агитации;
- 4) другие действия, не противоречащие законодательству Российской Федерации, совершаемые в целях подготовки и проведения публичного мероприятия.

1. Уведомительные процедуры

Организатор публичного мероприятия обязан подать уведомление о проведении публичного мероприятия.

Уведомление о проведении публичного мероприятия (Уведомление) – документ, посредством которого органу исполнительной власти субъекта Российской Федерации (Областная администрация) или органу местного самоуправления (Администрация города и др.) сообщается информация о проведении публичного мероприятия в целях обеспечения при его проведении безопасности и правопорядка.

В Уведомлении указываются: цель публичного мероприятия; форма публичного мероприятия; место (места) проведения публичного мероприятия, маршруты движения участников; дата и время начала и окончания публичного мероприятия; предполагаемое количество участников публичного мероприятия; формы и методы обеспечения организатором публичного мероприятия общественного порядка, организации медицинской помощи, намерение использовать звукоусиливающие технические средства при проведении публичного мероприятия; фамилия, имя, отчество либо наименование организатора публичного мероприятия, сведения о его месте жительства или пребывания либо о месте нахождения и номер телефона; фамилии, имена и отчества лиц, уполномоченных организатором публичного мероприятия выполнять распорядительные функции по организации и проведению публичного мероприятия; дата подачи уведомления о проведении публичного мероприятия. Уведомление подписывается организатором публичного мероприятия и лицами, уполномоченными организатором публичного мероприятия выполнять распорядительные функции по его организации и проведению.

Орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации или орган местного самоуправления после получения уведомления о проведении публичного мероприятия обязан:

- 1) документально подтвердить получение Уведомления, указав при этом дату и время его получения. Документальным подтверждением может служить: уведомление о вручении почтового отправления, отметка органа, принявшего уведомление, на копии уведомления (желательно с живыми подписями), особый документ, если таковой будет установлен региональным законодательством, дополнительно регламентирующим порядок организации и проведения публичного мероприятия;
- 2) информировать о вопросах, явившихся причинами проведения публичного мероприятия, органы государственной власти и органы местного самоуправления, которым данные вопросы адресуются;
- 3) довести до сведения организатора публичного мероприятия информацию об установленной норме предельной заполняемости территории в месте проведения публичного мероприятия;

4) обеспечить в пределах своей компетенции совместно с организатором публичного мероприятия и уполномоченным представителем органа внутренних дел общественный порядок и безопасность граждан, а также оказание им при необходимости неотложной медицинской помощи;

5) в зависимости от формы публичного мероприятия и количества его участников назначить своего уполномоченного представителя в целях оказания организатору публичного мероприятия содействия в его проведении.

Внимание! Назначение уполномоченного представителя оформляется письменным распоряжением, которое заблаговременно (точные сроки устанавливаются региональным законодательством о порядке организации и проведения публичных мероприятий) отправляется организатору;

б) при получении сведений о проведении публичного мероприятия на трассах проезда и в местах постоянного или временного пребывания объектов государственной охраны, определенных Федеральным законом от 27 мая 1996 года № 57-ФЗ «О государственной охране», своевременно информировать об этом соответствующие федеральные органы государственной охраны.

Организатор публичного мероприятия не вправе проводить его, если Уведомление не было подано в срок, либо если с органом исполнительной власти субъекта РФ или органом местного самоуправления не были согласованы изменения.

Законодательством РФ не только закреплено право граждан на проведение мирных массовых акций, но и установлена ответственность лиц, препятствующих проведению собраний, митингов, демонстраций, шествий и пикетирований.

Статья 5.38, КоАП РФ предусматривает ответственность за «препятствование организации или проведению собрания, митинга, демонстрации, шествия или пикетирования, проводимых в соответствии с законодательством Российской Федерации, либо участию в них» в виде штрафа от одного до трех МРОТ.

Статья 149, УК РФ Незаконное воспрепятствование проведению массовой акции или участию в ней, если эти деяния совершены должностным лицом с использованием своего служебного положения либо с применением насилия или с угрозой его применения предусматривает наказание в виде штрафа в размере от пятисот до семисот МРОТ, либо лишением свободы на срок до трех лет с лишением права занимать определенные должности на срок до трех лет.

Важно отметить, что сформирован как международный так и отечественный регламент юридического права на проведение публичных мероприятий. Право на свободу мирных собраний закреплено в различных документах, как международных, ратифицированных РФ, так и российских. Основные из них:

1. Всеобщая декларация прав человека.

«Каждый человек имеет право на свободу мирных собраний и ассоциаций», статья 20.

2. Международный пакт о гражданских и политических правах «Признается право на мирные собрания. Пользование этим правом не подлежит никаким ограничениям, кроме тех, которые налагаются в соответствии с законом и которые необходимы в демократическом обществе в интересах государственной или общественной безопасности, общественного порядка, охраны здоровья и нравственности населения или защиты прав и свобод других лиц», статья 21.

3. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (Европейская конвенция прав человека).

«Каждый имеет право на свободу мирных собраний и на свободу объединения с другими, включая право создавать профессиональные союзы и вступать в таковые для защиты своих интересов», статья 11.

4. Конституция РФ.

«Граждане Российской Федерации имеют право собираться мирно, без оружия, проводить собрания, митинги и демонстрации, шествия и пикетирования», статья 31

5. Декларация прав и свобод человека и гражданина (РСФСР, 1991 г.).

«Граждане РСФСР вправе собираться мирно и без оружия, проводить митинги, уличные шествия, демонстрации и пикетирование при условии предварительного уведомления властей», статья 19.

6. Федеральный Закон «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях № 54-ФЗ от 19 июня 2004 года». Направлен на обеспечение реализации установленного Конституци-

ей Российской Федерации права граждан Российской Федерации собираться мирно, без оружия, проводить собрания, митинги, демонстрации, шествия и пикетирования.

Указанные документы имеют высшую юридическую силу. Указы, постановления и инструкции не могут им противоречить. В случае если противоречие все же имеет место, суд или иной государственный орган обязан применить вышестоящий документ и проигнорировать нижестоящий.

Реализовать свое право на свободу собраний граждане могут посредством организации публичного мероприятия или участия в нем.

Публичное мероприятие – это открытая, мирная, проводимая в форме собрания, митинга, демонстрации, шествия или пикетирования либо в различных сочетаниях этих форм акция, осуществляемая по инициативе граждан Российской Федерации, политических партий, других общественных и религиозных объединений. Целью публичного мероприятия является свободное выражение и формирование мнений, а также выдвижение требований по различным вопросам политической, экономической, социальной и культурной жизни страны и вопросам внешней политики.

Термины «митинг», «демонстрация», «шествие», «пикетирование» в соответствии с Федеральным Законом «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях N 54-ФЗ от 19 июня 2004 года» означают:

1) *митинг* – массовое присутствие граждан в определенном месте для публичного выражения общественного мнения по поводу актуальных проблем преимущественно общественно-политического характера;

2) *демонстрация* – организованное публичное выражение общественных настроений группой граждан с использованием во время передвижения плакатов, транспарантов и иных средств наглядной агитации;

3) *шествие* – массовое прохождение граждан по заранее определенному маршруту в целях привлечения внимания к каким-либо проблемам;

4) *пикетирование* – форма публичного выражения мнений, осуществляемого без передвижения и использования звукоусиливающих технических средств путем размещения у пикетируемого объекта одного или более граждан, использующих плакаты, транспаранты и иные средства наглядной агитации.

В данном законе подробно рассматриваются моменты, связанные со спецификой организации и проведения именно этих форм публичного мероприятия.

В законе «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» особо оговаривается такая форма публичного мероприятия, как собрание.

Собрание – совместное присутствие граждан в специально отведенном или приспособленном для этого месте для коллективного обсуждения каких-либо общественно значимых вопросов.

Организатором собрания в соответствии с законодательством может быть человек, достигший 16 лет. Для проведения собрания не требуется предварительно уведомлять власти.

Регламент проведения публичного мероприятия. Во время проведения массовых акций необходимо соблюдать общественный порядок, а также права и свободы других лиц.

Права и обязанности организаторов и участников.

Во время проведения публичного мероприятия его участники имеют право обсуждать и принимать решения в соответствии с целями акции; использовать при проведении публичного мероприятия различную символику и иные средства выражения коллективного или индивидуального мнения, а также средства агитации, не запрещенные законодательством РФ; принимать и направлять резолюции, требования и другие виды обращений в органы государственной власти и органы местного самоуправления, общественные и религиозные объединения, международные и иные органы и организации.

Во время проведения публичного мероприятия его организатор, непременно имеющий на себе отличительный знак, обязан:

1) обеспечивать соблюдение условий проведения публичного мероприятия, указанных в уведомлении о проведении публичного мероприятия или измененных в результате согласования с органом исполнительной власти субъекта РФ или органом местного самоуправления;

2) требовать от участников публичного мероприятия соблюдения общественного порядка и регламента проведения публичного мероприятия. Лица, не подчинившиеся законным требованиям орга-

низатора публичного мероприятия, могут быть удалены с места проведения данного публичного мероприятия;

3) обеспечивать в пределах своей компетенции общественный порядок и безопасность граждан при проведении публичного мероприятия, а в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, выполнять эту обязанность совместно с уполномоченным представителем органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или органа местного самоуправления и уполномоченным представителем органа внутренних дел, выполняя при этом все их законные требования;

4) приостанавливать публичное мероприятие или прекращать его в случае совершения его участниками противоправных действий;

5) обеспечивать соблюдение установленной органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации или органом местного самоуправления нормы предельной заполняемости территории (помещения) в месте проведения публичного мероприятия;

6) обеспечивать сохранность зеленых насаждений, помещений, зданий, строений, сооружений, оборудования, мебели, инвентаря и другого имущества в месте проведения публичного мероприятия;

7) довести до сведения участников публичного мероприятия законное требование уполномоченного представителя органа исполнительной власти субъекта РФ или органа местного самоуправления о приостановлении или прекращении публичного мероприятия.

Участники публичного мероприятия обязаны выполнять все законные требования организатора акции, уполномоченных им лиц, уполномоченного представителя органа исполнительной власти субъекта РФ или органа местного самоуправления и сотрудников органов внутренних дел; соблюдать общественный порядок и регламент проведения публичного мероприятия.

Кроме того, всем участникам и особенно организаторам массовых акций необходимо иметь при себе паспорт (гражданина РФ, загранпаспорт, иностранный паспорт с регистрацией для граждан других государств и т.д.) Это позволит сократить процедуру выяснения личности в случае возникновения ситуаций, требующих общения с представителями правоохранительных органов. Для выяснения личности гражданина могут задержать на срок до 48 часов (согласно статье 27.3 КоАП).

В законодательстве РФ предусмотрена ответственность за:

1) Нарушение установленного порядка проведения массовых акций и за организацию несанкционированных митингов, пикетов, демонстраций и шествий (КоАП РФ, ст. 20.2) Организаторам это грозит штрафом от десяти до двадцати МРОТ, а участникам – от пяти до десяти МРОТ.

Кроме того, в соответствии с этой статьей «организация либо проведение несанкционированного собрания, митинга, демонстрации, шествия или пикетирования в непосредственной близости от территории ядерной установки, радиационного источника или пункта хранения радиоактивных веществ, а равно активное участие в таких акциях, если это осложнило выполнение персоналом указанных объектов служебных обязанностей или создало угрозу безопасности населения и окружающей среды» может грозить административным штрафом от десяти до двадцати МРОТ или административным арестом на срок до пятнадцати суток»;

2) Нецензурную брань в общественных местах, оскорбительное приставание к гражданам или за другие действия, демонстративно нарушающие общественный порядок и спокойствие граждан (КоАП РФ, ст. 20.1. Мелкое хулиганство). За это возможен штраф от пяти до пятнадцати МРОТ или арест на срок до пятнадцати суток;

3) Распитие алкогольной и спиртосодержащей продукции (КоАП РФ, ст. 20.20) влечет наложение административного штрафа в размере от трех до пяти МРОТ, а потребление наркотиков на улицах – от десяти до пятнадцати МРОТ.

При этом появление в общественных местах в состоянии опьянения (КоАП РФ, ст. 20.21) грозит штрафом в размере от одного до пяти МРОТ или административным арестом до пятнадцати суток.

4) Блокирование транспортных коммуникаций. Это серьезное правонарушение, которое может повлечь как административную ответственность (КоАП РФ, ст. 20.18) в виде штрафа в размере от двадцати до двадцати пяти МРОТ или ареста на срок до пятнадцати суток, так и уголовную ответственность (до нескольких лет лишения свободы) в случае, если блокирование дороги повлекло причинение вреда здоровью или смерть людей;

5) Незаконные действия по отношению к государственным символам Российской Федерации (гимну, гербу и флагу РФ) (КоАП РФ, статья 17.10), есть также статья Уголовного Кодекса, определяющая наказание для тех, кто совершает незаконные действия в отношении герба и флага;

6) Публичные призывы к насильственному изменению конституционного строя Российской Федерации (УК РФ, статья 280);

7) Массовые беспорядки (УК РФ, статья 212).

Закончить мероприятие желательно в указанное время. Если транспаранты не будут свернуты после наступления официального времени завершения, дальнейшее пребывание на том же месте может быть расценено как «несанкционированное» публичное мероприятие. В таком случае возможно задержание участников за нарушение порядка проведения массового мероприятия.

1. Уполномоченный представитель органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или органа местного самоуправления в соответствии со ст. 13 ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» имеет право:

а) требовать от организатора публичного мероприятия соблюдения порядка его организации и проведения;

б) принимать решение о приостановлении или прекращении публичного мероприятия в порядке и по основаниям ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях».

2. Уполномоченный представитель органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или органа местного самоуправления обязан:

1) присутствовать на публичном мероприятии;

2) оказывать организатору публичного мероприятия содействие в его проведении;

3) обеспечивать совместно с организатором публичного мероприятия и уполномоченным представителем органа внутренних дел общественный порядок и безопасность граждан, а также соблюдение законности при его проведении.

По предложению органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или органа местного самоуправления начальник органа внутренних дел, в обслуживании которого находится территория, на которой планируется проведение публичного мероприятия, обязан назначить уполномоченного представителя органа внутренних дел в целях оказания организатору содействия в обеспечении общественного порядка и безопасности граждан (ст. 14 ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях»). Назначение указанного представителя оформляется распоряжением начальника органа внутренних дел.

3. Уполномоченный представитель органа внутренних дел имеет право:

1) требовать от организатора публичного мероприятия объявления о прекращении допуска граждан на публичное мероприятие и самостоятельно прекратить допуск граждан на него в случае нарушения предельной нормы заполняемости территории (помещения);

2) требовать от организатора и участников публичного мероприятия соблюдения порядка его организации и проведения;

3) по просьбе организатора публичного мероприятия удалять с места его проведения граждан, не выполняющих законных требований организатора публичного мероприятия.

4. Уполномоченный представитель органа внутренних дел обязан:

1) оказывать содействие в проведении публичного мероприятия в пределах своей компетенции;

2) обеспечивать совместно с организатором публичного мероприятия и уполномоченным представителем органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или органа местного самоуправления общественный порядок и безопасность граждан, а также соблюдение законности при его проведении.

Приостановление и прекращение публичного мероприятия

В соответствии со ст. 18 ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» организатор публичного мероприятия, должностные лица и другие граждане не вправе препятствовать участникам публичного мероприятия в выражении своих мнений способом, не нарушающим общественного порядка и регламента проведения публичного мероприятия.

Если во время проведения публичного мероприятия по вине его участников произошло нарушение правопорядка, не влекущее угрозы для жизни и здоровья людей, уполномоченный представитель органа исполнительной власти субъекта РФ или органа местного самоуправления в соответствии со ст. 15 ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» вправе потребо-

вать от организатора публичного мероприятия самостоятельно или совместно с уполномоченным представителем органа внутренних дел устранить данное нарушение.

Если нарушение не было устранено, то публичное мероприятие прекращается в порядке, предусмотренном ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях».

Основаниями прекращения публичного мероприятия в соответствии со ст. 16 ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» являются:

1) *создание реальной угрозы для жизни и здоровья* граждан, а также для имущества физических и юридических лиц;

2) *совершение участниками публичного мероприятия противоправных действий* и умышленное нарушение организатором публичного мероприятия требований ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях», касающихся порядка проведения публичного мероприятия.

Порядок прекращения публичного мероприятия регламентируется ст. 17 ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях». В случае принятия решения о прекращении публичного мероприятия уполномоченный представитель органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или органа местного самоуправления:

1) дает указание организатору публичного мероприятия прекратить публичное мероприятие, обосновав причину его прекращения, и в течение 24 часов оформляет данное указание письменно с вручением организатору.

Этого не происходит в случае возникновения массовых беспорядков, погромов, поджогов и в других случаях, требующих экстренных действий. В таких ситуациях прекращение публичного мероприятия осуществляется в соответствии с законодательством РФ;

2) устанавливает время для выполнения указания о прекращении публичного мероприятия;

3) в случае невыполнения организатором публичного мероприятия указания о его прекращении обращается непосредственно к участникам публичного мероприятия и устанавливает дополнительное время для выполнения указания.

В случае невыполнения указания о прекращении публичного мероприятия сотрудники милиции принимают необходимые меры по его остановке, действуя при этом в соответствии с законодательством РФ.

Неисполнение законных требований сотрудников милиции или неповиновение (сопротивление) им отдельных участников публичного мероприятия влечет за собой ответственность, предусмотренную законодательством РФ (ст. 19.3 КоАП).

В итоге, необходимо понимать, что особое значение правил организации массовых мероприятий имеет то обстоятельство, что в них принимает участие основная масса школьников и студенчества. Поэтому важно знать правила безопасности поведения и действий при их задержании представителями правоохранительных органов.

Уполномоченный представитель органа внутренних дел, а также сотрудники правоохранительных органов (полиция) обязательно присутствуют на «санкционированных» публичных мероприятиях. Их основная задача в соответствии с «Уставом патрульно-постовой службы» (гл. 8: «Охрана общественного порядка и обеспечение общественной безопасности при проведении массовых мероприятий и чрезвычайных ситуациях») следить за соблюдением общественного порядка и обеспечивать безопасность собравшихся.

Если публичное мероприятие происходит «не санкционированно» (т.е. Уведомление не было подано или организаторы не отреагировали на мотивированное предложение органа исполнительной власти субъекта РФ или органа местного самоуправления по изменению условий акции, или если указанное в Уведомлении время проведения мероприятия закончилось, а также в др. случаях), то сотрудники полиции имеют право потребовать прекращения акции и даже задержать ее участников.

Практика показывает, что возможны такие ситуации, когда представители органов полиции незаконно прекращают «санкционированные» публичные мероприятия.

1. В любом случае прямого сопротивления сотрудникам полиции лучше не оказывать. За ниже перечисленные действия в отношении сотрудников полиции могут быть применены следующие санкции: неповиновение законному распоряжению сотрудника милиции (КоАП РФ, статья 19.3). Оскорбление представителя власти (УК РФ, статья 319) – публичное оскорбление представителя власти при исполнении им своих должностных обязанностей или в связи с их исполнением – наказывается штрафом в размере до сорока тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осуж-

денного за период до трех месяцев, либо обязательными работами на срок от ста двадцати до ста восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок от шести месяцев до одного года. Применение насилия в отношении представителя власти (УК РФ, статья 318): 1. Применение насилия, не опасного для жизни или здоровья, либо угроза применения насилия в отношении представителя власти или его близких в связи с исполнением им своих должностных обязанностей – наказывается штрафом в размере до двухсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо арестом на срок от трех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до пяти лет. 2. Применение насилия, опасного для жизни или здоровья, в отношении лиц, указанных в части первой настоящей статьи, - наказывается лишением свободы на срок от пяти до десяти лет.

Литература:

1. Бердяев Н.А. Судьба России // М.: 1990.
2. Вопросы философии. От редколлегии // М.:1990. №7.
3. Грушин Б.А. Массовое сознание. Опыт определения и исследования // М.: Политиздат. 1987.
4. Дебор Г. Общество спектакля // М.: Логос. 1999.
5. Дилигенский Г.Г. В поисках смысла и цели // М.: 1986.
6. Ортега Х. и Гассет. Восстание масс // М.: АСТ. 2008.
7. Казаков Ю.Н. Психология безопасности: формирование здоровой личности // М. 2008.
8. Казаков Ю.Н., Горячев А.В. Содержание проблем поведения молодежи в местах массового скопления // М.:РАСН. 2011. 96 с.
9. Казаков Ю.Н., Колбаев С.А. Экспериментальное исследование феномена телесности в группе спортсменов самбо // Психология и психотехники. №4 (79). 2015. С.392-401.
10. Лебон Г. Психология народов и масс // СПб.: Макет. 1995. С.34.
11. Маркузе Г. Одномерный человек // М.: Refl-book. 1994.
12. Моль А. Социодинамика культуры // М.: Прогресс. 1973.
13. Ницше Ф. По ту сторону добра и зла // М.: 2001.
14. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием // М.: Мысль. 1980.

УДК 159.9.07

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ СПЛОЧЕННОСТИ КОЛЛЕКТИВНОГО СУБЪЕКТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ю.Н. Казаков, профессор кафедры прикладной психологии
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия
Е.М. Починин, аспирант 1 года обучения, кафедры прикладной психологии
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

В статье рассматриваются результаты анализа коллективной сплоченности и эффективности психологических факторов деятельности коллективного субъекта, его эффективность работы как в отдельной группе и межгрупповых взаимоотношениях. Обсуждаются результаты экспериментального исследования влияния сплоченности и уровня эмпатийности всех членов группы на эффективность коллективной деятельности.

Сплоченность, эмпатии, коллектив, группа, субъект, личность, деятельность, факторы.

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF COLLECTION OF COLLECTIVE SUBJECT ACTIVITY

Y.N. Kazakov, doctor of medical sciences, professor, professor of
department of application-oriented psychology of
State Educational Institution of
Higher Education of Moscow Region
«University of Technology»
E.M. Pochinin, 1st year graduate student, Department of Applied Psychology
State Educational Institution of
Higher Education of Moscow Region
«University of Technology»

The article discusses the results of the analysis of collective cohesion and the effectiveness of the psychological factors of the collective subject's activities, its effectiveness as a separate group and inter-group relationships. The results of an experimental study of the influence of cohesion and the level of empathy of all members of a group on the effectiveness of collective activity are discussed.

Cohesion, empathy, team, group, subject, personality, activity, factors

Существенные политические и социально-экономические трансформации, которые произошли в нашей стране за последние годы, привели к необходимости пересмотра и уточнения многих положений психологии как науки. Важно отметить, что в результате исследований как отечественных, так и зарубежных авторов накоплен достаточный фактический материал, дающий некоторое представление о влиянии психологических факторов на эффективность коллективного субъекта деятельности, рассматриваемого в сплоченных группах людей. Актуальность этой проблемы определяется тем, что в настоящее время в нашей стране идут процессы преобразования экономики, что приводит к изменениям в психологической специфике труда работников фирм. Появляется все больше организаций, устроенных и работающих по образцу западных предпринимательских фирм. Поэтому все большее значение приобретает изучение психологических факторов, обеспечивающих максимальную эффективность деятельности сотрудников, объединенных в группы и коллектив. Цель исследования состоит в анализе проблем эффективности профессиональной деятельности людей и отдельного

субъекта коллективной деятельности – в зависимости от ряда психологических факторов, прежде всего от уровня групповой сплоченности, от степени выраженности эмпатии, от уровня тревожности и фрустрированности индивидов, входящих в такую структуру. Достижение этой цели реализовано посредством решения теоретических и практических задач изучения данных по проблеме эффективности групповой и коллективной деятельности; изучение теоретических данных по проблеме сплоченности в деятельности; изучение теоретических данных по проблеме эмпатии; проведение эксперимента на двух российских фирмах. В качестве *объекта* исследования были выбраны две современные российские фирмы. Первая фирма занимается продажей бытовой техники (стиральные машины, пылесосы, телевизоры и т.п.) вторая фирма занимается продажей лекарственных средств. Спецификой организации труда на этих двух фирмах является типичной для современных российских фирм, работающих по образцу западных. *Предмет* исследования – зависимость эффективности коллективной деятельности от групповой сплоченности и от степени выраженности эмпатии у сотрудников фирм. Гипотеза исследования звучит так: группа индивидов (сотрудники фирмы), имеющая достаточно высокую эффективность профессиональной деятельности, связанной с объемом продаж, обладает высоким уровнем групповой сплоченности и высоким уровнем эмпатийности.

Понятие коллективного субъекта рассматривается нами в общественных отношениях человека в группе и между группами людей, поэтому для анализа крайне важным и принципиальным вопросом является вопрос о том, по какому критерию следует вычленять группы из того многообразия различного рода объединений, которые возникают в человеческом обществе. «Группа (социальная) – два или более человека, которые взаимодействуют друг с другом, осознают свою групповую принадлежность и участвуют в совместной деятельности. В зрелых группах существуют свои традиции и нормы. Группой не является толпа (агрегат) – временное скопление людей, которые не участвуют в совместной деятельности» [3, С.112]. «Группа – ограниченная размером общность людей, выделяющаяся или выделяемая из социального целого по определенным признакам: характеру деятельности, социальной или классовой принадлежности, структуре, композиции, уровню развития и пр. Содержание совместной деятельности членов группы опосредует все процессы внутригрупповой динамики: развитие межличностных отношений, восприятие партнерами друг друга, формирование групповых норм и ценностей, форм сотрудничества и взаимной ответственности. Сформировавшиеся в группе отношения влияют на эффективность её деятельности»[21, С110]. В нашем понимании в целом группа – это некоторая совокупность людей, рассматриваемых с точки зрения социальной, производственной, экономической, бытовой, профессиональной, возрастной и психологической общности. Сразу же следует оговориться, что в общественных и психологических науках в принципе может иметь место двойное употребление понятия «группа». С одной стороны, в практике, например, демографического анализа, в различных ветвях статистики имеются ввиду условные группы: произвольные объединения (группировки) людей по какому либо общему признаку необходимому в данной системе анализа. С другой стороны, в целом цикле общественных наук под группой понимается реально существующее образование, в котором люди собраны вместе, психологически объединены одним общим признаком, разновидностью совместной деятельности или помещены в какие-то идентичные условия, обстоятельства, определенным образом осознают свою принадлежность к этому образованию. В итоге исходя из описанного понимания к общим характеристикам группы мы относим, в первую очередь, *интегративность* – меру единства, слитности, общности членов группы друг с другом, (противоположное качество – отсутствие интегративности – разобщенность, дезинтеграция). А также *микроклимат*, который определяет самочувствие каждой личности в группе, ее удовлетворенность группой, комфортность нахождения в ней. *Референтность* – степень принятия членами группы групповых эталонов. *Лидерство* – степень ведущего влияния тех или иных членов группы на группу в целом в направлении осуществления групповых задач. *Интрагрупповая активность* – мера активизации групповой составляющих ее личностей. *Интергрупповая активность* – степень влияния данной группы на другие группы. Кроме этих характеристик нами рассматриваются еще и такие как *направленность* группы – социальная ценность принятых ею целей, мотивов деятельности, ценностных ориентаций и групповых норм; *организованность* – реальная способность группы к самоуправлению; *эмоциональность* – межличностные связи эмоционального характера, преобладающей эмоциональной настрой группы; *интеллектуальная коммуникативность* – характер межличностного восприятия и установления взаимопонимания, нахождения общего языка; *волевая коммуникатив-*

ность – способность группы противостоять трудностям и препятствиям, ее надежность в экстремальных ситуациях; *конфликтность* – степень выраженности противоречий внутри группы.

