МИНИСТЕРСТВО
ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. А.Н. КОСЫГИНА
Технологии. Дизайн. Искусство

ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ «СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ»

СОЦИАЛЬНЫЙ ИНЖЕНЕР - 2017

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ ЧАСТЬ 3

МОСКВА 2017

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»

Всероссийская конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2017»

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Часть 3

МОСКВА – 2017

УДК 009
ББК 71.4(2)
С69

Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации: сборник материалов Всероссийской конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2017». Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – 231 с.

Сборник составлен по материалам Всероссийской конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2017», состоявшегося 05-07 декабря 2017 г. в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

Редакционная коллегия
Председатель:
Кащеев О.В., проректор по научной работе
Ученый секретарь:
Зотов В.В., декан Института социальной инженерии

ISBN 978-5-87055-577-5
ISBN 978-5-87055-580-5

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2017
© Коллектив авторов, 2017

УДК 1.159.99.316.6

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНТОВ

Авдеева А.П., Артемцева Н.Г.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2017-0004

Актуальность и практическая значимость представленной темы обусловлена тем, что инновационный потенциал студентов является основой профессионального становления. Он влияет на формирование психологической готовности выпускников к профессиональной деятельности, связанной с созданием новых видов продукции, идей, подходов, технологий, усовершенствованием существующих, их внедрением и продвижением на рынке.

Инновационный потенциал студентов рассматривается как интегральное личностное образование, представленное интеллектуальными, мотивационными, коммуникативными и эмоционально-волевыми составляющими [2, 3].

Решение инновационных задач в разных сферах профессиональной деятельности требует развитых творческих способностей, логического и понятийного мышления, критичности, способности прогнозировать, анализировать и обобщать результаты. Формой реализации инновационной деятельности является групповая коммуникация, для осуществления которой необходимы развитые навыки делового общения и командной работы. Как подчеркивает Питер Миррелл, эффективность инновационной деятельности зависит именно от успешности командного взаимодействия как сотрудничество единомышленников [4].

Мы исходим из понимания социально-психологических характеристик инновационного потенциала студентов как личностных особенностей, оказывающих детерминирующее воздействие на инновационное поведение в образовательной среде вуза, и актуализирующих предпосылки инновационного подхода к инновационной учебно-профессиональной деятельности.

В качестве методологического основания изучения социально-психологических характеристик инновационного потенциала студентов может быть привлечена концепция инновативных диспозиций личности О.С. Советовой [5]. В данном подходе инновативные диспозиции

рассматриваются как составляющие общей диспозиционной системы личности, и включают три иерархических взаимосвязанных уровня отношений личности к изменениям и нововведениям. Высший уровень инновативных диспозиций отражает предрасположенность личности к изменениям в самом широком социальном диапазоне, на среднем уровне выделяют оценочные характеристики отношения к инновациям в различных сферах жизнедеятельности; низшему уровню диспозиций соответствуют конкретные инновационные установок в области профессиональной деятельности.

Соответственно, ценностные ориентации, мировоззренческие особенности студентов, связанные с развитием и преобразованием, составляют высший уровень социально-психологических характеристик инновационного потенциала. Они отражают смысловое значение ценностных категорий творчества, инноваций, развития, преобразования для студенческой молодежи как большой социальной группы. Здесь речь идет о социальной ориентации студентов на инновации, приоритетности ценностей творчества, преобразований, инноваций и развития.

Следующий уровень социально-психологических характеристик инновационного потенциала может быть представлен через типы направленности личности на консерватизм или радикализм. Студентам с консервативной направленностью присуще ориентация на стабильность и суждения. У них низкая толерантность к неопределенности, такие студенты не готовы динамично менять свое поведение и установки при изменении ситуации. Они склонны воспринимать окружающий мир как упорядоченный и предсказуемый.

Для студентов с радикальной направленностью характерны ориентации на инновационность и на восприятие. Ориентация на инновационность рассматривается как толерантность к неопределенности, она проявляется в уровне осознания изменчивости внешней среды и готовности реагировать на динамичность внешних факторов определенным образом. Студенты с радикальной направленностью отличаются адаптивностью поведения, они открыты для нового опыта, направлены на преобразование ситуации, самоизменения. Для них характерна тенденция к восприятию мира как гибкого и стихийного, где открыты варианты выбора, при этом решения не принимаются до последнего момента [6].