Однако в исследовании становления коллективного субъекта деятельности в группе важно учесть утверждение А.В. Петровского о том, что группа может быть понята через определение личности, так как человеческая личность является главным материалом для ее создания. Он считает, что при классификации групп можно определять степень их развития, учитывая характер межличностных и психологических отношений, формирующихся в зависимости от ценностно-ориентационного единства группы, полагая значимость критерия оптимального совпадения целей, связывающих личность, группу, коллектив и общество.

Исходя из такой постановки вопроса иерархическое содержание психологических факторов становления реальных групп может быть представлена в следующих характеристиках: *диффузная группа* – в ней психологические взаимоотношения опосредуются не содержанием групповой деятельности, а только симпатиями и антипатиями. *Ассоциация* – группа, в которой взаимоотношения опосредуются только личностно значимыми целями. *Корпорация* – взаимоотношения опосредуются личностно значимыми, но ассоциальным характером по своим установкам и содержанием групповой деятельности. *Коллектив* – взаимодействия опосредуются личностно значимым и общественно ценным содержанием групповой деятельности (бригада, экипаж, расчет). В итоге в коллективе оптимально могут сочетаться личные, коллективные и общественные цели и ценности.

Исходя из проведенного анализа психологических характеристик групп можно заключить: чем ближе по уровню своего развития группа находится к коллективу, тем более благоприятные условия она создает для проявления лучших сторон коллективного субъекта деятельности и отторжения того, что в его личности есть наихудшего. И напротив, чем дальше группа по уровню своего развития отстоит от коллектива, (а ближе к корпорации), тем больше возможности она представляет для проявления в системе психологических взаимоотношений худших сторон субъекта и личности с одновременным торможением лучших устремлений своего развития.

Таким образом, выясняется, что в управлении и регуляции эффективности коллективистской деятельности субъекта участвуют самые разные системы факторов: вне групповые (физические и социальные) внутригрупповые (психологические нормы, межличностные отношения), внеличностные (однородность – разнородность по индивидуально – психологическим параметрам), внутриличностные (индивидуально – психологические особенности членов группы, их состояние, исходные мнения, оценки). Однако базовым фактором, связывающим все перечисленные системы, пронизывающим их, является фактор коллективно-общественной значимости, психологически совместной деятельности группы людей. Он является стержневым, оптимально сочетающим личностно значимые и общественно ценные ориентации всей группы и отдельного, но коллективного субъекта деятельности.

Научная проблема эффективности труда коллективного субъекта деятельности в психологии является одним из важнейших и наиболее распространенных объектов исследования в анализе динамики процессов взаимодействия между субъектами в коллективе или в малых группах.

Так Андреева Г.М. отмечает: «Все динамические процессы, происходящие в малой группе обеспечивают определенным образом эффективность групповой деятельности» [2].

Немов Р.С. отмечает, что проведенные в 20-е гг. в нашей стране первые экспериментальные исследования по изучению социально-психологических факторов эффективности групповой деятельности не получили дальнейшего развития, как, впрочем, и социально-психологическая наука того времени в целом [12 – 15].

Фундаментальный, систематический обзор факторов успешности групповой работы был сделан Б.Ф. Ломовым. Описав условия, обеспечивающие успешную групповую работу, проанализировал проблемы влияния группы на личность и сравнил эффективность индивидуальной и групповой работы. Показал, что если человек не просто работает в присутствии других людей, но взаимодействует с ними, включается в совместную деятельность группы, то возможности мобилизации его «резервов» увеличиваются еще более: усиливается также и мотивация деятельности [11].

Необходимо заметить, что важным для современных исследований *факторов, влияющих на эффективность коллективной работы* является анализ влияния структурно-формальных и социально-психологических параметров на эффективность деятельности в группе. К структурно-формальным параметрам относятся, прежде всего размеры группы. Одним из ранних исследований, где величина группы выступила в качестве независимой переменной, явилась опубликованная в 1927 г. работа В.

Меде [7]. В ходе экспериментов с группами разной величины было обнаружено, что по мере увеличения количества участников происходит постепенное уменьшение средних индивидуальных вкладов в итоги групповой работы.

Ряд авторов считает, что размер группы должен быть равен 12 человекам, по-видимому по аналогии 12 апостолами Иисуса Христа, но тогда сам Христос тогда был 13 членом группы. Поэтому ряд авторов предлагает динамичный размер малой группы: 12-15 человек. Ряд авторов считает, что минимальный размер производственной бригады 3 человека – максимальный 50 [7].

Б.Ф. Ломов утверждает, что между величиной (численным составом) группы и эффективностью ее деятельности существует сложная, криволинейная зависимость. При этом для каждой производственной или иной задачи имеется оптимальный диапазон величин группы, обеспечивающий максимум ее эффективности. Если количество членов в группе оказывается больше или меньше соответствующего диапазона, то ее эффективность снижается [1].

В работе А.В. Петровского и М.А. Туревского рассматривается вопрос о предельном размере группы, при котором она сохраняет свои специфические качества, а также вопрос о влиянии величины группы на происходящие в ней социально психологические процессы. Авторы, подстраиваясь под идеологию господствующего в то время коммунистического режима, утверждают, что для коллектива (в особенности советского) проблема размера группы вообще отступает на второй план (не стоит). «Социально-психологический потенциал высокоразвитой группы может компенсировать практическую неоптимальность ее размера. Поэтому стратегия социально – психологического поиска «должна быть направлена не на определение оптимального размера группы, а на выявление оптимальных путей формирования высокого уровня группового развития» [19].

Б.Ф. Ломов считает, что при анализе сетей коммуникации важно учитывать не только число информационных связей (каналов) каждого участника групповой деятельности (кто и с кем связан), но также и частоту их использования и направленность (является ли связь односторонней или двусторонней). При этом относительно простые задачи лучше решает группа с сетью коммуникаций централизованного типа. При решении сложных задач более эффективной оказывается полная сеть коммуникаций [11].

Вызывают интерес, и многочисленные исследования *психологической специфики групповой сплоченности* как в нашей стране, так и за рубежом, которые позволили выделить ряд обобщенных характеристик этого социально-психологического феномена. Так, например, феномен «взаимозависимость и взаимодействия» – групповая динамика процесса, посредством которого взаимодействие между индивидами уменьшает их психологическое напряжение или приводит к взаимному удовлетворению. То есть, взаимозависимость и взаимодействия являются отправной точкой групповой динамики.

Второй феномен «фиксация и преследование общих целей» когда в трудовом коллективе основная цель каждого участника коллектива – получение прибыли (заработная плата), следовательно, их общая цель, складывается из индивидуальных целей каждого – выполнить работу. Коллектив будет более сплочен, если результат каждого будет зависеть от качественной работы коллег. Сплоченным коллектив становится еще и по мере все большего вовлечения индивида в групповую деятельность. Индивид вовлекается в нее в той мере, в какой данная группа удовлетворяет его собственные потребности. Вместе с тем, в ряде экспериментов показано, что в условиях сотрудничества члены группы работали менее продуктивно, чем в условиях координации. При лидере, ориентированном на межличностные отношения, члены группы работали лучше, чем при лидере, ориентированном на задачу. Основываясь на результатах многочисленных экспериментов социальные психологи к выводу, что формально-кооперативная структура в малых группах наиболее благоприятно сказывается на продуктивности работы при сравнительно простых, манипулятивно-сенсомоторных задачах.

Третий феномен «наличие харизматического лидера» – каждом коллективе должен быть, по крайней мере, один лидер. Экспериментаторы почти единодушно различают в группе три типа действий, которые приводят к выделению роли лидеров: предложить группе какую-либо цель («Можно было бы сделать это!»); сформулировать решение или поставить перед группой цель («Сделаем это!»); поддерживать стремление группы к достижению цели («Было решено сделать это!»).

Необходимо остановиться и на том, что в 1952 г. Н. Майер и А. Содем одними из первых осуществили эксперимент, направленный на выяснение взаимосвязи эффективности в работе группы и стиля лидерства. В их работе, выполненной на малых группах, сравнивалась эффективность двух

стилей лидерства: активного и пассивного. По условиям исследования каждая экспериментальная группа должна была выбрать в лидеры кого-либо из своих членов. В половине групп лидеру инструкцией предписывалась роль активного ведущего, а в остальных он должен был выполнять лишь функции пассивного наблюдателя. В первом случае лидеров предварительно обучали наиболее рациональным методам руководства групповой дискуссией. Каждый из них сам должен был участвовать в работе, всемерно способствовать продвижению дискуссии, поощрять инициативу, проявляемую отдельными членами группы, стимулировать их активность путем постановки специальных вопросов и т.д. Во втором лидеры должны были только присутствовать при работе группы, пассивно наблюдая за тем, что происходит. Было установлено, что в группах с активной формой лидерства эффективность работы составила 84% (такое количество проблем, предложенных группе для обсуждения, было решено правильно), а в группах с пассивной – 72%, причем различия достигли уровня статистической значимости. Последующие исследования показали, что соотношение между стилем лидерства и эффективностью групповой деятельности несколько сложнее, чем это предполагалось вначале. Оказалось, что оно зависит от степени авторитетности руководителя, от величины группы. Группа продуктивно работала при достаточно авторитетном руководителе и снижала производительность труда при недостаточно авторитетном. Авторитет руководителя, в свою очередь, оказался зависимым не только от его знаний и умения пользоваться приемами хорошего лидерства, но и от признания данного руководителя со стороны вышестоящего руководства.

В 1956 г. Л. Картер и У. Хейторн обнаружили, что при увеличении размера группы от 4 до 8 человек в стиле лидерства возрастают авторитарные тенденции, а в группах, включавших больше 30 человек, авторитарный стиль лидерства воспринимается людьми терпимее, чем в сравнительно небольших группах. Эффективность стиля лидерства оказалась зависимой также и от умения и стремления руководителя сохранять психологическую дистанцию между собой и подчиненными.

Американские социологи выявляли черты лидера, которые в наибольшей степени способствуют интеграции группы, и пришли к выводу, что особое значение для эффективной групповой работы имеют следующие аспекты поведения лидера: степень контроля за деятельностью подчиненных, внимание к их личным нуждам. Кроме того, было установлено, что лидеры, занимающие активную позицию, показывают лучшие результаты в руководимой ими группе по сравнению с лидерами, стремящимися "быть как все", как можно меньше отличаться от своих «ведомых».

Четвертый феномен – «появление норм» и он объясняется несколькими аспектами жизнедеятельности группы:

- преследование общих целей, каких не важно, стремление к осуществлению целей способствуют развитию факторов принуждения, которые становятся тем сильнее, чем больше ощущается необходимость в единообразии поведения как средства достижения цели; чем больше отдельные индивиды зависят от всей группы в достижении своих личных целей (степень взаимозависимости).

- стремление к сохранению стабильности группы усиливает необходимость единообразного поведения и соблюдения норм.

- общие представления, возникающие в результате жизни в группе. Принадлежность к группе влияет на то, как член группы представляет себе некоторые ситуации или отдает предпочтение определенным общим ценностям. Существует групповая избирательность восприятия.

Именно под влиянием таких представлений поведения человека, принадлежащего определенной группе, приобретает единообразие.

В американской психологии было получено несколько противоречащих друг другу результатов. Так в одном исследовании было показано, что психологически неоднородные группы затрачивают значительно больше времени на выяснение межличностных отношений, чем психологически однородные, и, следовательно, работают менее продуктивно. В другом исследовании было получено прямо противоположное: более однородные группы работали хуже, чем неоднородные. Этот результат позволил автору исследования сделать вывод о том, что для успешной работы группы необходима умеренная психологическая разнородность ее членов по личностным особенностям, что наличие абсолютного сходства не всегда является фактором, благоприятствующим успешной совместной деятельности людей.

Пятый феномен «поддержание другим членом группы» – в этой мере, в какой данная группа привлекательна для данного индивида, он старается подражать другим членам этой группы. Это под-

ражание поддерживается потребностью в принадлежности к группе и потребности (подражание сильнее, если группа привлекательнее для индивида).

Шестой феномен «страх перед санкциями» – страх перед санкциями связан с описанной выше привлекательностью. Чем сильнее привлекательность группы, тем больше страх перед санкциями.

Однако кроме описанных характеристик в исследовании мы анализировали влияние межличностных отношений на эффективность коллективного субъекта деятельности. Так, в исследовании, проведенном под руководством Е.С. Кузьмина в 1977 г., было экспериментально показано, однако, что лабораторные, группы, составленные из друзей, хуже справляются с задачами, чем группы, включающие безразличных друг к другу индивидов. Представление о том, что слишком близкие эмоциональные взаимоотношения далеко не всегда являются фактором благоприятствующим успешной совместной деятельности подтверждается и исследованиями Н.Н. Обозова [17].

Одним из проявлений межличностных отношений в группах выступает явление и *феномен групповой сплоченности*, которое также отказывает влияние на эффективность групповой деятельности. Исследования по проблеме групповой сплоченности за выявлен целый ряд характеристик малой группы, такие как: структура коммуникативных сетей в группе, цели группы, групповая атмосфера, размер группы и пр. Оценивая вклад изучения этих и других параметров малой группы в раскрытие природы сплоченности. Р.Л. Кричевский замечает, что «в настоящее время можно говорить лишь об отдельных локальных теоретических конструкциях, способных объяснить сравнительно небольшой круг фактов, применительно к тому или иному аспекту сплоченности»[9]. «Если следовать логике большинства американских исследований сплоченности, отмечает декан психологического факультета МГУ А.И. Донцов, – общность человеческих отношений в социальных группах развивается не на основе совместной трудовой деятельности, а как бы вопреки ей, исключительно в области внедеятельностных связей» [5,6].

Согласно рассмотренным выше исследованиям групповой сплоченности *западными исследователями*, сущность этого феномена усматривается в индивидуальных отношениях между членами группы. При этом сплоченность никак не связана с содержанием выполняемой группой деятельности. Как полагают многие отечественные исследователи в целом такой подход – от индивида, от его удовлетворенности группой к групповой сплоченности – отражает определенные ценности западного, в частности американского общества, его индивидуалистический характер.

Подход *отечественных исследователей* особенно советского периода был иным, что связано с другой идеологической установкой, согласно которой и личность и группа, и групповые отношения являются опосредованными выражениями общественных отношений. Поэтому, как считали отечественные психологи коммунистического застойного периода (а точнее, согласно тому, что диктовал коммунистический режим) нельзя рассматривать групповую сплоченность изолировано от общественно значимой деятельности, выполняемой группой. Именно эта общественно – полезная деятельность и должна была играть ведущую роль в формировании групповой сплоченности. В этом случае процесс формирования группы и ее дальнейшего развития предстает как процесс все большего сплачивания группы, но не на основе роста эмоциональной составляющей, а на основе все большего включения индивидов в процесс совместной деятельности (например, по строительству светлого будущего – коммунизма).

В те времена была разработана концепция групповой сплоченности А.В. Петровского, в которой было показано, что исключительно важно при этом то, что развитие групповой сплоченности осуществляется не за счет коммуникативной практики (как это было у западных исследователей), но лишь на основе совместной деятельности. Кроме того, единство группы, выраженное в единстве ценностных ориентации членов группы, интерпретируется не просто как сходство этих ориентации, но и как реализация практических действий членов группы. При такой интерпретации сплоченности обязательен третий шаг в анализе, т.е. переход от установления единства ценностных ориентации к установлению еще более высокого уровня единства – единства целей групповой деятельности как выражения сплоченности. Петровским А.В. замечено, что если каждый из выше названных феноменов сплоченности является показателем интегрированности лишь отдельных пластов и слоев внутригрупповой активности, то общность цели, будучи детерминантой всех их вместе взятых, может служить референтом действительного единства группы как целого [18].

Необходимо остановиться на том, что в основу экспериментального исследования В.В. Шпагинского была положена идея о ценностно-ориентационном единстве группы как важнейшем показа-

теле групповой сплоченности, являющемся интегральной характеристикой системы внутригрупповых связей. Индексом ценностно-ориентационного единства «...может служить частота или степень совпадения мнений, оценок, установок и позиций членов группы по отношению к объектам (лицам, явлениям, событиям), наиболее значимым для группы в целом» [25]. Проведенное им экспериментальное исследование позволило ему прийти к выводу о том, что частоту взаимодействия (коммуникаций) в группе следует считать следствием единства установок и ценностных ориентации членов группы. «Высокая степень совпадения мнений, оценок, позиций индивидов по существенно значимым для группы вопросам, – подчеркивает В. В. Шпалинский, – создается не в результате коммуникативной практики группы, а в результате активной совместной деятельности, имеющей ярко выраженный общественно полезный характер» [25]. Как свидетельствуют полученные автором экспериментальные данные, высокая степень совпадения позиций индивидов по значимым для группы вопросам может не сопровождаться ярко выраженной непосредственной эмоциональной взаимоприемлемостью. Социометрические характеристики сплоченности автор предлагает рассматривать как «...частный случай более глобальной групповой характеристики (плотности), в которой определенным образом фиксируются существенные особенности группы как социально-психологической общности людей» [25].

Исследования А.И. Донцова доказывали, что ведущим фактором интеграции коллектива (то есть увеличения его сплоченности) является ценностное единство, но не по любым вопросам, а единство в сфере групповой деятельности. Эксперимент А.И. Донцова, проведенный в 14 московских средних школах, имел целью выявить, как в работе учителей совпадают представления о ценности деятельности с реальным воплощением их в повседневной практике преподавания и воспитания. Выявлялись два пласта сплоченности: сплоченность, демонстрируемая при оценке «эталонного» ученика, и сплоченность, демонстрируемая при оценке реальных учеников. В результате исследования был получен вывод, что общность оценок реальных учеников, данная учителями одной школы, выше, чем согласованность их представлений об эталоне ученика, т.е. сплоченность в реальной деятельности оказалась выше, чем сплоченность, регистрируемая лишь как совпадение мнений [5,6]. В том же случае, когда оцениванию подвергались не ученики, а коллеги-учителя, то единство ценностных представлений оказалось выше тогда, когда речь шла именно об эталоне учителя, и ниже, когда давались оценки реальным коллегам. Интерпретация этого факта снова подтверждает основной принцип: конкретным предметом деятельности учителя не является другой учитель – коллега, поэтому оценивание его, а значит, и совпадение такого рода ценностей не есть параметр непосредственной конкретной деятельности данной группы. Напротив, эталонный коллега в большей степени оказался ценностью, включенной в непосредственную практику работы учителя.

Таким образом, теоретическим анализом подтверждена гипотеза нашего исследования о том, что действительная интеграция в группу или коллектив (а, следовательно, и их сплоченность и совместимость) осуществляется, прежде всего, в ходе совместной – коллективной деятельности субъекта. Все это нашло отражение и в экспериментальном исследовании влияния коллективной сплоченности и уровня эмпатийности на эффективности коллективного субъекта деятельности. Экспериментальное исследование проводилось на двух российских фирмах, функционирующих по западному типу, что, в частности, предполагает формирование у работников определенной корпоративной культуры, одним из выражений которой является определенное единство ценностей в отношении совместной деятельности. Последнее позволяет этим фирмам усиливать эффективность профессиональной деятельности работников и повышать производительность их труда. При этом, в ходе исследования на первом этапе проводился опрос экспертов (руководителей данных фирм) с целью определения эффективности деятельности каждой из анализируемых в настоящем исследовании групп. Вопросы для экспертных оценок были сформулированы после консультаций с руководством фирм. При обработке ответов экспертов для каждого работника фирмы определялся балл эффективности в интервале от 1 до 10. Экспертную оценку на каждой фирме осуществляли два эксперта – менеджер по персоналу и директор фирмы. Для всей выборки в целом, а также по отдельности для всех испытуемых первой группы (20 человек) и второй фирм (25 человек) была проведена обработка исходных данных по дескриптивным или как они иначе называются – дескриптивным статистикам. Вычислялись величины средних, дисперсий, стандартных отклонений для каждого, используемого в исследовании показателя. Результаты по дескриптивным статистикам представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Динамика дискредитивных показателей сплоченности коллективного субъекта деятельности

Ст.отк л	Перемен- ная	Сум- ма	Раз- мер	Диапазон мин.	Диапазон макс.	Сред- нее	Ошиб- ка	Дисперс- ность
2,98	x1	606	45	5	18	13,5	0,444	8,89
2,58	x2	571	45	6	16	12,7	0,385	6,67
3,42	x3	523	45	5	17	11,6	0,51	11,7
7,33	x4	118	45	23	48	35,9	1,09	53,8
1,28	x5	166	45	2	7	3,69	0,19	1,63
1,44	x6	302	45	4	9	6,71	0,215	2,07
1,99	x7	611	45	10	17	13,6	0,297	3,98
14,2	x8	213	45	16	75	33,5	2,12	202
13,2	x9	447	45	39	90	75,3	1,97	174
1,25	x10	130	45	1	5	2,89	0,186	1,56
1,33	x11	125	45	1	5	2,78	0,198	1,77
0,701	x12	76	45	1	3	1,69	0,105	0,492
1,06	x13	158	45	2	5	3,51	0,158	1,12
0,928	x14	178	45	2	5	3,96	0,138	0,862
1,03	x15	163	45	2	5	3,62	0,153	1,06
2,36	x16	822	45	14	24	18,3	0,352	5,56
1,6	x17	338	45	5	10	7,51	0,239	2,57

X1 – индекс групповой сплоченности Сишора (Методика Г.Айзенка)

X2 – тревожность (Методика Спилбергера)

X3 – фрустрированность (Методика Спилбергера)

X4 – тревожность (Методика В.В.Бойко на стратегии защиты)

X5 – миролюбие(Методика Фидпера)

X6- избегание (Методика Фидпера)

X7 - агрессия Методика Фидпера

X8 – психологическая атмосфера в коллективе (коллективизм) (Методика Юсупова на эмпатию)

X9 – уровень эмпатийности (Методика В.В.Бойко на эмпатию)

X10 - рациональный канал эмпатии

X11 - эмоциональный канал эмпатии

X12 - интуитивный канал эмпатии

X13 – установки, способствующие эмпатии

X14 – проникающая способность эмпатии

X15 – идентификация в эмпатии

x16 – общий уровень эмпатии

x17 – экспертная оценка эффективности деятельности

Анализ этих данных самих по себе ничего не дает для решения задач, поставленных в настоящем исследовании. Однако, данные были нужны для анализа результатов сравнения между фирмами 1 и 2, которое проведено ниже для всех показателей исследования. Так результаты сравнения по критериям Фишера и Стьюдента всех показателей между фирмами 1 и 2 показали, что для первой переменной – индекса групповой сплоченности Сишора между группами есть значимые различия по обоим, используемым в настоящем исследовании критериям. Согласно полученным данным по дескриптивным статистикам – среднее индекса групповой сплоченности Сишора для первой группы меньше чем для второй (11, 5 и 15 соответственно), а дисперсии первой группы существенно больше, чем второй (9,63 и 2,8 соответственно). Последнее наглядно показывает, что вторая группа значительно более

сплоченна, чем первая, причем, и это подчеркнем особо – этот вывод получен на основе статистической обработки результатов исследования (Статистика Фишера=3,35, Значимость=0,0032, Статистика Стьюдента=4,58, Значимость=0,0001).

Для переменной x_2 – x_{19} также было выявлено статистически значимое различие между обоими группами по обоим критериям. Причем среднее по тревожности для второй группы значимо выше чем для первой (статистика Стьюдента=7,88, Значимость=0,00001), в то же время у второй группы дисперсия меньше, чем у первой (Статистика Фишера=2,48, Значимость=0,0186). Иными словами испытуемые второй группы более тревожны, чем первой и в то же время по уровню тревожности все работники второй группы практически одинаковы.

Для переменной x_3 – x_{20} также было выявлено статистически значимое различие между обоими группами по обоим критериям. Причем среднее по фрустрированности для второй группы значимо выше чем для первой (статистика Стьюдента=7,88, Значимость=0,00001), в то же время у второй группы дисперсия существенно больше, чем у первой (Статистика Фишера=2,48, Значимость=0,0186). Иными словами испытуемые второй группы более фрустрированы, чем первой и в то же время по уровню фрустрированности работники первой группы практически одинаковы, в то время как перепады в уровне фрустрированности работников второй группы очень велики – очень большая величина дисперсии.

Так большая величина дисперсии показывает, что среди испытуемых второй группы встречаются люди с очень большим уровнем фрустрации, и напротив, встречаются люди с очень маленьким уровнем фрустрации. На основании полученных данных можно предположить, что работники второй группы имея высокий индекс сплоченности обладают также высоким уровнем тревожности и в среднем высоким уровнем фрустрированности. Последнее, возможно, обусловлено страхом потери престижной и высокооплачиваемой работы в данной фирме. Подчеркнем, что по показателю тревожности но уже для методики Спилбергера между группами обнаружены различия только по критерию Стьюдента, по дисперсиям различий нет (Статистика Стьюдента=2,91, Значимость=0,0093), причем и в этом случае вторая группа более тревожна (в среднем), чем первая.

Для переменной x_6 – выбор тактики избегания были обнаружены только различия величин средних, причем первая группа более часто выбирает тактику избегания по сравнению со второй группой (Статистика Стьюдента=3,73, Значимость=0,0008).

Для переменной x_7 – тактика выбора агрессии в поведении, были получены значимые различия по обоим критериям (Статистика Фишера=0,45, Значимость=0,0399, Статистика Стьюдента=3,84, Значимость=0,0006), причем как величины средних, так и величины дисперсий первой группы выше, чем в второй.

Все это показывает, что испытуемые первой группы в целом чаще прибегают к агрессивной тактике в поведении. Однако среди них встречаются индивиды как с достаточно высоким уровнем агрессивности, так и с достаточно низким.

Для переменной x_8 – психологическая атмосфера в коллективе – (коллективизм) были получены значимые различия между группами по обоим критериям (Статистика Фишера=4,18, Значимость=0,0008, Статистика Стьюдента=5,49, Значимость=0,00002). Причем во второй группе уровень коллективизма выше, однако в этой группе есть индивиды, как с достаточно высоким уровнем коллективизма, так и с достаточно низким уровнем этого показателя.

По переменной x_9 – уровень эмпатийности по методике Юсупова также были обнаружены различия между группами по обоим критериям. Причем для испытуемых второй группы по величинам средних уровень эмпатийности выше, чем для первой группы, но величины дисперсий у первой группы существенно выше, чем у второй. Последнее означает, что в первой группе есть индивиды, как с достаточно высоким уровнем эмпатийности, так и с достаточно низким уровнем этого показателя.

Следует подчеркнуть, что для всех, без исключения переменных, входящих в методику В.В. Бойко на эмпатию, во второй группе были обнаружены большие величины средних, но значимые различия между группами были обнаружены только для переменных x_{11} – эмоциональный канал эмпатии и x_{15} – идентификация в эмпатии.

По переменной x_{11} – эмоциональный канал эмпатии выявились различия между группами только по критерию Стьюдента, причем во второй группе эмоциональный канал эмпатии выражен существенно выше, чем в первой (Статистика Стьюдента=4,56, Значимость=0,0001). То же относится

и к переменной x_{15} – для, которой также во второй группе уровень идентификации в эмпатии выше (Статистика Стьюдента=2,07, Значимость=0,0423), причем выше также и величины дисперсии (Статистика Фишера=0,436, Значимость=0,0341).

И наконец, для переменной x_{17} – экспертная оценка были также получены значимые различия между группами, но только по величинам средних (Статистика Стьюдента=5,3, Значимость=0,00002). Таким образом, эксперты оценивают эффективность деятельности второй группы выше, чем первой. В целом в результате статистического анализа различий, установлено, что по большинству показателей использованных в исследовании были обнаружены статистически значимые различия, причем не только по величинам средних, но и по величинами дисперсий.

Кроме статистических различий исследуемых показателей в эксперименте анализировался факторный анализ для испытуемых первой и второй группы. Так для **первой группы** в *первый фактор* со значимыми весами вошли следующие показатели: x_4 – тревожность с обратным знаком (вес – 0,671), x_6 – избегание (вес 0,681), x_7 – агрессия с обратным знаком (вес – 0,703), x_{14} – проникающая способность эмпатии (вес **0,710**). Таким образом, первый фактор можно назвать фактором проникающей способности к эмпатии, при этом, чем в большей степени у испытуемых выражена эта способность, тем в большей степени они используют в общении тактику избегания, у них ниже тревожность и ниже агрессия.

Второй фактор имеет следующую структуру, в него вошли показатели: x_1 – индекс групповой сплоченности Сижора (вес 0,608), x_4 – тревожность с обратным знаком (вес – 0,476), x_5 – тактика миролюбия в общении (вес **0,780**), x_7 – агрессия с обратным знаком (вес – 0,483), x_{10} – рациональный канал эмпатии с обратным знаком (вес – 0,466), x_{11} – интуитивный канал эмпатии с обратным знаком (вес – 0,582), и x_{16} общий уровень эмпатии с обратным знаком (вес – 0,745). Согласно максимальному факторному весу этот фактор может быть назван фактором предпочтения выбора тактики миролюбия в общении. При этом, чем в большей степени сотрудники первой фирмы предпочитают выбор подобной тактики, тем в большей степени у них выражена групповая сплоченность, но в меньшей степени ряд показателей эмпатии и в меньшей степени также выражена агрессивность.

Третий фактор четырехфакторной модели содержит следующие показатели: x_2 – тревожность с обратным знаком (вес – 0,652), x_7 – агрессия (вес **0,813**), x_{12} – интуитивный канал эмпатии с обратным знаком (вес – 0,703), x_{13} установки способствующие эмпатии с обратным знаком (вес – 0,632). Этот фактор можно назвать фактором выбора агрессивной тактики в общении. При этом, чем в большей степени испытуемые выбирают эту тактику, тем в меньшей степени у них выражена тревожность и в меньшей степени они выбирают интуитивный канал эмпатии и установки, способствующие эмпатии.

Четвертый фактор содержит следующие показатели: x_1 – индекс групповой сплоченности Сижора с обратным знаком (вес – 0,501), x_3 – фрустрированность с обратным знаком (вес – 0,700), x_{15} – идентификация в эмпатии с обратным знаком (вес – 0,532) и x_{17} – экспертная оценка эффективности деятельности сотрудников первой фирмы (вес **0,902**). Согласно максимальному факторному весу этот фактор следует назвать фактором эффективности деятельности сотрудников первой фирмы, при этом, чем выше эта эффективность (по экспертной оценке!!!), тем ниже групповая сплоченность сотрудников, ниже их общая фрустрированность, ниже идентификация в эмпатии.

Результаты факторного анализа, в целом подтвердили результаты группового анализа и анализа дескриптивных статистик. Отмечено, что *сотрудники первой фирмы* обладают более низким индексом групповой сплоченности, чем сотрудники второй фирмы, у них менее выражены эмпатийные тенденции. Это же выявилось и при факторном анализе данных.

Факторный анализ для испытуемых **второй группы** показал, что в *первый фактор* со значимыми весами вошли следующие показатели: x_1 – индекс групповой сплоченности Сижора (вес 0,691), x_5 миролюбие (вес 0,709), x_6 – избегание (вес 0,745), агрессия с обратным знаком (вес – **0,908**), x_{11} – эмоциональный канал эмпатии (вес 0,764) и x_{15} – идентификация в эмпатии (вес 0,748). Таким образом, первый фактор можно назвать фактором тактики применения агрессии в общении. При этом, чем в большей степени выражено это качество, тем выше тревожность сотрудников второй фирмы, тем ниже их групповая сплоченность, в меньшей степени применяется тактика миролюбия и избегания в общении, тем ниже у этих испытуемых эмоциональный канал эмпатии и меньше идентификация в эмпатии. Следует подчеркнуть, что факторный анализ позволяет поменять в отдельном факторе все веса на обратные, т.е. поменять местами знаки. В этом случае получится, что меньшему

уровню агрессивности в общении сотрудников второй фирмы будет соответствовать большая групповая сплоченность, большее миролюбие, избегание и большие проявления эмпатии, именно это и было получено для сотрудников второй фирмы в результате сравнительного анализа данных.

Второй фактор содержит следующие показатели: x_8 – психологическая атмосфера в группе с обратным знаком (вес 0,787), x_9 – общий уровень эмпатийности с обратным знаком (вес – 0,686) и x_{12} интуитивный канал эмпатии с обратным знаком (вес – 0,521). Этот фактор, очевидно, следует назвать просто фактором высокой эмпатийности сотрудников второй фирмы.

Третий фактор четырехфакторной модели содержит следующие показатели: x_{13} – установки, способствующие эмпатии (вес 0,747), x_{16} общий уровень эмпатии (вес **0,812**), и экспертную оценку эффективности деятельности второй группы. Этот фактор можно назвать фактором общего уровня эмпатии членов второй группы, при этом чем выше этот уровень, тем выше у них установки, способствующие эмпатии и выше экспертная оценка эффективности трудовой деятельности.

Четвертый фактор содержит следующие показатели: x_4 тревожность (вес 0,659), x_{10} рациональный канал эмпатии с обратным знаком (вес **-0,795**), x_{14} – проникающая способность к эмпатии с обратным знаком (вес – 0,753) и x_{16} – общий уровень эмпатии с обратным знаком (вес **-0,472**). Согласно максимальному факторному весу этот фактор следует назвать фактором эмпатийности сотрудников второй фирмы. При этом, чем выше различные показатели эмпатийности – тем ниже у них уровень тревожности.

В целом результаты факторного анализа подтвердили результаты группового анализа и анализа дескриптивных статистик. Отмечено, что сотрудники второй фирмы обладают более высоким индексом групповой сплоченности, чем сотрудники первой фирмы, у них в большей степени выражены эмпатийные тенденции. Это же выявилось и при факторном анализе данных для сотрудников второй фирмы.

Для достоверности эксперимента был проведен факторный анализ для общей выборки испытуемых. Результаты анализа подтвердили, что в *первый фактор* со значимыми весами вошли следующие показатели: x_5 миролюбие с обратным знаком (вес – 0,496), x_6 – избегание с обратным знаком (вес – 0,716), x_7 агрессия с (вес – **0,841**), x_{11} – эмоциональный канал эмпатии с обратным знаком (вес – 0,801) и x_{17} – экспертная оценка эффективности деятельности сотрудников фирм (вес 0,619). Таким образом, первый фактор можно назвать фактором тактики применения агрессии в общении. При этом чем в большей степени выражено это качество, тем выше тревожность сотрудников второй фирмы, тем ниже их групповая сплоченность, в меньшей степени применяется тактика миролюбия и избегания в общении, тем ниже у этих испытуемых эмоциональный канал эмпатии. Структура фактора, однако, такова, что позволяет утверждать, что в целом – агрессивная тактика поведения, по мнению экспертов, подчеркнем что в целом, а не по отдельности для первой и второй групп, способствует высокому уровню эффективности профессиональной деятельности сотрудников современных торговых фирм.

Второй фактор содержит следующие показатели: x_1 – индекс групповой сплоченности Сизоура с обратным знаком (вес – 0,664); x_5 миролюбие с обратным знаком (вес – 0,463), x_{15} идентификация в эмпатии (вес **0,802**). Этот фактор можно назвать фактором идентификации в эмпатии. При этом чем выше идентификация подобного рода, тем ниже уровень групповой сплоченности и выбор миролюбивой тактики в общении.

Третий фактор четырех факторной модели содержит следующие показатели: x_{10} – рациональный канал эмпатии с обратным знаком (вес – 0,712), x_{14} проникающая способность к эмпатии с обратным знаком (вес – 0,722), и x_{16} общий уровень эмпатии с обратным знаком (вес – **0,784**). Этот фактор можно назвать фактором общего уровня эмпатии, при этом чем выше этот уровень, тем выше у сотрудников фирм рациональный канал эмпатии и выше проникающая способность к эмпатии.

Четвертый фактор содержит следующие показатели: x_2 тревожность с обратным знаком (вес **-0,717**), x_3 – фрустрированность с обратным знаком (вес – 0,554), x_8 психологическая атмосфера в коллективе (вес 0,711), x_9 – уровень эмпатийности с обратным знаком (вес – 0,661) – интуитивный канал эмпатии с обратным знаком (вес – 0,670). Согласно максимальному факторному весу этот фактор следует назвать фактором тревожности. При этом, чем выше уровень тревожности сотрудников современных торговых фирм, тем выше у них фрустрированность, интуитивная эмпатия, но при этом ниже уровень коллективизма.

В итоге результаты факторного анализа, в целом подтвердили результаты группового анализа и анализа дескриптивных статистик. Отмечено, что сотрудники второй фирмы обладают более высоким индексом групповой сплоченности, чем сотрудники первой фирмы, у них в большей степени выражены эмпатийные тенденции, которые были выявлены практически в каждом факторе факторной матрицы для сотрудников второй фирмы. Подчеркнем при этом, что сотрудники первой фирмы имеют меньший уровень индекса групповой сплоченности, уровень эмпатии в целом у них выражен существенно меньше, чем у сотрудников второй фирмы, более того, в общении они более агрессивны, но одновременно с этим и более тревожны.

Что касается обобщенной факторной матрицы, то на наш взгляд в исследовании получены достаточно актуальные результаты. Высокому уровню эффективности профессиональной деятельности сотрудников современных фирм по продаже товаров по оценкам экспертов, соответствует высокий уровень агрессивности сотрудников этих фирм. В этом случае, очень важно, что высокая эффективность деятельности сотрудников в целом не связана с высоким уровнем групповой сплоченности, этот уровень может быть и низким. Более того, низкий уровень эмпатийности в целом связан, согласно результатам факторного анализа для обобщенной выборки с низким уровнем групповой сплоченности и отсутствием выбора миролюбивой тактики в общении. Однако, можно заметить, что этот результат был получен для обобщенной выборки испытуемых, что же касается двух анализируемых групп, то для второй группы, как это уже отмечалось неоднократно, характерен высокий уровень групповой сплоченности, большой уровень эмпатийности и более высокая оценка эффективности производственной деятельности. Именно эти факты и подтверждают гипотезу исследования.

В заключении необходимо обратить внимание на то, что на первом этапе исследования был проведен теоретический анализ изучения проблем эффективности групповой деятельности и групповой сплоченности в социальной психологии у нас в стране и за рубежом. Кроме того, на втором этапе теоретического исследования было рассмотрено понятие эмпатии и его влияние на эффективность групповой деятельности. Что касается изучения эффективности групповой деятельности, то этой проблеме посвящено достаточно много работ отечественных и зарубежных специалистов. Выявлено достаточно много факторов, влияющих на эффективность групповой деятельности. Среди этих факторов выделяют структурно-формальные (размер, схемы коммуникаций и др.), а также социально-психологические (взаимоотношения в группе и др.) Показательно, что не выявлено однозначных зависимостей групповой эффективности от этих факторов, что связано, как считают некоторые исследователи, с существованием некоторых промежуточных переменных. В качестве одной из них отечественные авторы предлагают показатель развития группы, степень ее зрелости. При учете этой переменной более ясной становится зависимость групповой эффективности от различных факторов.

Одним из социально-психологических факторов, влияющих на эффективность деятельности коллективного субъекта, является групповая сплоченность. Выявлению данной зависимости было посвящено достаточно много исследований как у нас в стране, так и за рубежом. Как известно из литературных источников, близкие эмоциональные отношения между членами группы чаще всего не оказывают выраженного влияния на эффективность групповой деятельности. Особенно это верно для современных российских фирм, где организация труда направлена на создание максимально эффективной рабочей атмосферы, в целом руководством не поощряется неслужебное общение в рабочее время. Более того, в анализируемых нами фирмах подобного рода общение не только затруднено, но и практически невозможно, поскольку разные представительства наших фирм находились в разных административных районах и сотрудники часто знали друг друга только по совместным мероприятиям и общим собраниям.

В целом гипотеза исследования подтвердилась. Группа (фирма) индивидов, имеющая большую продуктивность и эффективность профессиональной деятельности, связанной с объемом продаж, обладает высоким уровнем групповой сплоченности, высоким уровнем эмпатийности. При этом, однако, ее сотрудники более тревожны, но менее агрессивны и предпочитают в общении тактику миролюбия и избегания.

Литература

1. Алексеева М.М. Культура экономической организации// Социально-политический журнал // М. 1996. №4. с.45-56.

2. Андреева Г.М. Социальная психология // М. 1996.
3. Большой психологический словарь. Под ред. Мещерякова Б.Г. и Зинченко В.П. // СПб. Москва. 2003. с. 112.
4. Гаврилова Т.П. Эмпатия как специфический способ познания человека человеком // Теоретические и прикладные проблемы психологии познания людьми друг друга // Краснодар. 1975.
5. Донцов А.И. Проблемы групповой сплоченности // М. 1979.
6. Донцов А.И. Психология коллектива // М. 1984.
7. Казаков В.Г. К истории исследований совместной деятельности в истории отечественной социальной психологии в 20-ых – 50-ых годах XX в. / Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений // М. 1997. с.90-98.
8. Красовский Ю.Д. Если я руководитель // М. 1983.
9. Кричевский Р.Л. Если вы – руководитель // М. 1993.
10. Кричевский Р.Л. Проблема сплоченности малых групп в зарубежной социальной психологии // Вопросы психологии М. 1973. №3.с.78-84.
11. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия. Учебное пособие // М. Новосибирск. 1998.
12. Ломов Б.Ф. Совместная (групповая) деятельность людей, формирование трудовых коллективов и психологические аспекты управления ими. // Правовые и социально-психологические аспекты управления // М. 1972. с.187-194 .
13. Немов Р.С. Психология Т.1 // М. 1995.
14. Немов Р.С. Социально-психологический анализ эффективности деятельности коллектива // М. 1984.
15. Немов Р. С. Психологическая теория коллектива и проблемы групповой эффективности.//Вопросы психологии // М. 1978. №5.с.38-43.
16. Немов Р.С., Шестаков А.Г. Сплоченность как фактор групповой эффективности. // Вопросы психологии, М.1981. № 3.с.45-59.
17. Обозов Н.Н. Модель регуляции совместной деятельности//Социальная психология под ред. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. // Л. 1979.с.176-210.
18. Обозов Н.Н. Типы личности, темперамент и характер // СПб. 1997.
19. Петровский А.В. Стратометрическая концепция интрагрупповой активности в коллективах//Социально-психологические аспекты общественной активности // Ярославль. 1975. с.149-187.
20. Петровский А.В., Туревский М.А. Размер группы как социально-психологическая проблема // Вопросы психологии // М. 1979. № 2. с.57-68.
21. Психология. Словарь. Под ред. А.В.Петровского и В.В. Давыдова // М. 1990.
22. Словарь практического психолога. Под ред. С.Ю.Головина. // Минск. Москва. 2001. с. 110
23. Сперанский В.И. Конфликтующие и конфликтгенные люди / Социально-политический журнал // М.1996. № 4. с.59-76.
24. Управление персоналом. Учебник. Под ред. Базарова Т.Ю.,Еремина Б.Л. // М. 1998.
25. Шаленко В.Н. Конфликты в трудовых коллективах // М. 1992.
26. Шпалинский В.В. К вопросу о концепции «групповой сплоченности» в современной социальной психологии //Личность в психологическом эксперименте. И. 1973.с.60-83.
27. Шпалинский В.В. Экспериментально-психологическое исследование групповой сплоченности // М. 1972.

УДК 159.9

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ОБЗОР ПРОБЛЕМ МОТИВАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО -
ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ ПОДРОСКОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНО-
СТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Ю.Н. Казаков, доктор медицинских наук, профессор,
профессор кафедры прикладной психологии
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия
Лобанова Н.А., аспирант 2 года обучения, кафедры прикладной психологии
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

В статье обсуждаются предпосылки творческой и профессиональной активности личности, рассматривается мотивационная сфера личности и место в ней мотивации к профессиональной и творческой деятельности. Описывается развитие творческой активности подростков без интеллектуальных нарушений и проблемы мотивации профессиональной и творческой активности подростков с ограниченными возможностями здоровья

Предпосылки, творчество, профессиональная активность, личность, мотивация, интеллект, ограниченные возможности здоровья.

**PSYCHOLOGICAL REVIEW OF MOTIVATION PROBLEMS OF PROFESSIONALLY-
CREATIVE ACTIVITY OF ADOLESCENTS WITH REDUCED HEALTH
POSSIBILITIES**

Y.N. Kazakov, doctor of medical sciences, professor, professor of
department of application-oriented psychology of
State Educational Institution of
Higher Education of Moscow Region
«University of Technology»
N.A. Lobanova, 2st year graduate student, Department of Applied Psychology
State Educational Institution of
Higher Education of Moscow Region
«University of Technology»

The article discusses the prerequisites of the creative and professional activity of the individual, discusses the motivational sphere of the personality and the place in it of motivation for professional and creative activity. The development of the creative activity of adolescents without intellectual disabilities and the problems of motivating the professional and creative activity of adolescents with disabilities are described.

Prerequisites, creativity, professional activity, personality, motivation, intelligence, limited health abilities

Предпосылки творческой и профессиональной активности личности. Исследование мотивации профессионально-творческой активности подростков имеет особую актуальность, так как именно в этот возрастной период происходит переход от детской, наивной креативности к осознанной творческой активности. Данная тема в психологии является одним из аспектов изучения проблемы творчества. Проблема творчества включает в себя как различные подходы к определению творчества, так и попытки объяснить источники творческой активности.

Компоненты мотивации профессионально-творческой активности многочисленны. Сложность в этом вопросе состоит в том, что до сих пор нет теории самой творческой деятельности, ученые считают творческую активность или частью интеллектуальных способностей, или чертой личности. В другом случае, творческая активность не должна быть связана с уровнем интеллекта напрямую.

Целью является анализ теоретических исследований в психологии в области изучения компонентов мотивации профессионально-творческой активности подростков. Объект мотивация профессионально-творческой активности подростков. Предмет мотивация профессионально-творческой активности подростков с интеллектуальными нарушениями.

Исследования проблемы профессиональной и творческой активности подростков требует раскрытие такого понятия, как «активность личности», которое неоднократно являлось предметом рассмотрения наук, исследующих специфические закономерности формирования и развития самого понятия «активность».

А.Н.Леонтьев (2014г.) полагал, что проявления активности личности обусловлены целым рядом факторов. При этом под «активность» данный исследователь понимает не любую реакцию человека на внешнюю среду. Активность – это та реакция, которая предполагает как приспособление человека к условиям окружающей среды, так и стремление изменить среду, подстроить ее под собственные пожелания.

Похожий взгляд на понятие активности личности можно найти в научных трудах других ученых. В российской педагогической энциклопедии активность личности рассматривается как деятельное отношение человека к миру, способность человека производить общественно значимые преобразования материальной и духовной среды на основе освоения общественно-исторического опыта человечества. В трудах Петровского В.А. понятие «активность» рассматривается как имеющая связь с понятием «деятельность». Активность – это, по мнению Петровского В.А. (1992), изменяющаяся и воспроизводящая сторона деятельности человека.

Таким образом, понятие «активность» пересекается с понятием «деятельность». Активность личности приводит к тому, что личность начинает действовать, меняя и приспособлявая окружающую среду к себе, к своим потребностям, одновременно и приспособляваясь к этой среде. Один процесс изменения внешней среды – еще не активность, так как активная личность должна также обладать и способностью сама меняться в ответ на изменения среды.

Немного иная позиция высказывается и в работах Енина А.В. Он определяет активность как способность личности изменять окружающую среду в соответствии с собственными потребностями, что проявляется в интенсивной деятельности [2, с. 32]. При этом данный исследователь считает, что личность должна также и приспособляться к среде. Но и он отмечает связь активности с деятельностью. В работах Люблинской А.А. (1977г.) высказывался примерно такая же точка зрения. Исследовательница считает, что активность человека должна анализироваться и рассматриваться не отдельно, а через выполняемое им действие. Следовательно, активность выражает уровень деятельности. Если личность находится в состоянии деятельности, направленной на внешний мир, то это говорит об активности личности. Разница между взглядами ученых состоит в том, что часть из них под активностью понимает только интенсивную деятельность по изменению окружающего мира, а другая часть ученых понимает под активностью и процесс приспособления личности к миру. Скорее всего, это происходит из-за того, что процесс «приспособления» многими рассматривается как следствие слабости личности, неспособной к изменению мира. Однако Леонтьев А.Н. прав, полагая, что активность подразумевает и приспособление человека к условиям окружающей среды. Приспособление – это тоже деятельность, но уже по изменению человеком самого себя. Например, это может быть собственная корректировка целей, которые недостижимы в определенных условиях. Поэтому далее под активностью будем понимать любую деятельность личности, направленную как на изменение окружающего мира, так и на изменение самого себя. При этом данная активность всегда связана с личными интересами человека, ведь он изменяет среду в своих собственных целях. Следовательно, активность является следствием понимания своих личных интересов и потребностей. Также можно отметить, что активность является основой не только для изменения мира, но и для изменения самого себя. Это основа саморазвития личности. В этом и состоит значение активности для человека: без активности невозможно никакое изменение внешнего мира и невозможно развитие человека.

Рассмотрим, почему человек становится активным. В работах Петровского В.А. высказывается мнение о том, что активность личности увеличивается тогда, когда субъект оказывается способен ставить перед собой избыточные требования по отношению к требованиям ситуации. То есть активность, по его мнению, не связана прямо с необходимостью. Простой ответ на какую-то внешнюю ситуацию – это еще не активность, настоящая активность связана с моментом начала прогрессивного движения деятельности.

В этих взглядах уже можно заметить связь активности с творчеством. Ведь именно творчество обычно рассматривается исследователями как что-то такое, что является дополнением к уже сложившейся ситуации. В частности, Марков В.В. полагает, что творчество характеризуется поиском и новизной [7, с. 31].

Рассмотрим, что понимается под понятием «творчество». Изучая определение «творчество» различных авторов, можно обобщить, что во всех дефинициях было то, что способность к творчеству рассматривалась как способность создавать что-то уникальное, неповторимое, оригинальное, новое. А. Ребер определил способностью к творчеству следующим образом: «это психический процесс, который приводит к уникальным и новым решениям, идеям, положениям, художественным формам, теориям или продуктам» [18, с. 203]. Все многообразие определений творчества можно свести к двум подходам. В первом подходе творчество объясняется через различные модели мышления, интеллекта. Именно так понимали творчество Дж. Гилфорд, А. Ротенберг, С. Медник. Э. де Боно, Е.П. Торранс, П.Я. Пономарев. Е.П. Торранс, изучая понятие творчества (креативности), выделяет, что в современных исследованиях креативность трактуется как высший мыслительный процесс. А. Ротенберг сообщал под способностью к творчеству развитое абстрактное мышление. Приоритет в этих подходах принадлежит моделям мышления и интеллекта, так как именно они объясняют механизм создания нового продукта. Соответственно, высокий интеллект предполагает высокую творческую активность. Но каждая концепция творческих способностей, разработанная в русле понимания творчества как следствия высокого интеллекта, предлагает свой критерий творчества. Так, для концепции Дж. Гилфорда таким критерием является вариативность и оригинальность ответов испытуемого. Для концепции С. Медника критерием является отдаленность ассоциативной связи между двумя объектами. В теории П.Я. Пономарева (1974г.) критерий творчества – перестройка логической схемы действия на основе найденного интуитивного решения.