Нельзя оставить без внимания факторы, мешающие развитию инновационного потенциала. Мы полагаем, что именно на этом уровне отношений личности к изменениям проявляется такой фактор как созависимость. В наших исследованиях показано, что созависимость у

студентов разных психологических типов играет определенную роль в становлении потенциала студента и его способности к инновациям [1]. Созависимый начинает переживать потребности другого как свои собственные, забывая о том, что перед ним другой человек, воспринимая его радости и беды как свои собственные, как бы забывая о себе. И в результате у него теряется «самость», искажается картина реальной жизни. Вряд ли нужно пояснять, как искажается при этом картина реальной жизнедеятельности студента, как исчезают возможности для конструктивной постановки многих насущных проблем.

Последний уровень социально-психологических характеристик инновационного потенциала характеризует установки студентов на личностно-профессиональное развитие и саморазвитие в конкретной сфере профессиональной деятельности, установки на межличностное взаимодействие в профессиональной группе и включают, активность и коллективизм.

Таким образом, социально-психологические характеристики инновационного потенциала студентов как многомерное и системное образование представляют собой разноуровневую диспозиционную детерминацию со стороны ценностно-мотивационной сферы личности.

Список использованных источников:

1. Артемцева Н.Г. Типологические детерминанты развития потенциала со-зависимой личности. // Вестник ОНУ им. Мечникова. Серия Психология, т.15, вып.11, Одесса, 2010, с.153-160.

2. Батурин Н.А. Многоуровневая модель инновационного потенциала профессионала и подходы к ее операционализации / Н.А.Батурин, А.С.Науменко, Т.Д.Ким // Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология». - 2010. -Вып. 8. -№ 4 (180). - С. 48-58.

3. Власенко Ю.А. Психологическая феноменология инновационного потенциала личности // Наука и образование – 1998. – №4-5. – С. 41-45.

4. Меррилл П. Поколение инноваций. Как создать инновационный процесс и инновационную культуру / П. Меррилл; пер. с англ. Ю. В. Сырбу. – М.: Стандарты и качество, 2009.

5. Советова О.С. Социальная психология инноваций: автореф. дис. ... д. психол. наук / О.С.Советова. - Петербургский государственный ун-т. – СПт., 1998.

6. Базаров Т.Ю., Сычева М.П. Создание и апробация опросника «Стили реагирования на изменения». // Психологические исследования 2012, Том 5, №25.

©Авдеева А.П., Артемцева Н.Г., 2017

УДК 159.9

ЦЕННОСТНО-МОТИВАЦИОННАЯ СФЕРА ЛИЧНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ МОДЕЛЬНОГО БИЗНЕСА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Алешина А.С., Костригин А.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современные психологические исследования в сфере моды направлены на изучения различных вопросов: теории моды [1], потребительское поведение в сфере моды [6], психологические особенности представителей модельного бизнеса [5].

Последнее направление (психология личности представителей модельного бизнеса) является актуальной сферой исследований в связи распространением модельной профессии. Психология личности уделяет большую роль сфере ценностей и мотивации, которая выполняют функцию регуляции поведения человека и обуславливает направленность личности [2; 3]. Исследований ценностно-мотивационной сферы личности представителей модельного бизнеса существует достаточно мало. В данной работе мы ставим задачу рассмотреть теоретические основания исследований ценностно-смысловой сферы личности и составить программу изучения личности моделей.

Ценности могут пониматься в двух смыслах: как объекты, к которым стремиться человек и которые он идеализирует, и как эмоциональное переживания значимости того или иного объекта или события. В нашей работе в качестве ведущей теории ценностей мы определим теорию современного психолога и культуролога Ш. Шварца.

Ш. Шварц определяет ценности следующим образом: ценностями являются желаемые, метаситуационные цели, которые выполняют роль руководящих принципов в жизни человека. Каждая ценность имеет некоторые мотивационные тенденции или цели. Организация и иерархия ценностей в структуре личности складывается в результате психологической динамики их совместимости и конфликта в процессе достижения разных целей в собственной жизни человека. С другой стороны, на формирование структуры ценностей человека влияют социальные и культурные модели общества, в которой он живет [10].