Однако данные подходы имеют ограничения при отнесении конкретных форм поведения человека к «творческим» или «нетворческим» формам.

Во многом это объясняется тем, что некоторые модели творческой деятельности являются психометрическими (Дж. Гилфорд, С. Медник), т. е. творчество в них описывается на основе успешности выполнения тестовых заданий. Например, это успешность установления ассоциаций в тесте С. Медника. В противоположность тестовым заданиям реальный творческий процесс невозможно свести к установлению ассоциации мышления. Творчество – это сложный процесс, а не только нахождение ассоциаций или высказывание оригинальных взглядов. Тем более, что возникает вопрос о том, кто и по каким критериям будет оценивать, насколько ответы были «оригинальными». В отечественной психологии сложилось представление о творчестве как о специфической категории, отличной от категории деятельности. Если под деятельностью понимать исключительно сознательный, целесообразный процесс, в ходе которого происходит согласование цели и результата, то творческая активность просто сразу же не вписывается в данное определение.

Так, Я.А. Пономарев отмечал, что творчество наиболее адекватно описывается категорией взаимодействия: «Все элементы мира индивидуальны, т. е. подобно людям отличаются друг от друга. Нет двух одинаковых капель воды, нет двух одинаковых молекул и т. п. Таков постулат индивидуальности. Если допустить этот постулат, а в предельном случае это вполне возможно, то легко заметить, что при взаимодействии человека и задачи должно возникать новое». Однако введенный Я.А. Пономаревым принцип взаимодействия в качестве объяснительной категории не отменяет и принципа деятельности. Согласно А.Н. Леонтьеву (1977г.), деятельность – это процесс активного отношения человека к действительности, в результате которого происходит достижение субъектом поставленных ранее им же целей, в том числе удовлетворение разнообразных потребностей и освоение общественного опыта. Во втором подходе творчество объясняется через мотивацию и личностные черты (А. Танненбаум, А. Маслоу, Д.Б. Богоявленская). Например, к числу черт творческой личности относят: когнитивную одаренность, высокую критичность мышления,

чувствительность к проблемам и т. д. Теория интеллектуальной активности Д.Б. Богоявленской (2002г.) объясняет творчество как выход за пределы заданной проблемы. Проблема творческой одаренности рассматривалась Д.Б. Богоявленской в связи с проблемой способностей. Д.Б. Богоявленская сообщает, что основным показателем творчества является интеллектуальная активность, которая сочетает в себе основные компоненты, такие как познавательный (общие умственные способности) и мотивационный. Как видно, и в этом подходе частью творчества все-таки называются «умственные способности» и «интеллектуальная активность». Но в этом случае, рассматривать вопрос творческой активности подростков с интеллектуальными нарушениями бессмысленно.

Если считать по-другому, и исходить из того, что к творчеству относится широкий спектр деятельностей человека, не ограниченный только интеллектуальными задачами и предполагающий создание любого нового продукта, то необходимо найти другое определение творчества. Дружинин В.Н. (2002г.) под творчеством понимает особый вид продуктивной активности преобразовательного характера. Данное определение передает суть творческого процесса применительно к различным видам творчества и типам действий субъекта. Но активность понимается как «продуктивная», что опять предполагает субъективную оценку. Неизвестно, какую активность считать «продуктивной». Д.Н. Узнадзе (2004 г.) определил творческую деятельность как обусловленную во внутреннем плане и как свободную автономную активность. Следовательно, самостоятельное вовлечение в творческую деятельность любого характера повышает личностную активность в разных сферах жизнедеятельности. Такие ученые как, Л. Волович, Ж. А. Зайцева и М. И. Рожков, рассматривают творческую активность как концентрированное выражение личностного потенциала и закрепление его в уникальном исходном продукте деятельности. Важный акцент ученые делают на том, что творческая активность изначально и первостепенно заложена в личности. А для раскрытия творческого потенциала необходимо личность актуализировать, создавая условия для творчества.

Основой творчества можно считать воображение. Именно воображение способно создать новые образы, объекты и ситуации, которые не существовали раньше. Л.С. Выготский (2015г.) психические процессы «воображение» и «мышление» называл их «чрезвычайно родственными», отмечая общность их происхождения и строения как психологических систем. Он считал, что эти процессы близкие по функциям и своей структуре. По его мнению, воображение является как необходимый, неотъемлемый момент мышления, особенно творческого. Именно в мышление включены процессы прогнозирования и предвосхищения.

В проблемных, кризисных ситуациях человек использует и мышление, и воображение. Сформированное в воображении представление о возможном или перспективном решении укрепляет поиск и определяет дальнейшее направление мотивации поиска. Чем больше неизвестного в кризисной ситуации, и чем больше она является неопределенной, тем значительнее становится роль воображения. Человек, поставленный перед решением сложной задачи, сам определяет и находит путь ее решения, отбрасывая неверные логические ходы и выделяя верные и правильные. Это характерно творческому мышлению. При решении любых сложных задач, поставленных человеком, в этом и возникает потребность. Но созданию новых образов и ситуаций способствуют те, которые существовали у человека ранее. Нужна какая-то «база знаний», из которой воображение уже строит другие новые образы.

Воображение является разновидностью познавательных процессов и создает человеку другие новые образы путем переработки имеющихся. Создание образов таких предметов и явлений, которые иногда не воспринимались человеком раньше, и есть технический прогресс, то есть - воображение. Человек может мысленно представить себе то, что в прошлом не воспринимал или не совершал, у него могут возникнуть образы предметов, явлений, с которыми он раньше не встречался.

Непременное условие творческого процесса является изменение образов за счет функции воображения, именно благодаря воображению, человек имеет возможность предоставить до начала деятельности готовый результат своего труда. Возможность функции воображения можно предвидеть наступление тех или иных событий в будущем и показывает тесную связь воображения и творческого мышления. Воображение непосредственно связано с речью, а именно словами можно выразить то, что не совпадает с сочетанием реальных предметов или представлений. Только под средством речи и других звуков человек получает возможность освободиться от непосредственных впечатлений (Леонтьев А.Н., 2014г.). Воображение также тесным образом связано с волей человека.

Выделяют произвольное и произвольное воображение. Любая профессиональная и творческая деятельность человека строится на произвольном воображении, которое является осознанной, направленной деятельностью. Посредством воображения создаются образы, никогда в целом не воспринимавшиеся человеком в действительности. Воображение – это познавательный процесс отражения будущего путем создания новых иных образов на основе переработки образов восприятия, мышления и представлений, полученных в предшествующем опыте. Его сущность заключается в преобразовании мира, именно этим определяется важная и значимая роль воображения в развитии человека как действующего субъекта.

В отечественной психологической традиции закрепилось следующее научное определение воображения: воображение – универсальная человеческая способность к построению новых целостных образов действительности путем переработки содержания сложившегося практического, чувственного, интеллектуального и эмоционально-смыслового опыта [10, с. 7]. Как отмечает выдающийся отечественный психолог Л.С. Выготский (2015г.), что творческая деятельность воображения находится в прямой зависимости от богатства и разнообразия прежнего опыта человека, потому что этот опыт представляет материал, из которого создаются построения фантазий. Чем богаче опыт человека, тем больше материал, которым располагает его воображение. Отсюда следует важный вывод: при создании благоприятных условий для развития воображения и творчества человека, необходимо расширять его реальный жизненный опыт. Чем богаче внутренний мир человек, и именно чем больше человек видел, слышал и пережил, чем больше он знает и усвоил, чем большим количеством элементов действительности он располагает в своем опыте, тем значительнее и продуктивнее при других равных условиях будет деятельность его воображения. Для воображения характерна высокая степень наглядности и конкретности. Воображение как основа всякой творческой деятельности проявляется во всех сторонах культурной жизни, делая возможным художественное, научное, техническое творчество. В этом смысле все, что окружает нас и что сделано рукой человека, весь мир культуры, в отличие от мира природы, – все это является продуктом человеческого воображения и творчества на этом воображении.

Таким образом, анализ работ ученых показал, что активность тесно связана с творчеством. Активность – это деятельность личности, направленная на преобразование среды. Но и под творчеством, творческой активностью понимается, прежде всего, деятельность, связанная с созданием чего-то нового, т.е. опять с внесением личностью изменений в окружающую среду. Важно, что это «новое» может быть никак не связано с «необходимым». Творческая активность является как бы дополнительной к той активности, которая необходима для решения обычных жизненных проблем. В творчестве важно воображение, оно становится основой для творчества. Для создания нового продукта его необходимо сначала вообразить, представить себе конечный результат вносимых в среду изменений. Любая активность связана как со способностями человека, так и с его интересами, с эмоциональным и личным отношением к той деятельности, которой он занят. При отсутствии личной заинтересованности в изменениях, в создании нового продукта, человек не станет проявлять активность. Далее необходимо разобраться со структурой мотивации человека, и определить, какое место занимает в ней мотивация к профессиональной и творческой деятельности.

Мотивационная сфера личности и место в ней мотивации к профессиональной и творческой деятельности. Мотивационная сфера является ядром личности, признается исследователями. Мотив, стимулируя деятельность, придает ей творческий характер, органически соединяет процесс овладения знаниями и умениями с их практическим применением, позволяет использовать уже имеющиеся знания и умения для приобретения новых знаний. Мотивация по Леонтьеву (2014г.), считает, что система осознанных личностью интересов, желаний и потребностей, оказывающая основное побудительное влияние на целенаправленные действия личности. Мотивация человека всегда направлена на определенный конечный результат, направлена на определенную цель, ведет человека к результату связанных друг с другом действий.

Рассматривая историю изучения мотивации в отечественной психологии в XX веке можно заключить, что отечественные ученые в данной области сталкивались с различными трудностями. Так, одной из них была терминологическая путаница, когда одинаково и как синонимы употреблялись термины «мотивация» и «мотив». При этом часто использовался термин «мотивация», который мог охватить практически все феномены детерминации поведения, и им можно было объяснить различные наблюдаемые факты. В конечном итоге, В.К. Виллюнас, анализируя

терминологическую неразбериху с понятием мотива, как в отечественной, так и зарубежной психологии, пришел к выводу о том, что вполне возможно само обсуждение вопроса о том, что такое «мотив», является не целесообразным. По мнению, В.К. Вилюнаса вместо этого необходимо сосредоточиться на изучении отдельных феноменов, которые можно принять за побудителей активности индивида. Довольно продуктивную и конструктивную позицию в отношении понимания мотива занимает отечественный психолог А.Н. Леонтьев, который в 1956 г. писал о том, что мотив побуждает отдельное, частное действие. С другой стороны, в более поздние годы он уже говорил о том, что мотивом может обладать только деятельность, а действие не имеет своего отдельного мотива.

Если рассматривать действия в составе деятельности, то естественно, в этом случае деятельность мотивированна. Она задается каким-либо мотивом, а конкретные действия в этой деятельности отдельного мотива не имеют, однако они тоже мотивированы всей деятельностью в целом. Однако если действием является определенный поступок, то он в любом случае должен иметь мотив, поскольку совершается сознательно и имеет определенную цель. Поступок – это действие, которое реализуется человеком независимо от актуальной ситуации его реализации и имеющихся текущих условий. В этой связи определенное развитие позиций А.Н. Леонтьева (1977г.) отмечено в исследованиях - что когда одни и те же действия становятся деятельностью, то данная деятельность приобретает уже свой самостоятельный мотив. Это явление получило название в психологии как «сдвиг мотива на цель».

Мотивация и мотив – взаимообусловленные и взаимосвязанные психические категории и мотивы действия формируются на базе определенной мотивации. А также благодаря выработке отдельных мотивов человек может влиять на мотивацию в целом. При этом мотивом обладают конкретные отдельные действия, а деятельность должна рассматриваться в контексте понятия «мотивации».

В целом, резюмируя вышеизложенное, заметим, что мотивация обычно современными исследователями рассматривается как процесс. И здесь мы имеем дело с понятием мотивационного процесса, который имеет определенные стадии и этапы.

Здесь целесообразно подробнее остановиться на позиции одно из современных отечественных психологов Е.П. Ильина, который на основе обобщения различных зарубежных и отечественных подходов к мотивации разработал свою авторскую концепцию. Прежде всего, Е.П. Ильин (2012г.) четко разграничивает понятия потребности, мотива и мотивации. Потребность – это отражение в сознании нужности, желанности чего-то в данный момент, часто переживаемое как внутреннее состояние и побуждающее психическую активность, связанную с поставленной целью. При этом потребность – это не только дефицит чего-то, но и как желание обладать привлекательным, значимым, важным для достижения цели объектом или как желание устранить неприятное переживание или усилить их, если они приятны.

Мотив – это то, устойчивое личностное свойство субъекта, которое побуждает его выполнять определенные действия. Является конечным результатом мотивационного процесса (мотивации). Мотивация – это мотивационный процесс, процесс действия мотива на поведение, и как механизм, который обуславливает возникновение, направление и способы реализации конкретных форм деятельности. По мнению Е.П. Ильина, стадии мотивации, их количество, а также их внутреннее содержание обуславливаются, прежде всего, видом стимулов, которыми могут быть не только физические раздражители, но и различного рода социальные факторы. Также характер мотивации может определяться способами постановки целей. Е.П. Ильин предложил модель формирования мотива в случае, когда стимулом поведения выступает биологическая потребность. В данной модели автор выделил следующие этапы формирования мотива: 1 этап – формирование первичного мотива; 2 этап – поисковая активность; 3 этап – выбор конкретной цели и формирование намерений.

Мотивация объясняет целенаправленность действия, организованность и устойчивость целостной деятельности, которая направлена на достижение определенной цели. В то же время истинно мотив в отличие от мотивации – это то, что свойственно самому субъекту поведения. Это устойчивое личностное свойство субъекта, которое побуждает его выполнять определенные действия. Особое место в отечественных теориях мотивации занимает позиция Л.С. Выготского, который выполнил довольно обстоятельный анализ проблемы мотивации личности. Характеризуя взгляды Л.С. Выготского (2015г.) на мотивацию, в первую очередь заметим, что он трактует

мотивацию как некую совокупность мотивов поведения. По мнению Л.С. Выготского, в психике человека имеются два параллельных уровня развития – высший и низший, которые и определяют высшие и низшие потребности человека и развиваются параллельно. Низшие потребности по Л.С. Выготскому – это потребности, которые относятся к базовым биологическим потребностям индивида и удовлетворение которых не требует произвольной регуляции поведения, а осуществляется естественным путем. Высшие потребности – это потребности социального характера, удовлетворение которых осознанно и произвольно и связано с функционированием высших психических функций. Удовлетворение потребностей одного уровня с помощью средств другого, невозможно. Например, если в определенный момент времени человеку требуется удовлетворение в первую очередь низших потребностей, то удовлетворить их с помощью реализации высших потребностей невозможно. Л.С. Выготский сделал вывод о том, что высшие и низшие потребности, развиваясь параллельно и самостоятельно, совокупно управляют поведением человека и его деятельностью.

Как показывает анализ литературы, из всех возможных диспозиций наиболее важной является понятие потребности. Состояние нужды индивида в определенных условиях и есть потребность, которых ему не хватает для нормального существования, развития и организации своей жизнедеятельности. При этом, если рассматривать потребность как определенное состояние личности, то она всегда связана с наличием у человека некоего чувства неудовлетворенности, которое вызывается дефицитом того, что требуется индивиду (личности). Например, рассмотрим мотив самоутверждения. Данный мотив определяет отношение к самому себе, и является результатом нравственного усвоения моральных принципов индивидуализма, эгоизма, идеализма и нонконформизма.

Самоутвердиться – это чувствовать себя источником изменений в окружающем мире. Здесь потребностью является повышение своей самооценки. Чувствуя, что его самооценка недостаточно высока, человек начинает искать пути повышения самооценки. Значительная масса людей самоутверждается и повышает свою самооценку в учебе, труде, семье, спорте, творчестве, игре и т. д. Но в ситуациях, когда данные сферы недоступны, стремление к самоутверждению может найти воплощение и в иной деятельности. Стремление к самоутверждению имеет множество смысловых оттенков: тщеславие, чувство собственного достоинства и собственной значимости, требование уважительного отношения к себе со стороны других, склонность показывать себя значительным и влиятельным перед другими, поддерживать свою положительную репутацию, ощущение ценности собственной личности, стремление к подтверждению высокой оценки своих личных качеств, самовлюбленность. Эти качества повышают уровень конфликтности, создавая условия для причинения вреда окружающим и самому себе.

Интересен коммуникативный мотив. Он связан с потребностью в общении. Коммуникативный мотив предполагает устойчиво значимое отношение к таким человеческим ценностям, как общение, дружба, товарищество, репутация. В силу этого коммуникативный мотив часто обуславливает социальную коллективную деятельность, ориентированную на общее благо. Это может быть трудовая, волонтерская, публичная деятельность. Но особенности личности и ситуации могут придавать деструктивное проявление данному побуждению. Общительность может повышать риски вступления группы людей, употребляющих наркотики или алкоголь.

Семейный мотив поведения работает в системе многих моральных принципов. Указанный мотив выражает устойчиво значимое отношение к семье, супругу, детям, домашнему уюту и всем прочим атрибутам семьи. Естественно, что оно мотивирует на создание семьи, воспитание детей, трудовую деятельность. В этом контексте данная мотивация представляет несомненную социальную пользу. Одновременно с этим она обостряет чувствительность личности на ситуации, субъективно угрожающие благополучию семьи.

Гностический мотив характеризуется устойчиво значимым отношением к познанию окружающего мира, желанием расширения сознания и устранения информационной неопределенности. Наличие настоящего мотива значимо для учебной, педагогической, научно-исследовательской, творческой деятельности.

Теория Л.С. Выготского в некоторых аспектах перекликается с теорией мотивации А. Маслоу (2010г.), в которой отмечено, что есть базовые для всех людей потребности. Они также подразделяются исследователем иерархически, т.е. он подразделяет их на низшие, базовые, и более высокие.

У каждого человека определено пять групп потребностей, согласно теории А. Маслоу, К физиологическим потребностям относятся потребности в пище, воде, воздухе, это те потребности, которые человек должен удовлетворять, чтобы просто выживать. Конечно, если лишить любого человека доступа к пище или воздуху, то его поведение будет направлено на поиск пищи или возможности дышать.

Желание человека находится в стабильном и безопасном состоянии, исключающем страх, боль, болезни и другие страдания связано с потребностью безопасности. Люди, испытывающие эти потребности, избегают стресса, любят порядок, следуют четким правилам. Правила позволяют им ощущать себя в безопасности, и пока эта потребность не будет реализована, высшие потребности у человека не появятся.

Человек, который стремится к участию в совместных действиях с другими людьми, хочет дружбы, любви и т.п. испытывает потребность принадлежности и причастности. Реализовав данную потребность, человек переходит к поиску признания и самоутверждения.

Потребности признания и самоутверждения отражают желания человека быть компетентным, сильными способным, уверенным в себе, уважаемым окружающими людьми. Люди с данной потребностью обычно стремятся к лидерскому положению. Эти потребности занимают одну из высших позиций в мотивации человека, поэтому нельзя ждать таких мотивов от человека, который не ощущает себя в безопасности или пока по каким-то причинам не реализовал свои потребности в совместных действиях с другими людьми. Люди с такой потребностью открыты к восприятию себя и окружения, созидательны и независимы.

Многие современные исследователи также полагают, что система мотивов человека является сложной. Например, Е.А. Митрофановой разработана следующая классификация мотивов, состоящая из трех видов мотивации.

Согласно классификации видов мотивации трудовой деятельности на основе признака разнообразия мотивационной структуры человека [8, с. 60].

Таблица 1 – Классификация видов мотивации трудовой деятельности

Виды мотивации	Базовые потребности
принудительная	потребности в безопасности, защищенности, стремление к исключению неопределенности, чувство долга и ответственности и др.
ценностная	потребности в содержательности труда, его творческой насыщенности, самостоятельности, возможности реализовать свои способности, общественная значимость труда и пр.
инструментальная	потребности в достижении необходимого уровня материального благополучия; обеспечении достатка для своей семьи; построении своей деловой карьеры; статусные потребности и др.

В первую очередь на первом этапе определяющее значение принадлежит потребностям, выступающим в качестве основы и источника трудовой активности человека. Потребности осознаются и преобразуются в интерес как источник побуждения к поисковой активности. На втором месте механизм мотивации трудовой деятельности – называется этап поисковой активности – происходит поиск путей и средств удовлетворения потребностей; определение целей действий с учетом личных предпочтений, оценка своих возможностей, анализ ситуации; оценка на этой основе целесообразности действия и реальности достижения цели. Следующий этап механизма мотивации – формирование мотива – является ключевым в предложенной модели, поскольку именно здесь человеком принимается решение действовать или не действовать в направлении достижения цели. На заключительном этапе механизма мотивации труда на личностном уровне – этап функционирования мотивации. Раскрывает процесс актуализации мотивов непосредственно в процессе трудовой деятельности в организации и формирования на этой основе трудового поведения человека.

Таким образом, мотивация включает в себя не просто внешние стимулы, но и внутренние интересы человека. Желание работать нельзя объяснить только тем, что человек должен зарабатывать, или только тем, что ему нравится какое-либо занятие. У любого человека мотивы труда – это целый набор внешних и внутренних мотивов.

Относительно источников творческой активности в психологии, в частности у В.Н. Дружинина (2002г.), существует два принципа объяснения ее происхождения:

1) мотивация недостаточности (творческая активность является следствием преодоления комплекса недостаточности);

2) мотивация избыточности (полноценно функционирующая, зрелая личности склонна к самореализации, творческому самовыражению).

Однако данные подходы дают лишь общие ответы и не раскрывают всего многообразия мотивационных установок, так или иначе побуждающих человека к творчеству.

Все подходы к исследованию мотивации творчества различаются в зависимости от трактовки исследователями сущности творчества и задач, которые они ставят перед собой. Так, например, в исследованиях (А. Матейко, В.М. Филиппенко), где под творчеством подразумевается специфический вид деятельности (изобразительное искусство и т. д.), мотивация рассматривается с точки зрения причин, побуждающих к этой деятельности. Есть какой-то стимул, заставляющий человека рисовать, заниматься научной деятельностью и т.д.

В исследованиях, посвященных изучению научного творчества (А. Рошка, М.Г. Ярошевский) ученые выделяют две группы мотивов. Это внешние (ориентация на блага и награды) и внутренние (непосредственный интерес к самой деятельности, удовольствие от процесса).

Следовательно, любая деятельность мотивирована не одним, а целым рядом причин (А.Н. Леонтьев, Л.И. Божович), и всю совокупность мотивов деятельности можно разделить на внешние и внутренние мотивы (А. Рошка, М.Г. Ярошевский). К внешней мотивации по М.Г.Ярошевскому (1971г.) относят деньги; статус, признание; вещи (дом, машина и т. д.); возможность путешествовать и т.д. К внутренней мотивации он относят: мечту; стремление к самореализации; убежденность; любопытство; личностный рост и т.д. Причем, системы внешней и внутренней мотивации состоят в достаточно сложных отношениях друг с другом. Реализация внешних мотивов усиливает мотивы внутренние, а реализация внутренних мотивов приводит к формированию новых, более сложных внешних мотивов. Излишнее количество внутренней мотивации ведет к снижению внешней мотивации. Если человек увлечен процессом деятельности и удовлетворение от этого процесса отодвигают результаты на второй план, то внешние мотивы становятся субъективно незначимыми.

Различия между творческими и «нетворческими» людьми заключаются в наличии или преобладании внутренней или внешней мотивации. Причем, это не значит, что для высокой активности важнее внутренние или внешние мотивы. У людей с низкой творческой активностью система мотивов однотипна. Это либо желание реализовать свои личные желания, либо потребность во внешней награде. Создание материальных условий для творчества – важно. Однако одного только создания материальных условий может не хватить, неслучайно мы наблюдаем растущую нехватку кадров на рынке инженерных специальностей и пока не увеличивающийся спрос на них среди абитуриентов вузов.

Не менее важной задачей, чем передача и формирование «знаний, умений, навыков», пусть даже и самых современных, является формирование мотивации творчества, то есть желания творить. Из биографий людей, внесших вклад в развитие мировой науки, техники или бизнеса, мы знаем, что их отличало желание изменений, внутренняя тяга к созданию нового продукта. Многие исследователи (В.Н. Пушкин, В. Н. Дружинин), опираясь на данные биографий и самоотчетов выдающихся людей, считают, что процесс творчества проявляется спонтанно и определяется активностью бессознательного при параллельном угнетении сознания.

Данные выводы были сделаны на основании описания внезапных «приступов» творчества, не поддающихся сознательному контролю, или внезапного озарения во сне или наяву. В таких описаниях творчество выглядит как бессознательная сила, определяемая накопившимися впечатлениями. Однако по каким причинам происходит этот бессознательный синтетический процесс и почему у одних людей он происходит, а у других нет? По мнению исследователей, в частности, В.Я. Пономарева (1999г), причина в интенсивной поисковой активности субъекта, в его увлеченности решением какой-либо проблемы, что делает субъекта чувствительным к побочным продуктам деятельности.

Таким образом, мы снова подходим к понятию мотивации.

В истории психологического объяснения движущих сил творчества можно выделить два подхода: психоаналитический и гуманистический. Согласно психоаналитическому подходу в основе творческих проявлений лежит стремление к вытеснению бессознательных конфликтов или преодолению комплекса недостаточности (З. Фрейд, А. Адлер). В рамках гуманистической

психологии отмечается, что творческие проявления являются свойством здоровой, зрелой, полноценно функционирующей личности (Г. Олпорт, К. Роджерс, А. Маслоу).

Основываясь на ряде экспериментов по мотивации поведения людей и животных (Б.Ф. Скиннер, И.П. Павлов, В.С. Ротенберг, С.М. Бондаренко, В. А. Петровский), можно утверждать, что в основе творчества лежит биологическая потребность в активности, которую можно свести к ориентировочно-исследовательскому рефлексу (И.П. Павлов).

Так, в одних экспериментах Б.Ф. Скиннера крысы жили в условиях полного комфорта и удовлетворения всех их нужд, но, тем не менее, стремились обследовать соседнее помещение, несмотря на то, что к этому их никто не побуждал, и это было потенциально опасно для них. В исследованиях с людьми испытуемым за успешное прохождение лабиринта давалось по пять долларов, во второй серии экспериментов стимуляцию прекращали, однако это не ухудшало результатов - испытуемые продолжали улучшать свои результаты, пытаясь найти оптимальный способ движения по лабиринту.

Однако потребность в активности выступает лишь предпосылкой творческой деятельности. Непосредственными же побудителями творчества в обыденной жизни выступают более конкретные мотивационные образования, такие как интерес, цель, ценности, замыслы и т. д. При ближайшем рассмотрении в качестве непосредственных побудителей творческой активности выступают интересы. Распространенным подходом в отечественной психологии является рассмотрение интереса в виде эмоционального переживания познавательной потребности (А.Н. Леонтьев, А.Г. Ковалев, А.В. Петровский). Однако это слишком узкое определение, и очевидно, что в интересах отражается не только познавательное отношение субъекта. На понятие интереса Б.И. Додонов (1973г.) смотрит шире и понимает под ним любую личностную потребность в определенных предметах и определенных видах деятельности как источник желанных переживаний и средств достижения желанных целей. Суть интереса заключается, по Б.И. Додонову, в динамике отношений между потребностями и эмоциями: эмоция, сначала являясь индикатором потребности, постепенно становится самостоятельным предметом потребности, что приводит к возникновению устойчивых интересов-отношений.

Однако достаточно ли устойчивого, процессуально ориентированного интереса, чтобы вызвать творческую активность? Ведь существует множество устойчивых процессуально ориентированных интересов, которые не выражаются в самостоятельной творческой активности (интерес к спорту, театру, чтению).

Ответить на этот вопрос поможет понятие личностной направленности. Под личностной направленностью понимается устойчиво доминирующая система мотивов, которая определяет направление поведения и деятельности человека (Л.И. Божович).

Следует отметить, что такие мотивационные образования, как ценности, цели не являются непосредственными побудителями творческой активности, все они формируются вторично, благодаря наличию и действию творческих интересов (которые и являются непосредственными побудителями). Формируясь и развиваясь, творческие интересы входят в структуру основных направленностей личности.

Б. Б. Коссовым.(1997г.) проанализированы личностные особенности творческих «лидеров» и «аутсайдеров» и установлено, что основным показателем мотивационной сферы личности лидеров является преобладание положительных эмоций, оптимизма, жизнерадостности над отрицательными эмоциями.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

Рассмотрев особенности понятия «мотивация», можно прийти к заключению, что вопрос мотивации является не таким простым и ее сложно изучать. И в литературе мы встречаем различные научные трактовки понятия мотивации.

В целом, мотивация рассматривается как динамичное образование, процесс или механизм. Ее можно менять и формировать. Можно утверждать, что мотивы являются довольно динамичными образованиями, способными изменяться в зависимости от того, как меняется актуальная ситуация реализации того или иного поведения или деятельности.

Проанализировав возможные виды мотивации человека, можно отметить, что в человеке имеются два уровня развития – высший и низший, которые развиваются параллельно и определяют высшие и низшие мотивы человека.

Мотивацию к творчеству рассматривают как высшую потребность личности. А реализовывать высшие потребности необходимо на основе уже реализованных низших потребностей (в еде, безопасности и т.д.).

Вопрос мотивации к творчеству сложен. Мотивация - это всегда направленность на некие блага (деятельность или предметы), в данном случае это ориентация на специфический вид активности, поэтому необходимо дать описание творческой мотивации исходя из особенностей самой творческой деятельности.

В основе творческой активности лежит потребность в исследовании окружающей среды, потребность в активности. Однако данная потребность является лишь предпосылкой творческой активности. Непосредственными побудителями творчества выступают процессуально ориентированные интересы. Но даже сами по себе процессуальные интересы еще не имеют творческого характера. Только в сочетании с другими личностными качествами (в частности, стремление к самореализации, любопытство, богатое воображение и т.д.) они образуют действительно творческую ориентацию личности.

Развитие творческой активности подростков без интеллектуальных нарушений. Творческая активность подростков без интеллектуальных нарушений активно изучалась в психологии и педагогике. Существует большое число исследований на данную тему. Большинство ученых, раскрывая сущность творческой активности личности подростка, отмечают, что она основывается на интенсивных преобразующих, поисковых способах деятельности и является высшим уровнем активности. В исследовании Н. В. Погореловой, творческая активность, которая характеризует личностно-ориентированное отношение к творческой деятельности и степень включенности в творческий процесс, рассматривается как качество личности [9, с. 90].

Л.В. Чупрова (2012г.) тоже считает, что творческая активность – это личностное качество подростка. Оно базируется на его желании быть неповторимой индивидуальностью. А. И. Карманчиков, изучая творческую активность подростков, пришел к выводу, что к активности ведет целый комплекс внутренних и внешних факторов. Среди характеристик творческой активности А. И. Карманчиков выделяет энергичность и эффективность [4, с. 47]. В.Г. Григорова (2010г.) считает, что творческая активность – это познание окружающего мира и способ собственного саморазвития и самовыражения.

Следовательно, с точки зрения данных ученых, любая активность подростка, которая как-то связана с его стремлением выделиться, реализовать себя, должна пониматься как творческая активность. Основным мотивом творческой активности является стремление подростка к саморазвитию.

Более подробно рассматривает, в чем проявляется творческая активность подростков, Р.Р. Загидуллин. Он полагает, что творческая активность – это способ существования личности, свойство личности, которое проявляется себя [3, с. 37]: в жизнедеятельности, в предметной деятельности, в общении, в самосознании. Таким образом, творческая активность подростка может проявляться в предметной деятельности. Но, видимо, исследователь имеет в виду самостоятельную деятельность, когда подросток сам выбирает направление своей деятельности. Ученый включает в творческую активность общение. Следовательно, он выделяет такой аспект творческой активности подростков, как ее социальная направленность. Творческая активность – это не только продукт интереса или способностей, но и следствие интереса подростка к другим людям.

В исследовании Л. Н. Шульпиной творческая активность определяется как устойчивое качество личности. Это личностное качество соединяет в себе потребности и мотивы к творчеству, интересы и конкретные действия, а внешне выражается в осознанном поиске подростком ситуаций творчества [12, с. 44]. По мнению Л. Н. Шульпиной в творческой активности соединяются и интересы подростка, и его действия. Другими словами, творческие мотивы и интересы обязательно должны проявляться в какой-то конкретной деятельности.

Н. Н. Нефедьева (2008г.) предлагает не менее интересный подход к определению понятия «творческая активность». Автор определяет ее как форму познания окружающего мира, когда личность осваивает творческий опыт. Впоследствии становящийся потом основой саморазвития.

Личность подростка не может просто «выражать себя». Самовыражение личности подростка всегда происходит только в рамках какой-либо определенной деятельности.

В исследованиях А. Матейко, В.М. Филиппенко под творчеством подразумевается специфический вид деятельности (изобразительное искусство, актерское мастерство, научная деятельность и т. д.).

Присущая подросткам деятельность включает в себя такие ее виды:

- 1) учебная,
- 2) общественно-организационная,
- 3) спортивная,
- 4) художественная,
- 5) трудовая.

Таким образом, исследователи не считают творческую деятельность в принципе характерной для подросткового возраста. С другой стороны, в случае подростка, творческую активность можно рассматривать на примере продуктивных видов деятельности, таких как рисование, конструирование, самостоятельные работы. Продуктивные виды деятельности являются наиболее органичными для подросткового возраста формами самовыражения. Кроме того, они являются потенциально творческими, т. е. предоставляют возможность для преобразовательной активности.

На структуре и содержании творческой активности, по мнению А.И. Карманчикова, [4, с. 29] отражаются возрастные, физиологические, эмоциональные особенности, а также имеющийся жизненный опыт и умения личности. Поэтому необходимо уточнить возрастные особенности подростков. В от 10-11 до 14-15 лет ведущую роль играет общение со сверстниками в контексте собственной учебной деятельности подростка. Это сложный переходный возраст от детства к взрослости, когда происходит процесс созревания психического, личностного новообразование человека, возникает «чувство взрослости». Социальная активность подростка заключается в большой восприимчивости к усвоению норм, ценностей и способов поведения, которые существуют в мире взрослых людей и отношениях между ними.

Для подростка в качестве ведущей деятельности в разнообразных формах выступает общественно полезная, в рамках которой формируется и интимно-личное общение со сверстниками, и очень общение с представителями противоположного пола. Возникает потребность к утверждению своей позиции «индивидуальности», стремлением чем-то выделиться. Такое стремление входит в мотивацию достижения, проявляясь в необходимых составляющих, таких как «награда», «успех» (Зимняя И.А., 1999г.).

Г.Г. Митрофанова (2014г.) также отмечает, что в подростковом возрасте усиливается стремление к самоутверждению себя в роли взрослого, в том числе через демонстративное участие в субкультурных юношеских группах. Кроме этого, меняется позиция подростка, именно в подростковом возрасте идет переход от позиции ученика к стремлению быть субъектом образования.

В подростковой среде обязательно появляется лидер, подростки стараются привлечь к себе внимание лидера и дорожат дружбой с ним, становятся интересны друзья, для которых сам подросток может быть лидером. Дружескому сближению способствует сходство интересов и дел. Подросток, который дорожит дружбой с товарищем, может проявить интерес к делу, которым тот занимается, в результате чего возникают новые познавательные интересы. К концу подросткового возраста очень велика потребность в близком друге. Подросток мечтает, чтобы в его жизни появился человек, который умеет хранить тайны, был отзывчивым, чутким, понимающим. В этот период одним из важнейших личностных приобретений становится овладение нравственными нормами.

Учебная деятельность, хотя она и остается преобладающей, отступает на второй план [9, с. 19]. Оценки по учебным предметам не являются ценностью, важным становится то, какое место подросток занимает в референтной группе.

Как правило, подростки активно участвуют в спортивной, художественной, общественно полезной и других разнообразных видах деятельности. Таким образом, они стараются определить себе место среди людей, показать свою значимость, ощутить себя членом общества, реализовать потребность в принятии взрослых самостоятельных решений. Ожидания от учителя, воспитателя в основном связаны с организацией деятельности. Предпочтительной оказывается позиция «советчика», промежуточная между младшей подростковой – «организатора» и юношеской – «консультанта». Нарастает потребность в признании со стороны воспитателя (если он значим) достижений и подтверждении своей взрослости, а также в оценке себя с точки зрения эталонов привлекательности, женственности, мужественности. Усиливаются побуждения к открытию себя как

личности индивидуальности. Опыт социально значимой групповой деятельности соотносится с возможностями группового и личного самоутверждения. Идет освоение взрослых форм личного и группового общения.

Нежелание участвовать в общей деятельности носит массовый характер. Наблюдается проявление немотивированной жестокости в отношениях. Нередко в классной жизни преобладают «уличная мораль», пренебрежение ученическими обязанностями, интерес к общению за пределами школы. Прослеживается расслоение группы по материальному признаку (Зимняя И.А., 1999г.).

Из положительных характеристик можно отметить тягу к самостоятельной творческой деятельности, стремление к независимости и самоорганизации.

Все вышесказанное позволяет нам прийти к следующим выводам:

1. Психологическими особенностями подростков являются потребность быть взрослым и стремление к самоутверждению себя в роли взрослого, интерес к общению за пределами школы, тягу к самостоятельной творческой деятельности, стремление к независимости и самоорганизации. Психологическими особенностями подростков являются стремление к независимости и самостоятельности, желание стать взрослым. Другими характеристиками подросткового возраста являются стремление к общению со сверстниками и самоутверждению в их среде. Творчество для подростка представляет интерес в том случае, когда оно действительно самостоятельное, а не проходит под контролем взрослых.

2. Ведущей деятельностью подростков является общественно-полезная деятельность в разнообразных формах. Качественные новообразования возникают в общественно-полезной деятельности подростка. Удовлетворяя потребности в общении со сверстниками и в самоутверждении, подросток формирует взгляды на различные явления общества, усваивает социальные нормы и правила поведения, ценности.

3. Творческая активность занимает в структуре мотивов подростков самое высшее место. И это означает, что формирование профессиональной и творческой мотивации у подростков предполагает, что у подростка к этому времени уже сформировано множество предпосылок к подобной мотивации деятельности.

Отсюда следует, что при наличии любых нарушений первой оказывается нарушенной способность к творческой активности, как самая сложная форма деятельности человека.

Далее рассмотрим, к каким выводам приходят ученые, рассматривавшие проблему профессиональной и творческой активности подростков с нарушениями интеллекта.

Проблемы мотивации профессиональной и творческой активности подростков с ОВЗ. Вопросы и проблемы, связанные с социальной адаптацией и интеграцией в общество подростков с ограниченными возможностями здоровья, широко исследованы в научной литературе. Понятие ограниченных возможностей здоровья объединяет различные формы патологии, но в настоящее время среди этой группы детей и подростков большинство составляют дети и подростки с нарушениями интеллекта. При нарушениях интеллекта центральное место занимает недоразвитие умственной деятельности. Это недоразвитие определяет и общее недоразвитие психики ребенка или подростка. В данном исследовании интересуют подростки с легкой и средней степенью умственной отсталости (дебильность), которые составляют основной контингент учащихся специальных (коррекционных) общеобразовательных школ и школ-интернатов VIII вида.

Данные психологических исследований показывают, что для подростков с интеллектуальными нарушениями характерна недостаточность, охватывающая психику в целом, в особенности, познавательную сферу. Прежде всего, нарушены процессы восприятия (Р.Я. Журавлева, М.В. Зверева, И.М. Соловьев и др.). Память детей и подростков с нарушениями интеллекта исследовали И.В. Белякова, Л.В. Занков и др. Данные исследователи отмечают слабость памяти в целом, и также ее произвольный характер. Дети и подростки не могут поставить перед собой задачу «запомнить». Изучение мышления детей и подростков с нарушениями интеллекта проводили Л.С. Выготский, Ю.В. Матасов, Б.И. Пинский др. Мышление отличают такие черты, как стереотипность, инертность, малоподвижность. Широко исследовалось развитие речи детей и подростков с нарушениями интеллекта (В.И. Лубовский, В.Г. Петрова и др.). Речь играет огромную роль для развития психики, поэтому развитие детей и подростков с нарушениями интеллекта тормозит еще и недоразвитие речи. В то же время в исследованиях отмечается неоднородность данной группы школьников (Л.В. Занков, В.И. Лубовский, М.С. Певзнер и др.).

По результатам исследований, можно выделить следующие нарушения развития данной группы подростков: общий медленный темп развития; низкая познавательная активность; сниженная общая работоспособность; сниженная умственная работоспособность. Есть нарушения уже на уровне просто восприятия (нарушены его целостность и обобщенность). Эти школьники не обобщают то, что видят и слышат, не создают целостную картину действительности. Иногда их представление о реальном мире нарушены, именно вследствие нарушенного восприятия. На такое нарушенное восприятие накладываются ослабленная память и внимание. Подростки быстро забывают новую информацию, внимание неустойчивое, непродуктивное. Мыслительные процессы инертные, т.е. уже имеющиеся знания с трудом применяются в новых условиях. Мышление отличается стереотипностью.

Наряду с познавательной деятельностью патология затрагиваются и другие сферы психики. Страдает не только интеллектуальная, но и волевая, мотивационная сторона психики. Все это искажает все развитие ребенка, замедляет его развитие.

Что касается мотивационной сферы, то подростки с интеллектуальной недостаточностью обычно довольны достигнутыми успехами и у них не возникает желания улучшить свои достижения. По мнению В.В. Воронковой, в этом свою роль играет и ограниченность знаний подростков, а не только интеллектуальная пассивность. Для данных подростков характерно: слабая выраженность побуждений к деятельности; кратковременность возникающих побуждений к деятельности; мотивы деятельности быстро исчерпываются; недостаточность социальных потребностей и др. У учащихся старших классов мотивы практической деятельности характеризуются значительной устойчивостью. Сознание общественной значимости выполняемой работы – исключительно важный мотив, побуждающий школьников с интеллектуальными нарушениями к активной деятельности.

Одним из наиболее важных компонентов его профессионально-творческой активности является воображение. В отличие от восприятия, памяти и мышления воображение при умственной отсталости изучено явно недостаточно. Работы Л.С. Выготского, В.И. Лубовского, С.Я. Рубинштейн дают только общее представление об их воображении.

В целом, можно выделить такие особенности воображения подростков с нарушениями интеллекта: недостаточная активность; инертность; произвольность.

Это ведет к тому, что подросток не может поставить перед собой задачу деятельности. Из-за слабости воображения он просто не способен представить результат своего труда.

Творческая деятельность снижена по той же причине. Таким подросткам сложно увидеть, что можно изменить в выполняемой ими стереотипной деятельности. И. А. Грошенко (2002г.) отмечает скудность тематики продуктов изобразительной деятельности таких школьников в процессе рисования на свободную тему. О. В. Боровик сообщает о том, что у школьников с нарушением интеллекта рисунки и рассказы зачастую включают стереотипные образы, которые имеют слабую и нередко негативную эмоциональную насыщенность, слабо сформированы его структурный и операционный компоненты, творческое воображение проявляется на низком уровне [8, с. 4]. Исследования О. Е. Шаповаловой (2013г.) показали слабое творческое и воссоздающее воображение у подростков с нарушением интеллекта. Автор обуславливает слабость воссоздающего воображения нарушением целостности и осмысленности восприятия. Нередко процесс воображения у подростков с интеллектуальными нарушениями характеризуется негативной, эгоцентрической направленностью. Это может быть как причиной, так и следствием затрудненной социализации.

Термин «социализация» появился в научной литературе в начале XX века и использовался в основном в социологии и социальной психологии. Социализация личности представляет собой сложный, многоплановый, противоречивый процесс взаимодействия индивида и общества. В отечественной педагогике термин «социализация» ввел П.Ф. Каптерев. В своем труде «История русской педагогики» (1915) он писал о том, что общества по дошкольному воспитанию способствуют социализации детей, оказывая помощь семье. Таким образом, термин «социализация» использовался автором в смысле «обобщенное воспитание». В последующем «социализация» стала ассоциироваться с понятием «воспитание в широком смысле» (Андреева Г.М., 2004г.).

Большое внимание к проблеме социализации подростков уделялось в трудах Г.М. Андреевой, Л.С. Выготского, А.В. Мудрика и др. Несмотря на широкое употребление, термин «социализация» не имеет однозначного толкования, сближаясь в одних случаях с воспитанием, а в других – с формированием личности. А.В.Мудрик считает, что развитие человека в процессе усвоения и

воспроизводства культуры происходит во взаимодействии человека с относительно направляемыми и целенаправленно создаваемыми условиями жизни на всех жизненных этапах. Согласно В.И. Загвязинскому и О.В. Селивановой, социализация предполагает усвоение социально положительных норм и ценностей. Г.М. Андреева определяет социализацию как процесс, включающий в себя приобретение и усвоение индивидом социального опыта путём вхождения в социальную среду, систему социальных отношений за счёт его же активной деятельности. Автор отмечает, что первая сторона процесса социализации – усвоение социального опыта – это характеристика того, как среда воздействует на человека; вторая его сторона характеризует момент воздействия человека на среду через его деятельность. И.Г. Бозина (2007г.) понимает социализацию как формирование у школьников социальных норм и ценностей, установок, образцов поведения, в результате которого происходит развитие индивидуальных свойств личности школьника при организации его взаимодействия с окружающей средой и принятии им социального опыта. Л. С. Ерёмина, В. Н. Куровский отмечают, что социализация – это непрерывный процесс, который распадается на этапы, каждый из которых «специализируется» на решении определенных задач. При чем, без проработки определяемой возрастным этапом задачи, последующий этап может быть искажен или заторможен. А.В. Лопатин отмечает, что социализация – предполагает не столько сознательное усвоение готовых форм и способов социальной жизни, сколько выработку (совместно с взрослыми и сверстниками) собственных ценностных ориентаций, своего стиля жизни. Б.М. Мирдиянова отмечает, что социализация – один из процессов, который необходим для нормального функционирования и развития общества. Сегодня, когда усложняется социальная структура и имеют место конкурирующие и конфликтующие социализирующие воздействия на личность, требования к человеку со стороны общества возрастают. А.Н. Нестеров считает, что рассмотрение социализации с точки зрения педагогики условно можно выразить как трансляцию культуры от поколения к поколению; как совокупность (множественность, рассогласованность и некоторая автономность, а не жесткая иерархическая система) действия факторов; как общение, без которого невозможно становление личности и восприятие ею картины мира; как освоение личностью норм, установок, ценностей, стереотипов, выработанных обществом, в результате чего у неё складывается система внутренних регуляторов, привычных норм поведения; как творческая самореализация личности и преобразование себя. А.В. Сушко считает, что важность изучения процесса социализации заключается в том, что он оказывает влияние на формирование личности индивида и становится фактором, обуславливающим его отношения в обществе.

Л.С. Выготский отмечает, человек в любом возрасте активен в среде и избирателен, преломляет среду через себя.

Понятно, что социализация подростка с нарушениями интеллекта, проходящая еще и в условиях специализированного образования, не содействует развитию творческой активности. Не помогает этому и среда жизни такого подростка.

Отмечают несколько механизмов, которые помогают объяснить сущность процесса социализации. Это имитация – осознанное стремление ребенка и подростка копировать определенную модель поведения. Дети (и взрослые) склонны копировать поведение своих родителей, а также других окружающих их людей.

Идентификация – это способ усвоения родительского поведения, установок и ценностей как своих собственных. Дети и подростки воспринимают особенности личности родителей, а также других взрослых, с которыми они связаны.

В отличие от детей, социализация подростков осуществляется не только в семье, но и в разносторонней деятельности по освоению социальных навыков в отношениях между людьми. Круг общения подростка обычно гораздо шире, чем у ребенка.

Показателями социализации являются формирование у подростков такого качества, как осознанная мотивация к адаптации в обществе, в том числе сформированное стремление личности к участию в различных социальных отношениях, активная позиция личности и т.д. Другими словами, активность предполагает, что подросток уже овладел ценностями общества и хочет адаптироваться в нем. Активность связана с положительным отношением подростка к обществу.

Следовательно, низкая профессионально-творческая активность подростков с нарушениями интеллекта будет являться следствием низкой социализации. Для таких подростков часто просто

неоткуда взять пример активности и творчества, а отношение к обществу может быть и отрицательным.

Важно подчеркнуть проблему эстетического уровня образовательной среды. Например, Кульневич С.В. (2001г.) считает, что важное значение для мотивации к творчеству подростков с интеллектуальными нарушениями имеет эстетическое оформление обстановки. Учащиеся должны постоянно ощущать вокруг себя высокий эстетический уровень среды, «вдохновляющий» на творческие проявления. Это условие далеко не всегда соблюдается в условиях специального образования.

Все исследователи подростков с нарушениями интеллекта подчеркивают низкий уровень их познавательной активности].

Однако творческая активность подростков представляет собой самый высокий уровень познавательной активности. Это даже не воспроизводящая активность, а более сложное образование.

Важным средством развития творческой активности являются самостоятельные и творческие работы. Именно самостоятельные работы обеспечивают прочное и сознательное овладение знаниями, а также превращают знания в убеждения, развивают интерес к учению и способствуют формированию познавательной мотивации учащихся при изучении различных школьных предметов.

Но здесь возникает противоречие с низкими способностями подростков с нарушениями интеллекта к обучению. Задача учителя состоит в том, чтобы искать и находить ту возможную область персонального успеха и уметь создавать территорию творчества. Тем более, что подростки с нарушениями интеллекта обычно довольны своими знаниями, что связано с низким уровнем критичности мышления.

Очевидно, что в силу психических и интеллектуальных особенностей детей и подростков с легкой умственной отсталостью существует специфика развития у них активности. Занков В.Л. отмечает, что у детей и подростков данной категории, как правило, низкий познавательный интерес, слабая мотивация к изучению и усвоению нового материала.

Выготский Л.С. (2003г.) считает, что низкая активность связана с тем, что у них нарушена целенаправленность, они не умеют прогнозировать и планировать предстоящие действия и результат, плохо ориентируются в задаче.

Кроме того, профессиональная и творческая деятельность предъявляет большие требования к личным качествам, в частности, к любознательности и упорству в достижении поставленной цели. В связи с этим многими исследователями подчеркивается необходимость развития у подростков с нарушениями интеллекта творческих способностей через развитие определенных качеств личности [8.].

Среди них самоконтроль занимает важное место. Он оказывает большое влияние на приобретение учебных и профессиональных умений, повышает осознанность выполняемых действий, позволяет школьникам успешнее организовывать собственную деятельность, а также обеспечивает их личностное развитие.

Но самоконтроль редко изучается как часть творческой активности подростков с ОВЗ. Мирский С.Л. отмечает, что до сих пор проблема самоконтроля умственно отсталых школьников исследовалась в основном в аспекте трудовой деятельности [8, с. 3].

Большинство работ, посвященных данной теме, выполнено более 10-15 лет назад, т. е. в иных условиях и применительно к иной социально-образовательной ситуации. Поэтому их сложно использовать в новой ситуации.

В них не отражены актуальные требования специального образования и его современное состояние. В сложившейся системе образования лиц с легкой умственной отсталостью придерживаются традиционных методов и приемов обучения, не отвечающих изменившимся требованиям социального заказа.

Система коррекционного образования предусматривает овладение учащимися базовыми учебными действиями, обеспечивающими сознательное отношение к обучению и содействующими дальнейшему становлению личности ученика с отклонениями интеллекта на доступном для него уровне.

В настоящее время уже недостаточно обладать некоторой суммой знаний, необходима постоянная готовность к изменению, к творчеству. Основная задача современного образования

должна заключаться в воспитании способности к творчеству, но пока преобладает определенная технология в изучении школьных дисциплин.

В большинстве образовательных учреждений в классических урочных или лекционных формах дают информацию и знания. В случае более способных учащихся, на олимпиадах и в разнообразных программах поддержки работ оттачивается опыт лидеров - тех, кто уже имеет сложившиеся научные или профессиональные планы.

Индивидуальный подход к учащимся – это один из важных дидактических принципов, но его реализация в школе возможна при создании территории творчества педагогами. Яковлева Е.Л. (1997г.) полагает, что в современной педагогике в центре всех образовательных процессов должен стоять конкретный человек. Именно он может принимать участие в обучении со своей индивидуальностью, со своим отношением и к знаниям, и к процессу образования. Данное положение следует учитывать при формировании у подростков профессиональной и творческой мотивации. Не менее важным представляется утверждение автора о том, что творческий потенциал личности развивается через эмоциональную сферу человека. Яковлева Е.Л. полагает, что развитие индивидуальности не сводится только к эмоциональному аспекту, но развитие творческого потенциала личности осуществляется именно через эмоциональный аспект. Взрослый обязан интересоваться не только тем, что ребенок знает или не знает, а и тем, что он чувствует. Е. Л. Яковлева выдвигает в качестве основного принципа развития творческого потенциала личности принцип трансформации от когнитивного содержания к эмоциональному содержанию. Проблемой эмоциональное отношение человека к заданию и соотнесение его с общепринятым отношением.