Ш. Шварц и В. Билски полагают, что ценности являются когнитивными репрезентациями трех универсальных человеческих потребностей – биологических, в социальном взаимодействии и

сохранения и благополучия групп, в которых состоит человек. Ими выделяются 10 основных ценностных категорий: безопасность (Security) – безопасность и стабильность общества, отношений и самого себя; власть (Power) – социальный статус, доминирование над людьми и владение ресурсами; гедонизм (Hedonism) – наслаждение или чувственное удовольствие; доброта (Benevolence) – сохранение и повышение благополучия близких людей; достижение (Achievement) – личный успех; стимуляция (Stimulation) – волнение и новизна; конформность (Conformity) – сдерживание действий и побуждений, которые могут навредить другим и не соответствуют социальным ожиданиям; самостоятельность (Self-Direction) – самостоятельность мысли и действия традиция (Tradition) – уважение и ответственность за культурные и религиозные обычаи и идеи; универсализм (Universalism) – понимание, терпимость и защита благополучия всех людей и природы [12].

Мотивация личности тесно связана с ценностями: с одной стороны, мотивация может пониматься как структура мотивов, с другой – как процесс функционирования мотивации. Мы обращаемся к концепции мотивационной структуры личности В.Э. Мильмана [7]. Мотивационный профиль личности, по В.Э. Мильману, состоит из следующий компонентов: поддержание жизнедеятельности, комфорт, социальный статус, общение, общая активность, творческая активность, общественная полезность. Первые четыре группы мотивов образуют общежитейскую направленность личности, последние три (общая активность, творческая активность, общественная полезность) – рабочую направленность. У каждой личности доминируют те или иные мотивы, составляя профиль определенного типа: прогрессивный, регрессивный, импульсивный, экспрессивный, уплощенный. Профиль выражает также развитость мотивационной сферы личности.

Прежде чем составить экспериментальный план изучения ценностно-мотивационных особенностей личности моделей, рассмотрим исследования личностных характеристик представителей модельного бизнеса.

Д.И. Готовская и М.Г. Юркова описывают профессиограмму фотомодели. Модель должна обладать творческим даром; умением оказывать влияние на публику; хорошо развитой словесно-логической и эмоциональной памятью; высоким уровнем развития концентрации и переключения внимания; психоэмоциональной уравновешенностью; умением свободно, раскованно двигаться, танцевать и импровизировать; хорошей координацией движений; коммуникативными и вербальными способностями [4].

И.А. Падалинская, В.В. Гедранович, Е.И. Комкова исследовали личностные характеристики девушек, занимающихся моделингом. Личностные факторы моделей: абстрактное мышление, высокая нормативность поведения, эмоциональная нестабильность, смелость, чувствительность, доверчивость, тревожность, консерватизм; преобладающие типы акцентуаций характера демонстративный, гипертимический, эмотивный, экзальтированный, циклотимический; карьерные ориентации: достаточная степень свободы в работе, основание собственного дела, моральные принципы, ориентация на интеграцию различных сторон образа жизни; деятельностная мотивационная структура: внутренняя мотивация>внешняя положительная мотивация>внешняя отрицательная мотивация; особенности пищевого поведения: стремление к худобе, неудовлетворенность телом, неэффективность, перфекционизм, недоверие в межличностных отношениях [9].

Е.Б. Михайлюк и А.Н. Михайлюк описывают особенности виктимизации женщин, занятых в модельном бизнесе. Такие женщины характеризуются крайними вариантами нормы, реализованной виктимности: высокий показатель предрасположенности к некритичному виктимному поведению, низкий показатель предрасположенности к инициативному поведению, тенденция к изоляции от окружающего мира и погружении во внутренний мир [8].