Для подростков с нарушениями интеллекта необходимо постепенно выработать привычку к активному действию в процессе любой деятельности. Более всего этому способствуют игровые приемы, стимулирующие интерес учащихся и вызывающий у них эмоциональный отклик.

Таким образом, среди причин низкой мотивации профессионально-творческой активности подростков с нарушениями интеллекта можно выделить следующие. Это недостаточный уровень социализации; неразвитое воображение; неразвитый самоконтроль.

В целом, проведенный теоретико - психологический анализ литературных источников позволил выявить следующие признаки творческой активности, которые проявляются в том, что:

- творческая активность является высшим уровнем активности (М. И. Данилов, В. Г. Иванова, В. А. Петровский и др.);
- творческая активность является следствием саморазвития и самореализации личности (К. Роджерс, В. Г. Григорова);
- творческая активность служит своеобразным концентрированным реализуемым потенциалом энергичной эффективной творческой деятельности личности (Ж. А. Зайцева и М. И. Рожков);
- творческая активность имеет социальную и общественную направленность (В.Д. Шадриков);
- творческая активность интегрирует творческие способности личности и действия по их реализации (Л. Н. Шульпина);
- творческая активность характеризует личностно-ориентированное отношение к творческой деятельности и степень включенности в творческий процесс (Н. В. Погорелова);
- творческая активность проявляется в интеллектуальной, эмоциональной, волевой готовности личности включиться в творческую деятельность (Р. Р. Загидуллин);
- творческая активность является формой собственного саморазвития (Н. В. Нефедьева).

Проанализировав возможные виды мотивации человека, можно отметить, что в человеке имеются высший и низший уровни развития, которые и определяют мотивы человека. Причем, практически всеми исследователями мотивация к самостоятельной деятельности и к творчеству рассматривается именно как высшая потребность личности.

Среди компонентов мотивации профессионально-творческой активности подростков можно выделить следующие. Это оптимизм и вера в свои силы; выработанная привычка к активным действиям; развитый самоконтроль; умение заранее предвидеть будущие результаты своей профессиональной и творческой деятельности.

В целом, каждый человек имеет универсальные способности к труду и творчеству. Но любая деятельность должна быть социально востребованной, тогда она представляет ценность.

Следовательно, далеко не всю деятельность и активность подростков можно считать по-настоящему творческой, а только ту, которая ведет к созданию продукта, который представляет социальную ценность.

Высокий интеллект не является обязательным компонентом профессиональной и творческой активности, другое дело, что при наличии высокого интеллекта подросток обычно сам переходит к активным творческим действиям, а вот подростка с нарушениями интеллекта к таким действиям необходимо подталкивать.

К тому же подросткам с нарушениями интеллекта раскрыться мешает низкий уровень социализированности и часто искаженные, нарушенные представления о реальности. Это объясняет непродуктивность их творческих действий.

Таким образом, среди причин низкой мотивации профессионально-творческой активности подростков с нарушениями интеллекта можно выделить следующие. Это недостаточный уровень социализации; неразвитое воображение; неразвитый самоконтроль.

Вопрос мотивации подростков с нарушениями интеллекта к творчеству сложен. Мотивация - это всегда направленность на некие блага (деятельность или предметы), в данном случае это ориентация на специфический вид активности, поэтому необходимо исходить из особенностей самой творческой деятельности.

Все исследователи творчества согласны, что творческие задачи относятся к числу задач, не имеющих прямых, готовых и апробированных решений. В этом случае акцент необходимо перенести с ценностей традиционной педагогики (развития памяти, мышления, внимания и т. п.) на ценности формирования мотивации к творчеству.

Но сложность состоит здесь в том, что творчество носит спонтанный и далеко не всегда прогнозируемый характер, превосходящий любое линейное планирование. Для творческих процессов очень важны всевозможные ассоциативные связи, аналогии и т. п. Необходимо уметь заранее представить себе, вообразить будущий результат своей деятельности. А это требует хорошего воображения и высокой критичности мышления.

В основе профессионально-творческой активности лежит потребность в исследовании и преобразовании окружающей среды, потребность в активности. Однако данная потребность является лишь предпосылкой творческой активности.

Непосредственными побудителями творчества выступают процессуально ориентированные интересы. Но даже сами по себе процессуальные интересы еще не имеют творческого характера. Только в сочетании с другими личностными качествами (стремление к самореализации, высокий самоконтроль, высокая критичность мышления, любопытство, богатое воображение и т.д.) они образуют творческую ориентацию личности.

Творчество, как и труд – это не способности, а деятельность. Оно обязательно реализуется в какой-то определенной продуктивной и социально востребованной деятельности. Именно творчество помогает подросткам реализовать себя, созидать в своем внутреннем плане культурные ценности, чувствовать себя успешным.

Литература:

- 1.Боровик О. В. Формирование воображения умственно отсталых учащихся: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 1999. 17 с.
- 2.Енин В. А. Педагогические условия воспитания творческой активности у учащихся в процессе внеклассной работы : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. - М., 1998. - 228 с.
- 3.Загидуллин Р. Р. Педагогические условия развития творческой активности подростков в процессе совместной деятельности в детских сообществах : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. - Ульяновск, 2003. - 229 с.
- 4.Карманчиков А. И. Педагогические условия развития творческой активности учащихся в системе дополнительного образования : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. - М., 2005. - 175 с.
- 5.Колотыгина Е. А. Эмоциональное развитие умственно отсталых первоклассников в разных социально-педагогических условиях: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Нижний Новгород, 2009. 26 с.

6. Лубовский В.И. Развитие речевой регуляции действий у аномальных детей: Автореферат докторской диссертации. М., 1975. - 57 с.
7. Марков В. В. Организационно-педагогические условия развития творческой активности учащихся профессионального лицея : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. - СПб., 2006. - 190 с.
8. Мирский С. Л. Самоконтроль умственно отсталых школьников в трудовой деятельности: автореф. дис. . канд. пед. наук: Москва, 1967. -18 с.
9. Погорелова Н. В. Полифункциональное досуговое объединение как фактор развития творческой активности старших подростков : дис. . канд. пед. наук : 13.00.01. - М., 2003. -181 с.
10. Родионова Г. С. Развитие воображения у старших школьников с общим недоразвитием речи в процессе работы со сказкой: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Нижний Новгород, 2012.- 25 с.
11. Семилеткина М.В. Исследование особенностей мотивационно-смысловой сферы детей с различным уровнем креативности: дис. ... канд. псих. наук. М., 1998.-182с.
12. Шутьпина Л. Н. Развитие творческой активности детей в процессе дополнительного образования: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01.- М., 2003. - 142 с.
13. Ярова Л. П. Формирование самоконтроля в учебной деятельности умственно отсталых младших школьников: автореф. дис. ... канд. пед. наук: Киев, 1994. 17 с.
14. Ярошевский М.Г. О внешней и внутренней мотивации научного творчества // Проблемы научного творчества в современной психологии. М., 1971.
15. Jackson Henry J., Boag Paul G. The Efficacy of Self-Control Procedures as Motivational Strategies with Mentally Retarded Persons: A Review of the Literature and Guidelines for Future Research [Электрон. ресурс] // Journal of Intellectual and Developmental Disability. 1981. Vol. 7. № 2. P. 65-79. Режим доступа: <http://informahealthcare.com/doi/abs/10.3109/1366825810901887?journalCode=jid>.
16. Kim Dr., Ok Dr., Byun Prof., Lee Prof. A case study on clinical dohsat-herapy on the self-control of children with mental retardation [Электрон. ресурс]. Режим доступа: http://www.jlidd.jp/gtid/acmr_17/pdf/35-myeong.pdf.
17. Mahoney Michael J., Mahoney Kathryn. Self Control Techniques with the Mentally Retarded // Exceptional Children. 1976. Vol. 42. Issue 6, P. 328. Режим доступа: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/19762971/self-control-techniques-mentally-retarded>.
18.Reber A. S. The Penguin dictionary of psychology. Harmondsworth: Penguin, 1985.

УДК 159.9

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНФЛИКТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В РАЗНОВОЗРАСТНОМ КОЛЛЕКТИВЕ ПЕДАГОГОВ СПО

М.В. Капранова, кандидат психологических наук,
доцент кафедры прикладной психологии
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» г. Королев Московская область
О.В. Дубик, специалист по учебно-методической работе
отдела интеграции в образовательное пространство
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» г. Королев Московская область
А.О. Яцук, магистрант 1 курса
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» г. Королев Московская область

В данной статье представлены результаты исследования ценностных ориентаций у педагогов СПО различного возраста. Актуальность исследования обоснована структурой кадрового состава, затрудняющего построение целостной организационной культуры и провоцирующего развитие конфликтных ситуаций. Исследование проводилось при помощи методики «Ценностные ориентации» М. Рокича, которая позволила описать особенности ценностных структур педагогов и сделать выводы о степени их противоречий. Авторы указывают на необходимость своевременного мониторинга ситуативных факторов, влияющих на климат в коллективе, и построение конструктивного «диалога» ценностей.

Ценности, ценностные ориентации, возрастные особенности, коллектив, конфликт.

STUDY OF THE CONFLICT POTENTIAL OF VALUE ORIENTATIONS IN A GROUP OF TEACHERS OF DIFFERENT AGE GROUPS

M.V. Kapranova, Ph.D, Associate Professor at the Department of Applied Psychology
State Educational Institution of
Higher Education of the Moscow region
«University of Technology» Korolev, Moscow Region
O.V. Dubik, officer of integtation department into educational community
State Educational Institution of
Higher Education of the Moscow region
«University of Technology» Korolev, Moscow Region
A.O. Yatsuk, 1st year master's student
State Educational Institution of
Higher Education of the Moscow region
«University of Technology» Korolev, Moscow Region

This article presents the results of the study of value orientations among teachers of secondary vocational schools of various ages. The relevance of the study is substantiated by the structure of the personnel, which makes it difficult to build a coherent organizational culture and provoke the development of conflict situations. he study was conducted using the method of "Value Orientations" by M. Rokich, which allowed to describe the features of the value structures of teachers and draw conclusions about the degree of their contradictions. The authors point out the need for timely monitoring of situational factors affecting the climate in the team, and building a constructive "dialogue" of values .

Values, value orientation, age features, team, conflict.

Работа в трудовом коллективе невозможна без столкновения целей, идей, интересов и ценностей. Возникающие противоречия и расхождения различных сторон очень часто перерождаются в конфликты. Большое число конфликтов возникает из-за несогласования ценностных ориентаций работников, различий в содержании психологической культуры. При наличии различных доминирующих ценностей у членов одного профессионального коллектива нарушается сплоченность и возрастает риск возникновения конфликтов. Поэтому анализ соответствия личности организационной культуре – обоснованная задача профессионального отбора кадров.

Однако кадровая ситуация в системе СПО не позволяет осуществлять подбор сотрудников по подобному критерию, поскольку в данном случае на первый план выходят особые педагогические и организационные компетенции, опыт работы в сфере профессионального образования. Поэтому возрастные рамки членов трудового коллектива здесь весьма широкие. При анализе учреждения, ставшего базой для исследования, возрастной диапазон кадров составил 21 – 68 лет.

Такая ситуация значительно осложняет процесс формирования целостной организационной культуры и закладывает основу для появления противоречий во взаимодействии, наиболее очевидные которые описываются следующим образом:

- Молодые сотрудники часто утверждают, что старшее поколение бездействует, не готово оказывать помощь и поддержку, особенно необходимую в ходе адаптации. Старшие сотрудники, с точки зрения молодых, консервативны, отрицательно относятся ко всему новому и, в целом, живут по устаревшим ценностям.
- В свою очередь сотрудники старшего поколения могут высказываться о чрезмерной амбициозности молодежи, несоответствующей реальным возможностям и способностям. Карьерные успехи молодых коллег тоже часто получают негативные оценки со стороны более возрастных сотрудников.

В большинстве случаев основой для этих противоречий можно рассматривать ценностную систему, которая имеет огромное значение не только для взаимодействия между коллегами в организации, но и для реализации педагогического влияния на личность обучающихся [2]. Система ценностных ориентации человека может меняться на протяжении всей его жизни, также и в зрелом возрасте. Говоря о педагогах зрелого возраста, можно сказать, что их ценностная система уже сформирована. В таком случае, можно говорить, в большей степени, не о формировании, а об индивидуальном уровне развития данных ценностей. Для молодых педагогов, профессиональная деятельность которых началась недавно, возникает вопрос: «На какие ценности необходимо ориентироваться, и какие ценностные ориентации прививать учащимся?» [4].

Таким образом, ценности и ценностные ориентации педагогов СПО определяют уровень эффективности сотрудничества как с обучающимися в освоении необходимых им ценностей, желание или нежелание следовать примеру педагога, целеустремленно и постоянно работать над собой [3], так и с коллегами в организации профессионального взаимодействия, карьерном развитии, решении текущих задач.

Целью данного исследования является изучение степени соответствия ценностных ориентаций у педагогов различного возраста, работающих в сфере среднего профессионального обучения, как возможный источник развития конфликтного взаимодействия.

Объектом данного исследования являются ценностные ориентации педагогов различного возраста, работающие в учреждении СПО.

Предметом – степень соответствия структуры ценностных ориентаций внутри разновозрастного коллектива педагогов СПО, как возможный источник развития конфликтного взаимодействия.

Исходя из цели исследования, нами была сформулирована следующая гипотеза: структура ценностных ориентаций педагогов разных возрастных групп демонстрирует значимые противоречия, которые обладают конфликтным потенциалом группового взаимодействия.

Эмпирической базой исследования стало Профессиональное образовательное учреждение «Колледж современного управления» г. Королев.

Теоретические положения, сформулированные психологической наукой, позволяют утверждать, что ценностная сфера детерминирует позицию личности, её направленность и содержание

профессионального самоопределения и самореализации, составляют основу направленности ее деятельности, отражают отношение человека к себе, окружающему миру и другим людям [5].

Для выявления ценностных ориентаций педагогов СПО ПОУ КСУ в исследовании использована методика М. Рокича «Ценностные ориентации», которая основана на прямой сортировке списка ценностей. М. Рокич рассматривал ценности как вариации прочного убеждения, что определенная цель или способ существования предпочтительнее, чем иной. Автор выделял такие классы ценностей, как:

- терминальные – убеждения в том, что конечная цель индивидуального существования стоит того, чтобы к ней стремиться;
- инструментальные – убеждения в том, что какой-то образ действий или свойство личности является предпочтительным в любой ситуации.

Эмпирическое исследование ценностных ориентаций педагогов сферы среднего профессионального образования ПОУ КСУ происходило в два этапа.

На первом этапе исследования были выявлены ценностные ориентации педагогов при помощи методик М. Рокича «Ценностные ориентации».

На втором этапе исследования реализованы процедуры количественного и качественного анализа, которые заключались в выявлении различий в ценностных ориентациях между педагогами различного возраста. Респонденты были разбиты на две группы по возрастному критерию. Группа 1 (младше 30 лет): от 21 до 28 лет, и группа 2 (старше 40 лет): от 41 до 59 лет. Прохождение опроса было анонимным.

Статистическая обработка выполнена при помощи программы StatPlus: mac Pro 6.0.

Решая следующую задачу: эмпирически определить ценностные ориентации педагогов ПОУ КСУ, по полученным данным были посчитаны средние значения по группам «молодых» и «взрослых» преподавателей, а также было проведено разделение по терминальным и инструментальным ценностям. Полученные данные отражены в рис. 1 и рис. 2.

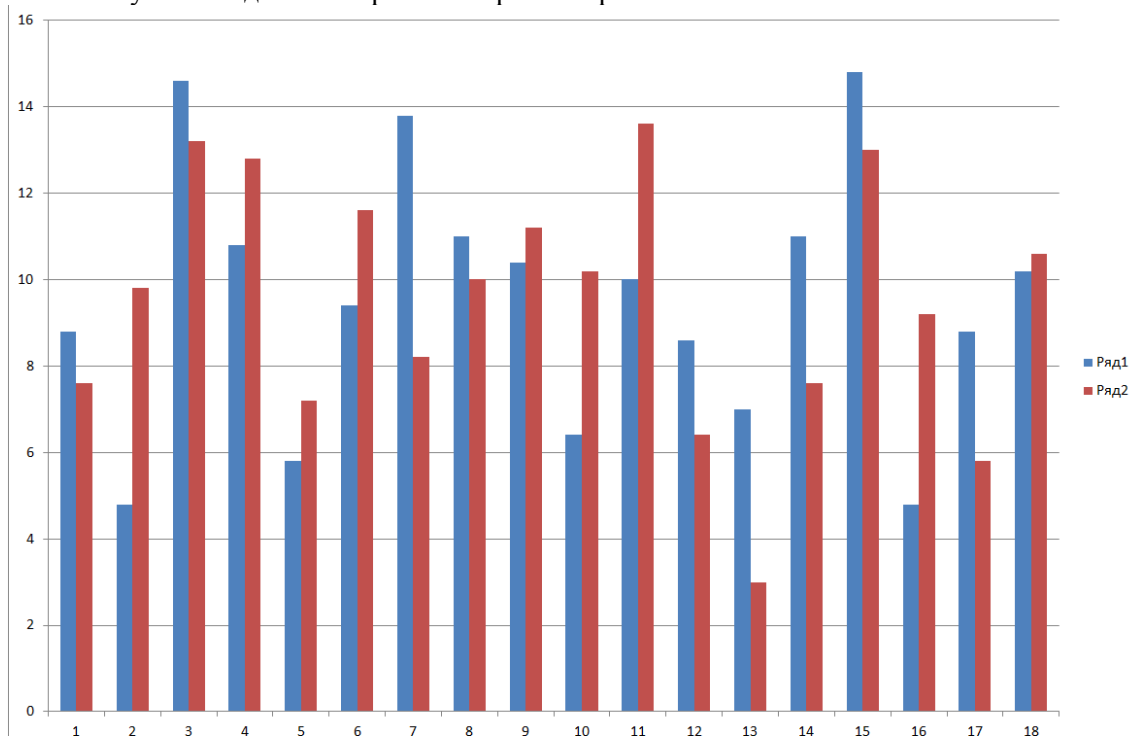


Рисунок 1 – Терминальные ценности групп преподавателей

Синим цветом в данной диаграмме выделены педагоги из группы 2, красным – педагоги из группы 1.

- Наименование ценностей:
- 1 – активная деятельность;
 - 2 – жизненная мудрость;

- 3 – здоровье;
- 4 – интересная работа;
- 5 – красота природы и искусства;
- 6 – любовь;
- 7 – материально-обеспеченная жизнь;
- 8 – наличие хороших и верных друзей;
- 9 – общественное признание;
- 10 – познание;
- 11 – продуктивная жизнь;
- 12 – развитие;
- 13 – развлечения;
- 14 – свобода;
- 15 – счастливая семейная жизнь;
- 16 – счастье других;
- 17 – творчество;
- 18 – уверенность в себе.

Из представленных в Рисунке 1 данных видно, что преобладающие ценности у педагогов группы 2 (старше 40 лет) это счастливая семейная жизнь, здоровье и материально-обеспеченная жизнь. Это может быть обосновано тем, что на поприще карьеры их интересы уже максимально реализованы. У педагогов, входящих в группу 1 (младше 30 лет), помимо счастливой семейной жизни и здоровья, основную ценность также несут интересная работа и продуктивная жизнь.

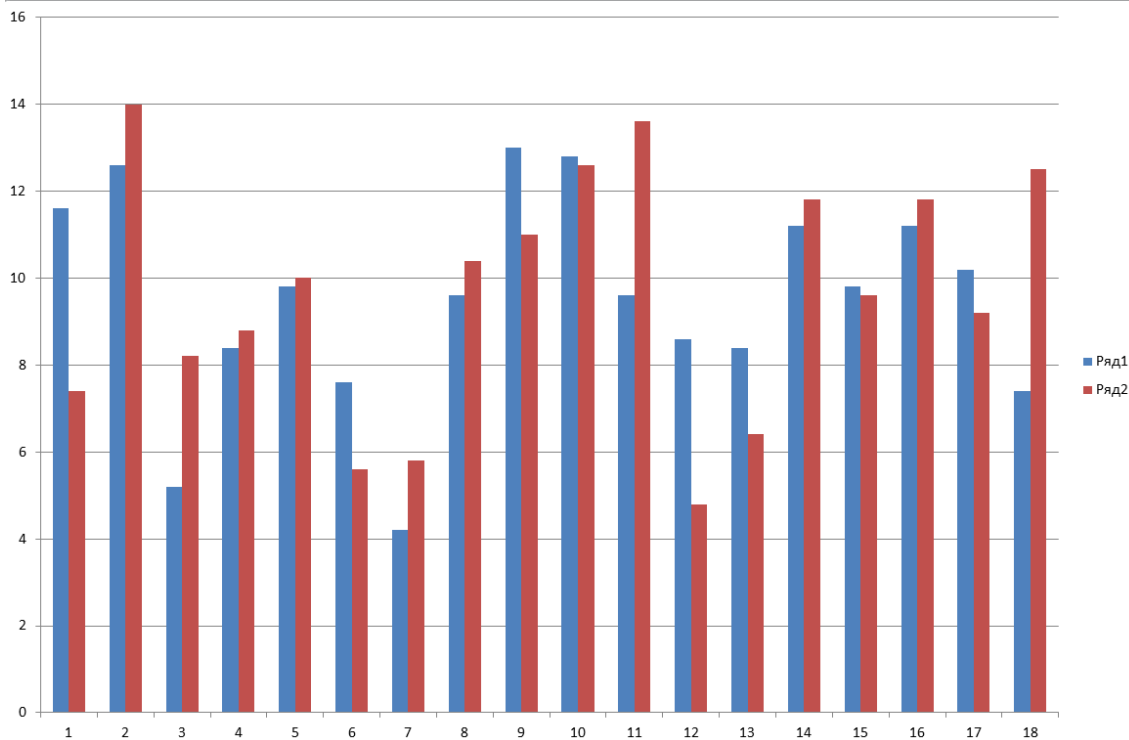


Рисунок 2 – Инструментальные ценности групп преподавателей

Синим цветом в данной диаграмме выделены педагоги из группы 2, красным – педагоги из группы 1.

Наименование ценностей:

- 1 – аккуратность;
- 2 – воспитанность;
- 3 – высокие запросы;
- 4 – жизнерадостность;
- 5 – исполнительность;
- 6 – независимость;

- 7 – непримиримость;
- 8 – образованность;
- 9 – ответственность;
- 10 – рационализм;
- 11 – самоконтроль;
- 12 – смелость в отстаивании своего мнения;
- 13 – твердая воля;
- 14 – нетерпимость;
- 15 – широта взглядов;
- 16 – честность;
- 17 – эффективность в делах;
- 18 – чуткость.

Благодаря данным из Рисунка – 2 можно сделать вывод, что доминирующими ценностями педагогов в группе 2 являются воспитанность, рационализм и ответственность, что может быть связано с возрастными особенностями данной группы респондентов, а также большим опытом в профессиональной деятельности. Молодые педагоги в качестве значимых ценностей выделяют такие, как: воспитанность, рационализм, самоконтроль и чуткость. Такие данные могут свидетельствовать о том, что представители группы 1 большое внимание уделяют межличностному взаимодействию в процессе профессиональной деятельности.

Для доказательства гипотезы, говорящей о том, что структура ценностных ориентаций педагогов разных возрастных групп демонстрирует значимые противоречия, была составлена иерархия инструментальных и терминальных ценностей преподавателей ПОУ КСУ, а также проведен корреляционный анализ. Данные представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Иерархия терминальных ценностей педагогов

«Взрослые» педагоги		«Молодые» педагоги	
1.	Жизненная мудрость	1.	Развлечения/удовольствия
2.	Счастье других	2.	Творчество
3.	Красота природы и искусства	3.	Развитие
4.	Познание	4.	Красота природы и искусства
5.	Развлечения/удовольствия	5.	Активная деятельность
6.	Развитие	6.	Свобода
7.	Активная деятельность	7.	Материально обеспеченная жизнь
8.	Творчество	8.	Счастье других
9.	Любовь	9.	Жизненная мудрость
10.	Продуктивная жизнь	10.	Наличие хороших и верных друзей
11.	Уверенность в себе	11.	Познание
12.	Общественное признание	12.	Уверенность в себе
13.	Интересная работа	13.	Общественное признание
14.	Наличие хороших и верных друзей	14.	Любовь
15.	Свобода	15.	Интересная работа
16.	Материально обеспеченная жизнь	16.	Счастливая семейная жизнь
17.	Здоровье	17.	Здоровье
18.	Счастливая семейная жизнь	18.	Продуктивная жизнь

При помощи коэффициента корреляции Спирмена было произведено выявление взаимосвязи между иерархиями терминальных ценностей разновозрастных педагогов. По результатам корреляционного анализа коэффициент корреляции равен 0.216, ($p < 0,05$). Следовательно, корреляция между иерархиями терминальных ценностей у группы 1 и группы 2 не достигает уровня значимости.

Данные об иерархии инструментальных ценностей группы 1 и группы 2 представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Иерархия инструментальных ценностей педагогов

«Взрослые» педагоги	«Молодые» педагоги
---------------------	--------------------

	Непримиримость	1.	Смелость в отстаивании своего мнения
2.	Высокие запросы	2.	Независимость
3.	Чуткость	3.	Непримиримость
4.	Независимость	4.	Твердая воля
5.	Жизнерадостность	5.	Аккуратность
6.	Твердая воля	6.	Высокие запросы
7.	Смелость в отстаивании своего мнения	7.	Жизнерадостность
8.	Образованность	8.	Эффективность в делах
9.	Самоконтроль	9.	Широта взглядов
10.	Исполнительность	10.	Исполнительность
11.	Широта взглядов	11.	Образованность
12.	Эффективность в делах	12.	Ответственность
13.	Нетерпимость	13.	Нетерпимость
14.	Честность	14.	Честность
15.	Аккуратность	15.	Чуткость
16.	Воспитанность	16.	Рационализм
17.	Рационализм	17.	Самоконтроль
18.	Ответственность	18.	Воспитанность

При помощи коэффициента корреляции Спирмена было произведено выявление взаимосвязи между иерархиями инструментальных ценностей разновозрастных педагогов. По результатам корреляционного анализа коэффициент корреляции равен - 0.122, ($p < 0,05$). Следовательно, корреляция между иерархиями инструментальных ценностей между анализируемыми группами не достигает уровня значимости.

Таким образом, можно сделать вывод, что гипотеза о различиях в иерархии ценностей педагогов разного возраста подтвердилась. Иерархии ценностей, действительно, разные структуры. Подобный результат подтверждается наблюдением, что в каждом возрасте человек устанавливает для себя собственные доминирующие ценности, которые помогут ему в решении личностных и ситуативных задач.

Для оценки глубины расхождения ценностей был выполнен анализ различий в доминирующих ценностных ориентациях у педагогов различного возраста. Наиболее значимые для респондентов ценности были сгруппированы в содержательные блоки. В группе терминальных ценностей были рассмотрены ценности профессиональной самореализации и личной жизни.

Значение ценностей профессиональной самореализации складывалось из среднего по таким значениям, как активная деятельная жизнь, интересная работа, общественное признание, продуктивная жизнь и развитие.

Значение ценностей личной жизни складывалось из среднего по таким значениям, как любовь, наличие хороших и верных друзей, свобода, счастливая семейная жизнь и удовольствия.

По результатам статистической проверки с помощью U-критерия Манна-Уитни по ценностям «Профессиональная самореализация» и «Личная жизнь» обнаруживается, что различия уровня признака в сравниваемых группах статистически незначимы ($U=9,5$, $U=9,0$, при уровне значимости $p < 0,01$).

Аналогичный результат был получен и при сравнении инструментальных ценностей самоутверждения (высокие запросы, независимость, непримиримость к недостаткам, образованность, смелость в отстаивании своего мнения, твердая воля и эффективность в делах) и ценности принятия других людей (самоконтроль, терпимость, чуткость, широта взглядов и честность). Показатели U-критерия Манна-Уитни демонстрируют отсутствие статистически значимых различий при уровне значимости $p < 0,01$.

Таким образом, противоречия ценностей, обнаруживаемые при сравнении групп разного возраста (младше 30 лет и старше 40 лет), носят общий характер и не касаются доминирующих

ценностей, определяющих отношение к профессиональной самореализации и личной жизни. Межличностное и профессиональное взаимодействие в коллективе может быть построено на основе доминирующих ценностей, а возможное ценностное рассогласование внутри профессиональной группы может носить ситуативный характер.

В этой связи успешность процесса управления социально-психологическими конфликтами в коллективе надо связывать скорее с эффективностью решения текущих профессиональных задач в условиях организационной коммуникации, чем с личностными детерминантами. Важен своевременный мониторинг ситуативных факторов, влияющих на климат в коллективе, и обеспечение конструктивного «диалога» ценностей.

Перспективным продолжением данного исследования можно считать анализ ценностных ориентаций обучающихся СПО, как целевой аудитории педагогического воздействия, и поиск путей построения целостной концепции организационной культуры в системе профессионального образования.

Литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений [Текст] // М.: Аспект Пресс. 2000. 376 с.
2. Будинайте Г.Л., Корнилова Т.В. Личностные ценности и личностные предпосылки субъекта // Вопросы психологии. 1993. т.14. №5. С. 99-105.
3. Введенский В.Н. Моделирование профессиональной компетентности педагога [Текст] /В.Н. Введенский // Педагогика. 2003. №10. С. 51-55.
4. Железнякова С.И. Социокультурные ориентации учителей [Текст] / С.И. Железнякова // Социологические исследования. 2001. № 4. С. 99-102.
5. Зеер Э.Ф., Павлова А.М. Психология профессионального образования : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Э.Ф.Зеер. 2-е изд., испр. и доп. // М.: Издательский центр «Академия». 2013. 416 с.
6. Когтева Е.В. Практики межпоколенного взаимодействия на предприятии ракетно-космической отрасли // Научный журнал «Социально-гуманитарные технологии». № 4. 2017. 29-53с.
7. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании. Методика изучения ценностных ориентаций // Психологическое обозрение. №1. 1998. 27-33.

УДК 159.9

ИЗУЧЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

М.В. Капранова, кандидат психологических наук,
доцент кафедры прикладной психологии

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Россия

Е.В. Саввинова, магистрант 1 курса

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Россия

С.А. Андриенко, специалист по учебно-методической работе
кафедры прикладной психологии

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Россия

В статье представлены результаты исследования внутреннего имиджа образовательной организации дополнительного профессионального образования с последующей разработкой рекомендаций для формирования благоприятного имиджа. Исследование проводилось с использованием опросников Л. Терстоуна и А. Фидлера, направленных на изучение степени лояльности сотрудников к организации и психологического климата в коллективе соответственно, как важных составляющих оценки внутреннего имиджа.

Внутренний имидж, психологический климат, лояльность, дополнительное профессиональное образование.

RESEARCH OF INTERNAL IMAGE OF THE ORGANIZATION IN THE SPHERE OF ADDITIONAL PROFESSIONAL EDUCATION

M.V. Kapranova, PhD, Associate Professor of the
Department of applied psychology

State Education Institution of
Higher Education Moscow Region
«University of Technology», Korolev, Russia

E.V. Savvinova, 1st year master's student

State Education Institution of
Higher Education Moscow Region
«University of Technology», Korolev, Russia

S.A. Andrienko, Specialist in educational and methodical work of the
Department of Applied Psychology

State Education Institution of
Higher Education Moscow Region
«University of Technology», Korolev, Russia

The article presents the results of the study of the internal image of the educational organization of additional professional education with the subsequent development of recommendations for the formation of a favorable image. The study was conducted using questionnaires L. Thurstone and A. Fidler, aimed at studying the degree of employee loyalty to the organization and the psychological climate in the team, respectively, as important components of the assessment of internal image.

Internal image, psychological climate, loyalty, additional professional education.

Современная социально-экономическая среда ставит организации в условия стремительно развивающейся конкуренции, в связи с этим, чтобы оставаться конкурентоспособными, руководителям необходимо повышать эффективность и продуктивность деятельности организации, ее престиж и качество предоставляемых образовательных услуг. В особенности это важно для молодых организаций, которые пытаются занять свою нишу на рынке, заработать авторитет и статус. Одним из важнейших ресурсов, обеспечивающих рост и развитие организации за счет качественного построения обучающего процесса, являются человеческие ресурсы. Удовлетворенность трудом, приверженность организации, ее ценностям и нормам, благоприятный психологический климат в рабочем коллективе формируют позитивный внутренний имидж компании и оказывают положительное влияние на деятельность сотрудников, что значительно повышает их личную эффективность и производительность, способствует повышению мотивации персонала, обеспечивая достижение намеченного результата деятельности организации – получение прибыли. Достижение цели организации будет, при этом, соответствовать достижению цели и каждого ее члена, которые бы имели видение не только результата деятельности, но и своих личных результатов – своего вознаграждения за труд, перспективы своего роста, что значительно снизит текучесть кадров.

Внутренний имидж организации представляет собой восприятие сотрудниками организации, в которой они функционируют, и психологическое отношение к ней. М.В. Томилова определяет внутренний имидж организации как «представления занятых о своей организации», к занятым относятся все сотрудники организации, штатные и совместители, как носители имиджевых характеристик [6]. Внутренний имидж неразрывно связан с внешним, воспринимаем потенциальными клиентами и партнерами имиджем. Многие современные исследователи указывают на значительный вклад внутреннего имиджа в формирование общего имиджа компании, на взаимозависимость внешнего и внутреннего имиджа и целесообразность уделять большее внимание формированию благоприятного образа организации прежде всего в сознании сотрудников (Р. Р. Горчакова, В. Л. Бозаджиев, А. М. Нагимова). Эффективный внутренний имидж, соответствующий внешнему позиционированию, является необходимым условием достижения организацией устойчивого и продолжительного успеха на рынке [2].

Важной составляющей внутреннего имиджа выступает социально-психологический климат в коллективе. В.Д. Парыгин определяет социально-психологический климат коллектива, как преобладающий и относительно устойчивый психологический настрой коллектива, который находит многообразные формы проявления во всей его жизнедеятельности [5]. По В.М. Шепелю, психологический климат определяется как эмоциональная окраска психологических связей, возникающих на основе близости, симпатии, совпадения характеров, интересов и склонностей [7]. Обобщая определения психологического климата коллектива, можно сказать, что психологический климат – это внутреннее состояние коллектива, совокупность отношений коллектива не только друг к другу, но и к условиям труда, характеру деятельности и руководству.

Одной из характеристик, с помощью которой можно оценить сложившуюся атмосферу, является лояльность персонала организации. В общем виде под лояльностью понимается положительное, благожелательно-нейтральное отношение человека к чему-либо. Согласно И.Г. Чумарину, лояльность сотрудника – это соблюдение им существующих в организации законов, правил, процедур на добровольной основе [3]. В данной работе под лояльностью понимается положительное отношение работника к организации, принятие ее политики и культуры. Лояльный сотрудник стремится достигать высоких результатов в деятельности, готов брать на себя ответственность и искать новые пути достижения целей компании. Чувство сопричастности и нужности, согласование личных целей сотрудников с целями всей организации приводят к повышению продуктивности рабочего процесса. Вследствие этого, залогом эффективной деятельности организации является высокий уровень лояльности у ее сотрудников.

Исходя из актуальности проблематики внутреннего имиджа организаций, становится ясной необходимость изучения и регулярного мониторинга состояния внутреннего имиджа для поддержания его на оптимальном уровне или проведения своевременных мероприятий по его улучшению. Таким образом формулируется главная цель исследования – изучить внутренний имидж организации.

В рамках данного исследования был изучен внутренний имидж организации, деятельность которой заключается в оказании услуг дополнительного профессионального образования по профес-

сиональной подготовке и переподготовке, повышению квалификации руководителей и специалистов организаций. Выбранная анализируемая образовательная организация является молодой развивающейся организацией (образована в мае 2016 года), которая, имея устойчивые долгосрочные партнерские отношения с организациями региона, нацелена на расширение аудитории потенциальных клиентов и усиление позиции на рынке услуг дополнительного профессионального образования. Особенностью данной организации, которая может определять характеристики внутреннего имиджа, является то, что большая часть кадрового состава является внештатными сотрудниками.

Для оценки внутреннего имиджа организации были выбраны методики, позволяющие выявить степень лояльности сотрудников к организации и оценить психологический климат в рабочем коллективе: шкала Л. Терстоуна и методика оценки психологической атмосферы в коллективе (А.Ф. Фидлер). Выбор данных методик обусловлен результатом теоретического анализа проблематики внутреннего имиджа организации, который демонстрирует, что показателями внутреннего имиджа выступают лояльность, принятие политики и ценностей организации, а также атмосфера в рабочем коллективе. Выборку для исследования составили 10 сотрудников (4 штатных и 6 внештатных сотрудника, внешних совместителей), работающих в организации, 6 мужчин и 4 женщины в возрасте от 25 до 60 лет.

Результаты оценки психологической атмосферы в коллективе по А.Ф. Фидлеру представлены на рисунке 1. Как видно из диаграммы, только у двоих респондентов (респонденты №2 и №5) присутствует неудовлетворенность психологической атмосферой на рабочем месте, у остальных респондентов показатели личной оценки психологического климата находятся в диапазоне от 10 до 20 баллов, что соответствует оцениванию психологического климата, как благоприятного и удовлетворяющего респондентов. Основываясь на индивидуальных профилях оценки психологической атмосферы в коллективе, можно дать общую характеристику психологического климата, исходя из среднего значения. Таким образом, общая психологическая атмосфера в рабочем коллективе организации характеризуется как теплая, дружелюбная, отношения между сотрудниками строятся на взаимной поддержке, уважении и сотрудничестве.

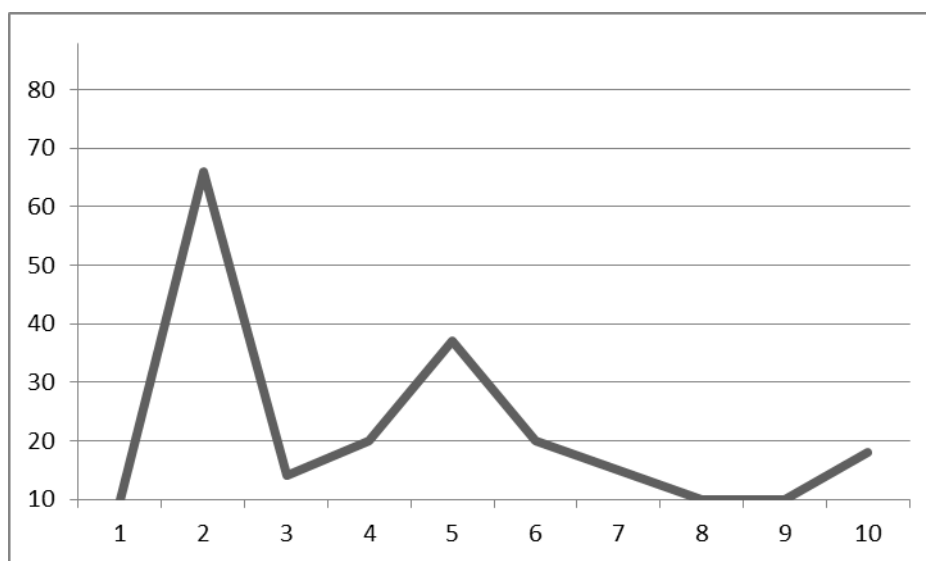


Рисунок 1 – Психологическая атмосфера в коллективе

Результаты исследования уровня лояльности к организации по методике Терстоуна представлены на рисунке 2. У девяти респондентов выявлен низкий уровень лояльности к организации и только у одного респондента (респондент №4) – средний уровень лояльности. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о негативном восприятии сотрудниками организации, в которой они работают; респонденты не принимают политику организации, ее нормы, правила и ценности.

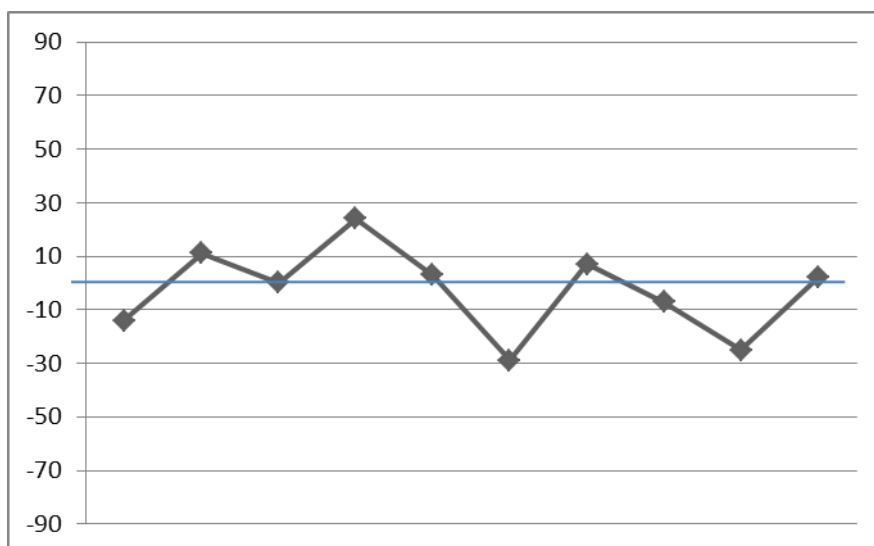


Рисунок 2 – Уровень лояльности к организации

Таким образом, в результате исследования внутреннего имиджа организации можно говорить о факте противоречия между благоприятным отношением сотрудников друг к другу и низким уровнем лояльности к организации. Низкий уровень лояльности свидетельствует о том, что сотрудники не стремятся сохранить свое рабочее место в данной организации, не чувствуют ответственности перед организацией за качество выполнения должностных обязанностей, не заинтересованы в ее развитии. Причины для возникновения установки на низкую организационную лояльность, сопровождаемую условиями благоприятной атмосферы в коллективе, можно предполагать в целом ряде факторов. Это и неудовлетворенность условиями труда, позицией руководства по отношению к подчиненным, стилем управления и т.д. При этом хорошие отношения в коллективе и сотрудников и их сплоченность в данном случае могут сыграть роль катализатора для еще большего снижения уровня лояльности к организации.

Выявленная проблема тем показательнее, что на фоне неблагоприятного внутреннего имиджа может происходить снижение эффективности работы всей организации, что влияет на степень неудовлетворенности клиентами предоставляемых организацией образовательных услуг. Удовлетворенность клиентов, в свою очередь, является ключевым фактором в деятельности образовательных организаций.

Следовательно, для изучаемой организации первостепенной задачей является разработка и реализация программы повышения лояльности сотрудников. Такая программа методически должна включать три модуля:

1. Модуль диагностики. Основная цель диагностики: конкретизировать причины возникновения сниженной лояльности, выявить ключевые факторы удовлетворенности/неудовлетворенности сотрудников.
2. Организационно-управленческий модуль. Содержание модуля составляет уточнение кадровой политики организации, построение прозрачной системы управления.
3. Модуль стимулирования, включающий разработку как материальных, так и нематериальных систем.

Реализация диагностического модуля может быть выполнена в ходе опроса сотрудников. Так, в рамках проводимого исследования, результаты опроса показывают, что наибольший фактор неудовлетворенности респондентов связан с воспринимаемым авторитарным стилем управления, используемым руководителем, при позиционировании организации, как построенной на демократических принципах. Авторитарный или автократический стиль управления характеризуется высокой степенью зависимости сотрудников от решений руководителя, сопровождается снижением мотивации у сотрудников и подавлением инициативы [4]. Также, в результате опроса, было выявлено разногласие в стилях взаимодействия со штатными и внештатными сотрудниками, что также неблагопри-

ятым образом сказывается на восприятии личности руководителя его подчиненными. Сотрудниками ощущается неравное положение в организации, не имеющее под собой объективных предпосылок.

В рамках организационно-управленческого модуля необходимо разработать и прописать кадровую политику компании. Политика – это собрание принципов, которым следует компания в своей деятельности. Принципы, фактически, это правила поведения, принятые в компании. В основу политики организации должно входить уважение своих сотрудников со стороны руководителя, возможно применение демократического стиля управления, ведь именно руководитель, в конечном счете, отвечает за всю компанию и каждого сотрудника в отдельности. Лояльность сотрудников напрямую зависит от возможности роста и развития в данной организации, уважения профессиональных и личностных качеств, возможности высказать свое мнение и быть услышанным и понятым. Еще одной организационной задачей является реализация четкой и прозрачной системы управления. Ощущения стабильности и уверенности у сотрудников можно добиться путем четкого разграничения полномочий и зон ответственности. Возможность проявления большей самостоятельности при принятии решений у сотрудников обеспечит ощущение доверия со стороны руководства.

Наличие эффективной системы мотивации сотрудников, материальной или нематериальной, поощрение за хорошо проделанную работу – это необходимый фактор лояльности и имиджа организации. В связи с этим руководителю необходимо четко понимать сферу потребностей своих подчиненных для создания действенной системы мотивирования, если для одних сотрудников актуальным будет наличие социального пакета, то для других – возможность бесплатного обучения и повышения квалификации. Следовательно, разработка стимулирующих систем должна базироваться на диагностических сведениях об особенностях мотивации и факторах удовлетворенности сотрудников.

Одним из действенных способов нематериального стимулирования является вовлечение сотрудников в процесс принятия решений. Привлечение сотрудников к процессу принятия организационных решений, а также предоставление возможности принятия самостоятельных решений в своей профессиональной деятельности так же повысит приверженность сотрудников. Решения, принимаемые на нижестоящих уровнях иерархии, по оперативным вопросам, возникающим в процессе обучения групп, в целом важны для качественного обучающего процесса, ведь именно они влияют на качество обучения, имиджевую составляющую организации, и соответственно на дальнейшие взаимоотношения с предприятиями-заказчиками обучающих услуг. Грамотное делегирование задач, не требующих непосредственного контроля руководителя, не только освободит время для решения более важных вопросов, но и сформирует у сотрудников чувство значимости и важности для организации.

Следует понимать, что ключевым условием реализации обсуждаемой программы является позиция руководителя организации и его готовность к изменениям и возможным затратам на реализацию рекомендуемых мер.

Подводя итог проведенному исследованию, хотелось бы сказать, что проблема лояльности и внутреннего имиджа является довольно распространенной среди небольших организаций, подобных исследуемой. Заинтересованность руководителя в деятельности и потребностях сотрудников, умение выстраивать с подчиненными доверительные уважительные отношения формируют положительный имидж руководителя, а следовательно, и положительный внутренний имидж организации, способствующий повышению общей эффективности деятельности организации. В связи с чем, результаты данного исследования и сформулированные рекомендации могут быть полезны в практическом применении.

Литература

1. Бозаджиев В.Л. Внутренний имидж организации и методика его исследования / В.Л. Бозаджиев // Новый взгляд. Международный научный вестник. 2016. №12. С. 119-133.
2. Васина Н.В., Введение в имиджологию: учебное пособие / Н.В. Васина, Т.Е. Старцева // Королев: ГБОУ ВПО МО «Финансово-технологическая академия». 2013 г. 150 с.
3. Долженко Р.А. Удовлетворенность, лояльность, вовлеченность персонала: уточнение и конкретизация понятий / Р.А. Долженко // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2014. № 9 (119). С.157–162.
4. Панина О.И. Проблема стилей в управлении / О.И. Панина // Социально-гуманитарные технологии. 2016. №2 (2). С.93-99.

5. Парыгин Б.Д. Основы социально-психологической теории / Б.Д. Парыгин // М.: Наука. 1971. 186 с.
6. Томилова М.В. Модель имиджа организации / М.В. Томилова // Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 1. С. 5-17.
7. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям /В.М. Шепель // М.: Народное образование. 2002. 576 с.

УДК 378

**КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ПОДГОТОВКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Л.Н. Жарко, преподаватель

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского»,
Институт иностранной филологии (Структурное подразделение)
Российская Федерация, г. Симферополь

В статье автор раскрывает роль кадрового обеспечения как важнейшего условия подготовки преподавателя дополнительного профессионального образования для ведения коммерческой деятельности инновационной направленности, описывает уровни приоритетности ведения кадровой политики образовательного учреждения на современном этапе, анализирует понятие академического развития.

Сделан акцент на необходимости совмещать традиционно сложившиеся формы управления кадрами с новыми организационными формами с целью эффективного обеспечения непрерывности профессионального образования, карьерного роста профессорско-преподавательского состава.

Кадровое обеспечение, академическое развитие, профессорско-преподавательский состав, дополнительное профессиональное образование.

**STAFFING IN ADDITIONAL PROFESSIONAL EDUCATION TEACHERS TRAINING
FOR BUSINESS INNOVATIONS**

L.N. Zharko, teacher

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Institute of foreign languages
Simferopol, Russian Federation

In the article the author reveals one of the conditions of realization of the model of teacher training of additional professional education for conducting commercial activity of innovative orientation, namely staffing. Shows the levels of priority of the reference personnel policy. Recommendations on the staffing of educational institutions with personnel of appropriate qualifications, continuity of professional education, career growth, etc. The conclusion about the necessity of combining the traditional forms of personnel management with new organizational forms.

Staffing, academic development, teaching staff, additional professional education.

Определяющим фактором роста благосостояния граждан Российской Федерации (РФ) является экономика страны. Совершенствование экономических процессов, становление и дальнейшее развитие инновационной экономики привели к использованию инновационных стратегий во всех сферах жизни, к внедрению экономики знаний. В условиях современного реформирования российского государства системе образования отведена значительная роль в достижении успеха технологической, экономической, социальной модернизации общества. Новая экономика диктует требования, предъявляемые к специалистам, а именно обладание инновационным типом мышления, получение фундаментальных теоретических знаний, умение применять новейшие информационные технологии.

Особенность деятельности образовательных учреждений дополнительного профессионального образования (ДПО) состоит в обеспечении объединения образовательного и научного процессов с использованием их кадрового потенциала [2; 17]. В сложившихся условиях обновление профессорско-преподавательского состава (ППС), повышение его квалификации является фактором обновления образовательных программ и системы образования в целом, повышения качества предоставляемой образовательной услуги, и как результат, повышение качества образовательного уровня выпускника, специалиста, что определяет актуальность данного исследования.

Кадровая политика является значимым ресурсом работы образовательного учреждения. По словам президента РФ В.В. Путина, очевидно, что система образования держится, прежде всего, на профессорах и преподавателях [19].

В одном из документов, принятом согласно Болонской декларации, анонсирована гарантия образовательных учреждений качества и компетентности преподавательского состава [9]. Преподаватели должны обладать полноценными знаниями, надлежащими умениями и достаточным опытом не только для плодотворной трансмиссии знаний обучающимся, но и для обратной связи, то есть эффективного контроля полученных обучающимися знаний, умений, навыков.

Одним из показателей работы образовательного учреждения является показатель кадрового обеспечения. На современном этапе уже не достаточно проанализировать только структуру и численность профессорско-преподавательского персонала, указав преподавателей, имеющих ученые степени кандидата / доктора наук, ученые звания доцента/профессора, следует обратить внимание на возрастную и квалификационную структуры ППС [5]. На основе научных публикаций [12], собственного педагогического опыта, рефлексий, мы установили следующее: наблюдается отток достаточного количества выпускников в сферу бизнеса, а не работа по специальности; отсутствует реальный конкурс на замещение вакантных должностей, как правило, участвует только один претендент; отмечается старение кадрового состава, причем не только в плане возраста, но и по профессиональным качествам; наблюдается традиционализм, а иногда и консервативность взглядов преподавательского сообщества; отмечается низкая издательская активность в рецензируемых журналах различных уровней и т. д.