Рассмотренные личностные особенности представителей модельного бизнеса показывают, что профессия модели является достаточно сложной, может создавать профессиональные деформации; с другой стороны, в этой профессии присутствуют люди с высокой чувствительность, нормативность поведения, повышенной виктимностью и склонностью к интровертированности, неудовлетворенностью собой. Однако недостаточно освещены именно ценностные и мотивационные ориентации девушек-моделей, что могло прояснить их смысловые и регулятивные особенности, разработать программы адаптации к профессии, создавать оптимальные модели стимулирования труда.

Мы полагаем, что для изучения ценностно-мотивационной сферы личности моделей необходимо применения следующих психодиагностических методик: Опросник ценностей Ш. Шварца, методика «Диагностика мотивационной структуры личности» В.Э. Мильмана. Среди задач планируемого исследования: определение доминирующих ценностей личности моделей, составление мотивационного профиля личности, установление взаимосвязей ценностей

и мотивационных компонентов. Результаты нашего исследования будут изложены в дальнейших публикациях.

Список использованных источников:

1. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Психология одежды и моды (теория культурных слоев) // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность. Сборник статей Международной научно-практической конференции. М.: Московский государственный университет дизайна и технологии, 2016. С. 6-13.

2. Бучацкая М.В., Васина Н.В., Костыря С.С., Капранова М.В. Гендерные особенности смысложизненных ориентаций в период кризиса середины жизни и в предпенсионном возрасте // Сервис plus. 2013. № 3. С. 29-34.

3. Васина Н.В., Басманова Н.И., Комаров А.И. Особенности социально-психологической адаптации молодых специалистов к банковской деятельности // Человеческий капитал. 2014. №11 (71). С. 57-61.

4. Готовская Д. И., Юркова М. Г. Особенности профессионального самосознания и направленности у представителей модельного бизнеса // Электронный научный журнал «Молодежный вестник ИрГТУ». 2012. № 1. URL: http://mvestnik.istu.irk.ru/journals/2012/01/articles/26

5. Зимовщикова Д.Г., Карицкий И.Н. Психологические типы мужчин в индустрии моды // Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности: Сборник материалов Всероссийской научной студенческой конференции. М.: Московский государственный университет дизайна и технологии, 2015. С. 188-191.

6. Костригин А.А. Современные зарубежные исследования психологии потребительского поведения в сфере моды // Наука. Мысль. 2016. № 10. С. 48-53.

7. Мильман В.Э. Метод изучения мотивационной сферы личности / Практикум по психодиагностике. Психодиагностика мотивации и саморегуляции. М., 1990.

8. Михайлюк Е.Б., Михайлюк А.Н. Психологические аспекты виктимизации в модельном бизнесе // Евразийский союз ученых. 2015. № 3-7 (12). С. 85-86.

9. Падалинская И.А., Гедранович В.В., Комкова Е.И. Взаимосвязь индивидуально-психологических особенностей личности и пищевого поведения у девушек, работающих в сфере модельного бизнеса // Веснік Магілёўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А.А. Куляшова. Серыя С. Псіхолага-педагагічныя навукі: педагогіка, псіхалогія, методыка. 2016. № 2 (48). С. 58-64.

10. Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. № 2. С. 43-70.

11. Яковлев Л.С., Мещанова Э.В. Профессиональное самоопределение в модельном бизнесе в контексте эволюции государственной политики в fashion-индустрии // Научные исследования: от теории к практике. 2016. № 1 (7). С. 295-297.

12. Schwartz S. H., Bilsky W. Toward a universal psychological structure of human values // Journal of Personality and Social Psychology. 1987. Vol. 53. №.3. P. 550-562.

©Алешина А.С., Костригин А.А., 2017

УДК 331.101.1

ДИЗАЙН СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА (UX) ВЗАИМОДЕЙСВИЯ С ИХ ИТЕРФЕЙСАМИ (UI)

Алмазов Д.В., Тимохин В.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В наш век информационных технологий, такие компьютерные устройства как ноутбук, персональный компьютер, планшет или смартфон являются неотъемлемой частью повседневной учебной, рабочей или развлекательной деятельности практически каждого человека. Несомненно, в современном мире и процесс социализации происходит с участием компьютеров и смартфонов, так как с самого раннего возраста человек коммуницирует, в частности, и помощью этих средств.