В силу определенной косности научно-педагогической системы решение вопросов кадрового обеспечения развивалось поступательно, становясь все более разнообразным. В соответствии с логикой развития мер государственного регулирования, проблема кадров меняла уровни своей приоритетности. Государственная поддержка в рассматриваемой сфере проходила по следующим направлениям: сохранение научного потенциала, дополнительное финансирование, введение системы грантов, инфраструктурное оснащение условий труда, привлечение молодежи, предоставление самостоятельности в принятии решений образовательным учреждениям и т. д. [6]. На современном этапе кадровая политика образовательных учреждений базируется на принятии неповторимости и исключительности каждого специалиста, установлении практической профессиональной ценности и заслуг определенного работника, так как профессиональная компетентность уникальна, персонализирована [3].

Переход педагогического образования на качественно новый уровень основывается на научных подходах модернизации, коммерциализации, инновационности. Сегодняшние педагогические кадры работают в непрерывно меняющихся условиях, которые обязывают постоянно совершенствовать профессиональные качества, повышать уровень профессиональной подготовки, проходить дополнительную подготовку / переподготовку для возможного расширения границ своей педагогической деятельности, в том числе коммерческой.

Современные реалии жизни доказывают необходимость более динамичного вклада образовательных учреждений в экономику страны. Простая передача знаний от поколения к поколению, накопление знаний для потомков уходит в прошлое. Решение поставленных задач заключается в коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности образовательных учреждений, создании и развитии системы инновационных институтов, в которых существенно меняется роль профессорско-преподавательского состава. Теперь уже мало знать только содержание преподаваемой дисциплины, более востребованным становится междисциплинарный подход. Процесс преподавания усложняется, а система образования опирается на критический подход [21]. Традиционные правила кадровой политики не дают существенных результатов. Для привлечения обучающихся, как будущих специалистов, к современным проблемам сферы образования ППС необходимо эффективно использовать не только накопленный опыт, но и современное видение, применять новейшие технологии обучения. Введение и дальнейшее продвижение предпринимательского мышления, поощрение предпринимательской деятельности работников, развитие предпринимательских качеств у обучающихся и коллег коренным образом перестраивают работу кадров [10; 11]. Погружение образовательных учреждений в коммерческую среду, их «приравнивание» к бизнес-компаниям, делает естественным процесс заимствования и адаптации специфических черт данного сектора, в том числе кадровой политики.

Проанализировав выделенные М. Армстронгом стратегии кадровой работы [4], мы приходим к выводу, что администрация образовательных учреждений должна взять курс на модернизацию форм профессионального развития; поиск, рекрутирование и сохранение молодых специалистов; использование рево-

люционно-альтернативных программ карьерного роста; выработку объективных критериев оценки эффективности труда преподавателей с привязкой заработной платы к показателям результативности работы и созданием действенной системы стимулирования / поощрения ППС; создание условий для формирования новых компетенций ППС и их применения в учебном процессе; разработку системы вознаграждения ППС, имеющих высокие рейтинги по результатам научно-педагогической деятельности. В связи с этим, на наш взгляд, будет уместным остановиться на таком явлении как академическое развитие, которое еще не получило должной оценки и широкого распространения в российских образовательных учреждениях. Ряд ученых в своих работах рассматривает модели и практики академического развития в зарубежных университетах, приводя причины его возникновения, характеристику процессов, которые повлияли на его становление, их применение в российских университетах [1; 7; 13; 18; 20; 22]. В целом академическое развитие представляет собой особый вид деятельности, внимание которого сконцентрировано на оказании всесторонней помощи работникам, создании благоприятных условий для того, чтобы они достигали персонально поставленных целей, и в конечном результате, способствовали решению задач, поставленных образовательными учреждениями [20]. Как было сказано нами ранее, экономические процессы всецело влияют на образование, прослеживается прямая зависимость между уровнем их развития, наблюдается взаимопроникновение как понятийного, так и терминологического аппарата. Академическое развитие стало возможным благодаря основным направлениям реформирования системы образования (табл. 1).

Таблица 1 – Направления, способствующие академическому развитию образовательных учреждений на современном этапе

Направления	Содержание
Менеджериализм	- Курс на рыночные механизмы, запросы и требования рынка; - повышение эффективности работы образовательных учреждений и их мониторинг; - ориентация на нужды потребителей; - строгая отчетность; - рейтинговые системы.
Предпринимательская активность	- Коммерциализация результатов научно-исследовательской деятельности; - маркетингизация.
Непрерывное образование	- Обновление подходов к процессу преподавания; - создание программ профессионального и личностного роста преподавателей.

Говоря об академическом развитии, отметим, что этот путь, скорее всего, не панацея в организации, ведении, приумножении, модернизации кадрового потенциала. Следует совмещать новые организационные формы управления кадрами с уже имеющимися, продолжая традиции, придерживаясь преемственности, чтобы, в конечном итоге, достигнуть взаимовыгодного симбиоза.

Многие организации, в меньшей степени это относится к образовательным учреждениям, уделяют внимание социальной составляющей деятельности своих работников, делая значительные инвестиции в человеческий ресурс [12]. Например, заложены основы и развивается система дополнительного медицинского страхования, наличие собственных дошкольных образовательных учреждений (ДОУ) или определенных квот в ДОУ муниципального или другого подчинения, организован отдых / досуг не только сотрудников, но и членов их семей, работают кабинеты эмоциональной и психологической разгрузки и т. д. К сожалению, вынуждены констатировать, что для российских образовательных учреждений подобное все таки исключение, а не правило.

Особо отметим вопрос мобильности преподавательского состава, его участие в программах обменов и стажировок, в том числе за рубежом. Основой для повышения мобильности специалистов должны стать долгосрочные программы дополнительного профессионального образования, целью которых является получение как теоретических, так и практических знаний, умений, навыков, компетенций с получением сви-

детельства о повышении квалификации; стажировки на базе ведущих отечественных и зарубежных образовательных центров, производственных и иных компаний для формирования и фиксации на практике ранее полученных знаний, умений и навыков. На современном этапе формы стажировок приобрели достаточно широкий диапазон: изучение передового опыта работы; приобретение и непосредственное использование профессиональных, функциональных, организационных и др. навыков, например, временное исполнение обязанностей того или иного работника в качестве дублера; работа с нормативно-правовой, технической и иной документацией; сбор материала для дальнейшего использования в научно-исследовательской работе и т. д.

В ряде нормативных документов [8; 14; 15; 16] на государственном уровне закреплены не только параметры должностей работников образования, но и квалификационные требования, которые должны быть предъявлены к претендентам на эти должности. Эти квалификационные требования взяты за основу при написании должностных инструкций, в которых перечислены права, обязанности, ответственности, компетентности работников образовательных учреждений. При этом следует помнить о специфике организации труда и управления в сфере образования.

Таким образом, отбор педагогических кадров для успешного сопровождения учебного процесса связан не только с внешними изменениями, которые обусловлены новыми возможностями образовательной среды, но и с внутренними, которые связаны с изменениями в самой преподавательской деятельности, и оказывает влияние на поиск новых подходов к HR политике образовательных учреждений, которая связана с развитием как уже имеющихся кадровых ресурсов, так и с рекрутированием новых сил.

Для успешной реализации модели подготовки преподавателя дополнительного профессионального образования для ведения коммерческой деятельности инновационной направленности необходимо укомплектовать образовательные учреждения административным ресурсом, педагогическими кадрами, иными специалистами соответствующей квалификации, обеспечить непрерывность профессионального образования, возможность реального карьерного роста, социальную заботу.

Литература

1. Абрамов Р. Н. Менеджериализм и академическая профессия. Конфликт и взаимодействие / Р. Н. Абрамов // Социологические исследования. 2011. № 7. С. 37 – 47.
2. Агасандян, Л.Э. Особенности профессиональной позиции преподавателя системы дополнительного образования ВУЗ / Л.Э. Агасандян // Вестник ПСТГУ Серия IV: Педагогика. Психология. 2014. № 1(32). С. 9 –14.
3. Анисимов, Е.Я. Интегральная оценка профессиональной компетентности государственных служащих [Текст] / Е.Я. Анисимов // Интернет-журнал «Науковедение» Том 9. №2 (2017) <http://naukovedenie.ru> (дата обращения 20.01.2019).
4. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами: Пер. с англ. / М. Армстронг // М.: ИНФРА-М. 2002. 328 с.
5. Архипова Н.И., Колетвинова Е.Ю., Седова О.Л. Проблемы кадрового обеспечения в условиях модернизации системы высшего профессионального образования в России / Н.И. Архипова, Е.Ю. Колетвинова, О.Л. Седова // Вестник РГГУ. 2012. № 10: Серия «Управление». С. 11 – 25.
6. Дежина И. Г. Государственная кадровая политика в сфере науки и ее результаты / И.Г. Дежина // Университетское управление. 2006. № 6(46). С. 64 – 70.
7. Дим Р. «Новый менеджериализм» и высшее образование: управление качеством и продуктивностью работы в университетах Великобритании / Р. Дим // Вопросы образования. 2004. № 3. С. 44 – 56.
8. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих. Раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования»: приложение к приказу Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 августа 2010 г. №761н [Электронный ресурс]. – http://www.minzdravsoc.ru/docs/mzsr/salary/30/EK_Sobrazovanie.doc (дата обращения: 14.09.2016).
9. Иванов С.С., Волкова И.Е. Качество по европейской шкале / С.С. Иванов, И.Е. Волкова // Платное образование. 2005. № 11. С. 15.
10. Лазарев Г.И. Новые стратегии вуза в развитии кадрового потенциала / Г.И. Лазарев, О.О. Мартыненко, И.Г. Лазарев // Университетское управление: практика и анализ. 2015. №1. С. 53 – 63.

11. Лазарев Г.И. Предпринимательский университет: инновационный образовательный менеджмент / Г.И. Лазарев // Педагогика. 2013. № 8. С. 82 – 89.
12. Назарова И.Б. Кадровые стратегии российских вузов-лидеров: планы и реализация / И.Б. Назарова // Экономика высшей школы: Аналитические обзоры по основным направлениям развития высшего образования. 2011. Вып. 6. 80 с.
13. Павлюткин, И. В. Управление университетом в условиях новой рыночной ситуации (к концепции «нового менеджериализма») / И.В. Павлюткин // Вопросы образования. 2004. № 3. С. 57 – 65.
14. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 сентября 2015 г. № 608н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования» [Электронный ресурс]. – <http://base.garant.ru/71202838/> (дата обращения: 29.06.2017).
15. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 сентября 2015г. № 613н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» [Электронный ресурс]. – <http://base.garant.ru/71202838/> (дата обращения: 29.06.2017).
16. Приказ Министерства образования и науки РФ от 17 декабря 2010 г. № 1897 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования» С изменениями и дополнениями от: 29 декабря 2014 г., 31 декабря 2015 г. [Электронный ресурс]. – http://www.beledu.ru/storage/files/obschee_obrazovanie/fgos/fgos_ooo31122015.pdf (дата обращения 21.08.18).
17. Прикот О.Г. Непрерывное дополнительное образование: новые модели и правовое поле / О.Г. Прикот // Человек и образование. №3. 2012. С. 17 – 21.
18. Прохоров А. В. Модели университета в условиях глобализации / А. В. Прохоров // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2013. № 3 (27). С. 56 – 66.
19. Путин В.В. Качественное, современное образование – залог устойчивого развития нашей страны. На встрече с активом Российского союза ректоров 24 августа 2011 года [Электронный ресурс]. – <http://www.edu.ru/news/alert/19910/> (дата обращения 15.01.2019).
20. Чириков, И. С. Зачем университетам академическое развитие: опыт зарубежных ВУЗов / И.С. Чириков // Университетское управление: практика и анализ. 2010. №5(69). С.15 – 23.
21. Barnett, R. Higher education: a critical business / R. Barnett. Buckingham: Open University Press, 1997.
22. Mercer J., Barker B. and Bird R. Human resource management in education: Context, themes and impact. Abington; Routlege, 2010.

УДК 371.72

**МАСТЕР-КЛАСС КАК ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В ВУЗЕ**

И.Ф.Калинина, к.п.н., доцент кафедры гуманитарных
и социальных дисциплин,

А.А.Смирнов, к.п.н., доцент кафедры гуманитарных
и социальных дисциплин,

Т.Н. Архипова, к.т.н., доцент кафедры дизайна,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

В статье рассматривается возможность применения мастер-класса в учебном процессе физического воспитания в вузе. Описана технология проведения мастер-класса с использованием тренажеров флекси-бар и резинового амортизатора на занятиях по физической культуре со студентами вуза. Применялись базовые упражнения оздоровительных направлений с использованием этих тренажеров для совершенствования учебного процесса. Использование современных оздоровительных технологий формирует у студентов интерес к занятиям физической культуры и здоровому образу жизни. Показана значимость внедрения мастер-классов в учебный процесс по физической культуре в вузе, также решаются оздоровительные, образовательные и воспитательные задачи и прививается мотивационно-ценностное отношение к укреплению и сохранению здоровья.

Физическая культура, инновационные технологии, мастер-класс, флекси-бар, резиновый амортизатор.

**MASTER CLASS AS AN ELEMENT OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES
IN THE EDUCATIONAL PROCESS OF PHYSICAL EDUCATION IN HIGH SCHOOL**

I.F. Kalinina Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the
Department of Humanitarian and Social Disciplines,

A.A.Smirnov Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor of the Department of Humanitarian and Social Disciplines,

T. N. Arkhipova, Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor of Design Chair,
State Budgetary Educational Institution of
Higher Education of the Moscow Region
«University of Technology» («MGOTU»), Korolev, Russia.

The article discusses the possibility of using the master class in the educational process of physical education in high school. The technology of conducting a master class using flexi-bar simulators and a rubber shock absorber in physical education classes with university students is described. Basic exercises of recreational areas with the use of these simulators were used to improve the educational process. The use of modern health technologies creates students' interest in physical education and a healthy lifestyle. The significance of the introduction of master classes in the educational process in physical culture at the university is shown; it also solves recreational, educational and educational tasks and instills a motivational and axiological attitude to the strengthening and preservation of health.

Physical culture, innovative technologies, master class, flexi-bar, rubber shock absorber.

В настоящее время актуален здоровый образ жизни. Особенно это важно для молодого поколения, за которым будущее. Вопросам здоровья и развития молодежи посвящены работы многих авторов [1-9]. В вопросе физического воспитания молодого поколения важным является умение найти подход и заинтере-

совать студентов в регулярном посещении занятий по физической культуре. С этой целью необходим поиск оригинальных методов ведения занятий, максимальное разнообразие физических упражнений и т.п.

Преподаватели кафедры гуманитарных и социальных и дисциплин Калинина Ирина Федоровна и Архипова Татьяна Николаевна провели мастер-класс с использованием тренажера флекси-бар для студентов 1,2 курса (рис.1).



Рисунок 1 – Студенты МГОТУ на мастер-классе с использованием тренажера флекси-бар

Флекси-баром (flexi-bar) называется тренажер, внешне напоминающий гибкий шест, выполненный из стеклянного волокна, длиной 1,5 метра и весом всего около 600 граммов. Тренажер имеет два утяжелителя, которые закреплены по краям и удобный захват в центре, изготовленные из каучука. При занятиях с тренажером флекси-бар ощущается особая вибрация, которая пробуждает необычную, идущую из глубины тела реакцию – рефлекторное напряжение мышц, которого другим способом достичь невозможно.

Это воздействие впервые попытались изучить сорок лет назад. Профессор Расек, работающий в одном из университетов в Праге, пришел к выводу, что дозированное воздействие вибрации положительно сказывается на позвоночнике. Самым наглядным примером справедливости выводов профессора Расека и эффективности флекси-бара, является судьба его создательницы – жительницы Германии, которой врачи пророчили инвалидную коляску на всю жизнь. Пациентка изобрела тренажер, который позволил ей не только встать на ноги, но и объехать весь мир с мастер-классами по его применению.

Флекси-бар изготовлен таким образом, чтобы гарантировать правильную частоту вибрации, примерно 4,6 герц. Мышцы тела автоматически реагируют на этот процесс и сокращаются почти непрерывно, пытаясь восстановить равновесие. С ним хорошо прорабатываются глубокие и средние мышцы спины, также задействованы мышцы живота и бедер. При этом незаметно становятся крепче и мелкие глубокие внутренние мышцы тела, о существовании которых большинство из нас и не знает. Стоит отметить также, что частота вибраций, создаваемых флекси-баром, способствует также хорошей работе и сердца и улучшает обмен веществ.

Калинина Ирина Федоровна в теоретической части занятия познакомила студентов с возможностями и техникой раскачивания флекси-бара (рис.2).

Следует отметить, что заниматься с флекси-баром могут люди с совершенно различной степенью подготовки. Даже дети, пенсионеры и люди, имеющие различного рода заболевания. Показаниями для занятий с этим «гибким шестом» являются: повреждения плечевого пояса, проблемы с позвоночными дисками, боли в шейно-плечевой области, остеопороз, артроз, дистрофия.

Недаром этот тренажер уже завел весь Запад. Россия тоже постепенно осваивает «вибротренировки». Флекси-бар можно встретить на занятиях аэробикой, пилатесом, в классах с силовыми тренировками для проработки суставов.



Рисунок 2 – Теоретическая часть мастер-класса

Причем этот тренажер подходит не только для занятий в группах, но и для домашнего самостоятельного использования. Для этого существуют специальные видеоуроки. Таким образом, этот инвентарь может быть использован и для самостоятельной работы студентов.

В результате занятий с флекси-баром можно избавиться от болей в спине, улучшить осанку и укрепить связки. Естественно, ведь он создан, в первую очередь, для тренировки позвоночника.

Тренировки активизируют глубокие мышцы спины через изометрические и маленькие изотонические сокращения – поддерживают тело и удерживают позвоночник в выпрямленном состоянии.

При этом усиливается кровообращение в спине. Вследствие чего укрепляются ткани и мышцы, окружающие позвоночник. А значит, позвоночник становится более устойчивым к ежедневным нагрузкам, и уменьшается риск повредить спину.

Но, кроме своих основных задач, «гибкий шест» также укрепляет тазобедренную мускулатуру, способствует улучшению концентрации, равномерному распределению мышечной массы и похуданию, а также вырабатывает выносливость.

Базовые упражнения для рук и плеч, включающие тренировку шеи, плечевое вращение, балансирование на одной ноге и др.; спины (укрепление позвоночника, глубокое приседание, наклоны и т.п.) с флекси-баром показаны ниже (рис.3-13).



Рисунок 3 – Упражнение для плеч



Рисунок 4 – Работа с флэкси-баром в его вертикальном положении: «Право-лево»

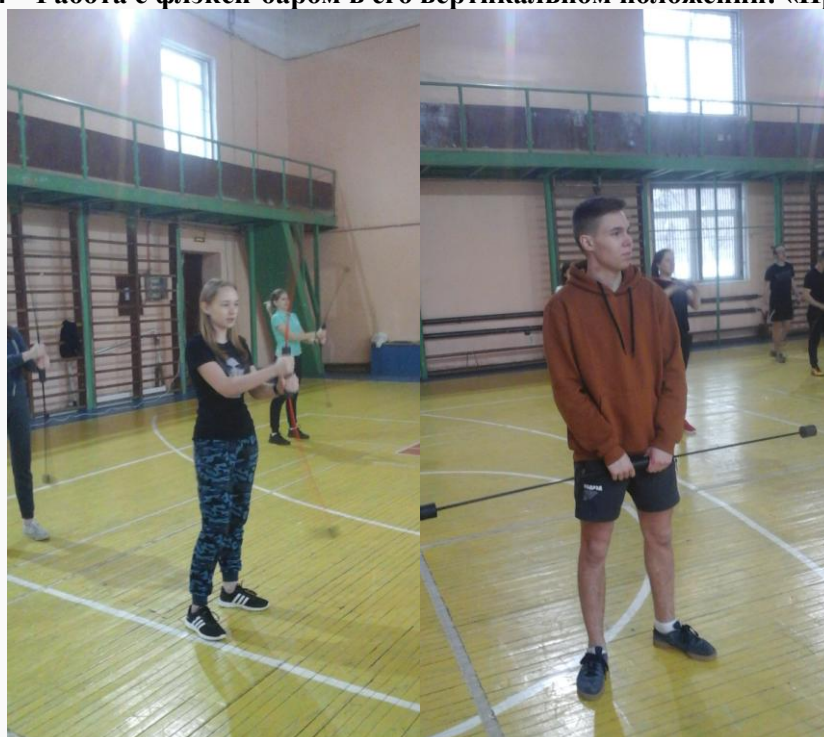


Рисунок 5 – «Право-лево» и «бабочка снизу»



Рисунок 6 – Упражнение для спины



Рисунок 7 – Глубокое приседание



Рисунок 8 – Ласточка



Рисунок 9 – Балансирование на одной ноге



Рисунок 10 – Упражнения «бабочка» и «балансировка»



Рисунок 11 – Планка на боку



Рисунок 12 – Выпад



Рисунок 13 – Выпад с наклоном

Включение в мастер-класс упражнений с эспандером значительно разнообразит занятие. Базовые упражнения при работе с эспандером – резиновым амортизатором с ручками включают упражнения на работу мышц рук, ног спины (рис.14,15).

В качестве финального заключения мастер-класса рекомендуется провести упражнения на растяжку (рис 16-18).



Рисунок 14 – Упражнения для работы рук с эспандером

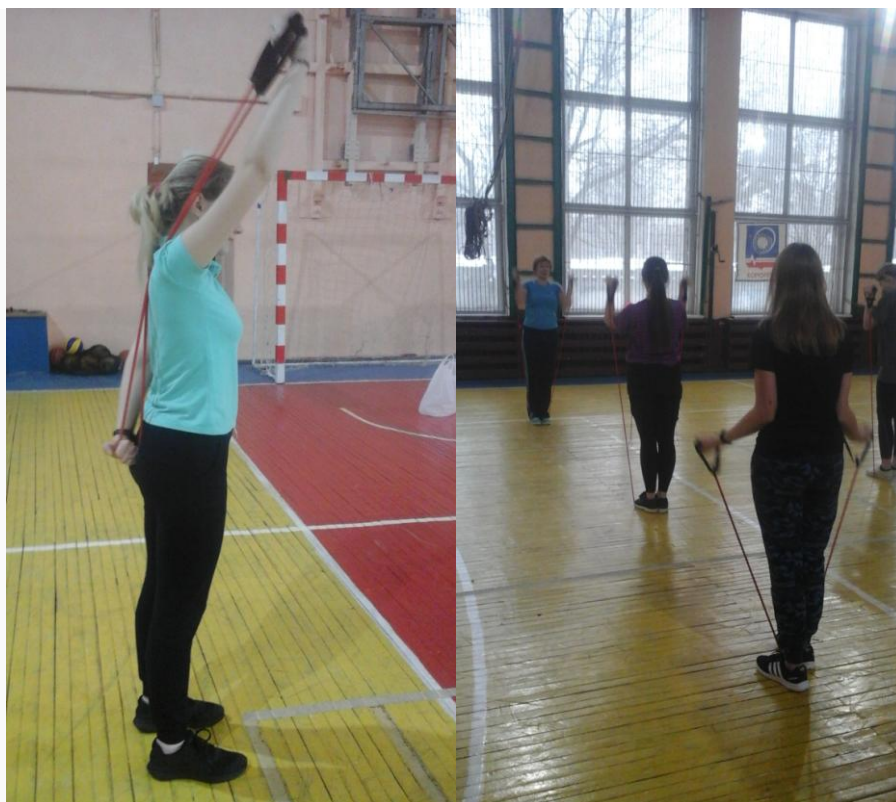


Рисунок 15 – Базовые упражнения при работе с резиновым амортизатором с ручками



Рисунок 16 – Выпад



Рисунок 17 – Наклоны



Рисунок 18 – Упражнения на растяжку

В результате проведенного мастер-класса студенты получили хороший заряд бодрости и великолепное настроение, и повысился интерес к дисциплине «Физическая культура» (рис. 19).



Рисунок 19 – Студенты МГОТУ с преподавателем Калининой И.Ф.

Таким образом, следует отметить, что внедрение мастер-классов в процесс физического воспитания в вузе является важным элементом инновационного образования. Кроме того, использование современных оздоровительных технологий позволяет формировать у студентов интерес к занятиям по физической культуре и решает оздоровительные, образовательные и воспитательные задачи.

Литература

1. Архипова А.А., Кондратьев Р.А., Архипова Т.Н. Формирование здорового образа жизни молодежи: становление и развитие новой парадигмы инновационной науки в условиях современного общества: сборник статей Международной научно-практической конференции (29 апреля 2018 г., г. Саратов) // Уфа: ОМЕГА САЙНС. 2018. 248 с.
2. Архипов А.Б. Влияние физической тренировки на опорно-двигательный аппарат студента. актуальные проблемы современной когнитивной науки: сборник статей Международной научно - практической конференции (17 февраля 2018 г., г. Таганрог) // Уфа: ОМЕГА САЙНС. 2019. 324 с.
3. Архипов А.Б. Здоровый образ жизни студента. научно-технический прогресс как фактор развития современного общества: сборник статей Международной научно – практической конференции (26 января 2019 г., г. Таганрог). / В 3 ч. Ч.3. Уфа: OMEGA SCIENCE. 2019. 223 с.
4. Калинина И.Ф., Смирнов А.А., Ткаченко А.В. Оздоровительные технологии и формирование интереса к занятиям по физической культуре. // Инновационные технологии в современном образовании сборник трудов по материалам II Международной научно-практической интернет-конференции. 2015. С. 148 – 150.
5. Кирилина Т.Ю. Мониторинг качества учебного процесса в вузе // В сб.: Перспективы, организационные формы и эффективность развития сотрудничества ВУЗов стран Таможенного союза и СНГ сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2013. С. 228-238.
6. Смирнов А.А., Калинина И.Ф. Формирование ценностных ориентаций у студенческой молодежи в сфере физической культуры и спорта. Современное педагогическое образование. 2018. №1. С. 38 – 42.
7. Ткаченко А.В., Калинина И.Ф. Занятия физической культурой как фактор укрепления здоровья студенческой молодежи // Педагогический журнал. 2017. Т.7. №2А. С. 443 – 448.
8. Чайковская О.Е. Здоровье – основа здорового образа жизни. Сборник: Современные тенденции физической культуры и спорта. Сборник докладов Международной научно-практической и учебно-методической конференции, посвященной 95-летию НИУ МГСУ //М. 2016. С. 92 – 94.
9. Mileva KN, Kadr M, Amin N, Bowtell JL. Acute effects of Flexi-bar vs. Sham-bar exercise on muscle electromyography activity and performance. J Strength Cond Res. 2010 Mar; 24(3):737-48.