Так же не стоит забывать про глобальную сеть «Интернет», именно она сделала наш мир таким, каким мы его привыкли видеть сейчас. Сначала её использовали для передачи какой-либо информации между двумя или несколькими компьютерами, но то время прошло, и теперь возникает вопрос: что из себя интернет представляет на сегодняшний день?

На сегодняшний день интернет стал самым популярным СМИ, торговой площадкой и средством самовыражения, что подтверждают сотни, и даже тысячи разнообразных средств коммуникаций, существующих в данной сети. Примером таких средств являются социальные сети и мессенджеры «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter» «YouTube» «WhatsApp», «Telegram» и др. Социальная сеть – сообщество

пользователей, объединенных определенной онлайн платформой (веб-сайтом, сервисом), основной характеристикой которого является возможность свободного взаимодействия между ними с целью установления и поддержания социальных связей [1, с. 9].

Коммуникация через социальные сети является популярной среди большинства возрастных категорий. Ежедневно социальные сети привлекают все больше и больше людей, что влечет за собой конкуренцию между ними. Возникает вопрос: в чем заключаться конкуренция? На этот вопрос легко ответить, если рассматривать функционал той или иной социальной сети. Функционалом принято называть возможности, которые предоставляет тот или иной продукт. В случае с социальными сетями функционалом может являться возможность найти человека, отправить ему сообщение, возможность просмотра его фотографий, видео с ними или без него, прослушивание музыки и т.д. Естественно, чем красивее и проще визуализирована социальная сеть, тем она привлекательнее для пользователей.

Почти каждый веб-сайт имеет интерфейс, на который возлагается задача экономии времени человека, который собирается пользоваться им. Чем меньше времени человек будет тратить на то или иное действие, тем быстрее он найдет информацию, которая ему необходима.

Для того что бы понять данный вопрос более глобально необходимо разобрать такие понятия как пользовательский интерфейс (далее UI) и опыт его использования (далее UX).

Пользовательский интерфейс (англ. User Interface, UI) – интерфейс, обеспечивающий передачу информации между пользователем-человеком и программно-аппаратными компонентами компьютерной системы. Если разобрать данное понятие, то программно-аппаратным компонентом компьютерной системы является та или иная социальная сеть.

Опыт взаимодействия – (англ. User eXperience, UX) – это восприятие и ответные действия пользователя, возникающие в результате использования и/или предстоящего использования продукции, системы или услуги. В данном случае продукт – это социальные сети, пользователем воспринимается интерфейс социальных сетей, а ответные действия выдает интерфейс исходя из целей, которые преследуются при том или ином действии пользователя.

Многие социальные сети могут похвастаться удобным функционалом не только из-за конкуренции между ними. Большая задача стоит перед UX-проектировщиками, которые занимаются проектированием опыта взаимодействия. UX-проектированием называется воздействие на ощущения и поведение пользователей путем создания и

взаимного согласования тех элементов, которые оказывают влияние на опыт взаимодействия пользователей с конкретной компанией [2, с. 27]. Также необходимо сказать, что элементами в данном случае может являться что угодно, какие-либо визуальные или звуковые объекты, даже запахи, а относительно социальных сетей это может быть надпись, цвет, подсветка объектов при наведении на них курсора компьютерной мыши или путем выбора прикосновением пальца к экрану мобильного телефона или планшета, и этим список элементов не ограничивается. Исходя из данного определения, можно сделать вывод, что интерфейс социальных сетей, это сложный комплекс элементов, которые по своим свойствам должны отвечать многочисленным требованиям, связанным с удобством пользователя.

Процесс создания интерфейса социальной сети напрямую связан с теми задачами, тем функционалом, которые выполняет данная сеть. Возможность отправлять сообщения другим пользователям социальной сети является, конечно же, одной из ведущих задач, но вопрос заключается в том, какими средствами происходит основная коммуникация пользователей. Например, в социальной сети «Instagram» пользователи коммуницируют с помощью фотографий и видео, а в «Twitter» с помощью твитов (короткие сообщения, длинной не более 140 символов с пробелами).

Представим процесс использования интерфейса схематично: пользователь видит перед собой интерфейс, содержащий, например, такие элементы как «Главная Страница», «Новости» и «Сообщения». Пользователь выбирает элемент «Сообщения». Если он зарегистрирован в данной сети, то браузер или приложение загружает контактную базу других пользователей, если нет, то предлагает войти в свой аккаунт или зарегистрироваться. Если пользователь зарегистрирован, он выбирает тот или иной контакт, следом за этим действием открывается окно с возможностью написания содержимого сообщения. По такому принципу работает большая часть элементов – чем короче путь к исполнению поставленной цели, тем меньше пользователь будет тратить на это времени. В целом, перед UX-проектировщиками стоят следующие цели: реализация той или иной логики действий, расположение элементов интерфейса и их функционал и оптимизация работы пользователя в сторону наиболее понятного и быстрого пути достижения цели.

Но UX-дизайн – это лишь первый этап создания интерфейса социальной сети. Решающим для пользователя является труд UI-дизайнеров, учитывающих множество факторов: особенности целевой аудитории продукта (опыт пользователей, их ожидания от функционала

социальной сети), законы функционирования мозга человека и его психики. При проектировании дизайна социальных сетей особое внимание уделяется особенностям визуального и тактильного восприятия, их связи с моторной сферой.

В целом, пользовательский интерфейс (UI) – это совокупность элементов пользовательского функционала, с их формой, наполнением и поведением, а также особенностями расположения на/в объекте. На практике это означает следующее. Когда пользователь смотрит на экран, перед ним предстают какие-либо формы, это может быть квадрат, прямоугольник, возможно, какая-то сложная фигура. После формы человек обращает внимание на ее поведение, каким цветом форма заливается при наведении на нее курсором, сколько секунд проходит до её появления и прочее. Так же есть наполнение формы – это какой-нибудь текст или иконка (ярким примером иконки элемента сообщения является конверт или бумажный самолетик). Важную роль играет также место расположения элемента в интерфейсе, его доступность и интуитивность нахождения. При этом, по мнению Сьюзан Уэйншенк, все действия и переживания пользователя, а именно, на что он смотрит, что читает, что запоминает, о чём думает, на чём фокусирует внимание, какие чувства испытывает, напрямую зависит от дизайна того или иного интерфейса, в данном случае, интерфейса социальных сетей [3, с. 12].

Конечно же, как было сказано ранее, выбор пользователем той или иной социальной сети имеет определенные социально-психологические особенности. В рамках данной статьи они будут выведены в общих чертах. Первое, о чем стоит сказать, это то, что социальные сети существует с 2004 года, Марк Цукерберг изобрел всемирно известную, первую в своем роде социальную сеть «Facebook». Данный феномен показался очень привлекательной альтернативой общения не через сообщения мобильных операторов, а через сеть Интернет. Это позволило расширить возможности в появлении новых знакомств, повысить удобство общения. Люди ищут источники для самовыражения, творчества, и возможность найти в социальных сетях единомышленников, вероятнее всего, является решающим для их посещения. Таким образом, решается проблема одиночества человека, появляются новые социально значимые навыки общения, возможности для саморазвития. Это подтверждают множество исследований, проведенных на тему зависимости от социальных сетей.

Из выше сказанного следует вывод: современное веб-пространство широко распространилась по всему миру, заманив в свои сети множество людей превратив их в пользователей. Развитие веб-сайтов привело к многочисленным дизайнерским решениям, рождая новые тенденции в

развитии пользовательского интерфейса и стирая старые рамки их восприятия вне веб-пространства. К старым социальным институтам, таким как школа, армия, университет добавился еще один – социальная сеть. Социальная сеть развивается путем эволюции тех или иных решений в сфере UX и UI дизайна.

Список использованных источников:

1. Роль виртуальных социальных сетей в жизни современного школьника. Отчет по итогам НИР. / Аржаных Е.В., Задорин И.В., Колесникова Е.Ю., Гуркина О.А., Новикова Е.М., Мальцева Д.В., - Москва, 2014. – 107 с.

2. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. – Пер. с англ. – СПб.: Символ-Плюс, 2011. – 336 с.

3. 100 главных принципов дизайна. Уэйншенк С. – СПб.: Питер, 2012. – 276 с.

©Алмазов Д.В., Тимохин В.В., 2017

УДК 159.9

ОСОБЕННОСТИ ЛОКУС КОНТРОЛЯ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЗАЩИТЫ ЛИЧНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ МОДЕЛЬНОГО БИЗНЕСА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Аляутдинова В.Р., Костригин А.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Чем больше требований предъявляет общество к своим членам, тем чаще человек испытывает состояние стресса и перегрузки [9]. В непредсказуемых, в сложных ситуациях у человека вырабатывается психологическая защита, а результат этих ситуаций, такой как успех, удача или неудача формирует наш локус контроля.

Локус контроля – это склонность индивида приписывать ответственность за свою деятельность либо внешним силам, либо собственным способностям [2; 4]. В психологии выделяют два типа субъективного контроля: интернальный и экстернальный.

Интернальный присущ людям, считающим, что они сами управляют своей жизнью. Они уверены, что все происходящее в их жизни случается по их воле, и они в силах это контролировать. Такие личности не замечают влияния на их жизнь с внешней стороны, они полагаются только на себя и

ни на кого больше. Работают они также в одиночку, обходясь без помощи других людей.

Индивиды с экстернальным локусом контроля думают, что их жизнь зависит от внешних факторов, влияние на которые они не имеют. Например, экология или религия. Религиозные люди в чем-то хорошем видят участие бога, а в плохом винят бесов. Таки личности полагаются на высшие силы, на рок или на судьбу. Вокруг себя они видят свой успех, или наоборот свой провал, у них слабо развито доверие самому себе, им легче работать в команде и положиться на кого-то другого.

Субъектом локуса контроля является личность сама таковая, также и общество, и его окружение. Субъективный контроль зависит от самого человека, быть хозяином своей жизни или плыть по течению.

Помимо локуса контроля, человеку присуща психологическая защита. Она представляет собой, как правило, неосознанную реакцию индивида на реальную или скрытую угрозу внешнего мира, раздражающую организм. Тревога, мнительность, уход в себя, обвинение окружающих, самообвинение, блокирование информации, зависимое поведение – все это свойственно психологической защите [3].

Особый интерес наша работа составляет в выявлении взаимодействия данных образований: локус контроля и психологической защиты [6; 10].

На данную тему проводились исследования Е.В. Сараевой и Н.А. Суворовой на примере подростков [8]. Они использовали такие психодиагностические методики, как опросник «Индекс жизненного стиля» Р. Плутчика и методику С.Р. Пантилеева «МИС» (Методика Исследования Самоотношения).

Исследования показали, что группе юношей, в первую очередь видно значительное количество связей такой психологической защиты как замещение с несколькими параметрами самоотношения. Замещение само по себе является гасителем негативных эмоций, состояний, а также реакций на что-то значимое, что фрустрирует актуальные потребности. Замещение перебрасывает отрицательную энергию на более слабый предмет или объект. Чем сильнее развивается замещение у юношей, тем слабее они остаются честными перед собой. Молодые люди хотят измениться, но поскольку они с трудом руководят своей жизнью, они остаются не удовлетворенными собой и появляется высокий уровень внутриличностного конфликта. Такой высокий уровень связи замещения с самоотношением демонстрирует агрессию у юношей, они часто направляют свое негатив на кого-то, кто вовсе не представляет потенциальной опасности.

В группе девушек связей субъективного контроля с замещением не выявлено. Девушки располагают такой особенностью, как вытеснение и чем больше оно развито, тем сильнее индивид склонен к самообвинению или самоуничижению. Самоотношение имеет более выраженный локус значимости в подростковом возрасте именно у девушек. Они сильнее ориентированы на себя, по сравнению с молодыми людьми. Самопривязанность девушек связана с такими защитами как отрицание, проекция, компенсация и рационализация.

Чем сильнее отрицание у девушки, тем сильнее она привязывает себя к самой себе, что говорит о ее отсутствии желания меняться, такие личности слишком уверены в себе, они чувствуют себя самостоятельными и волевыми.

Компенсация, предполагает преодоление негативных переживаний. Личность пытается восполнить недостаток чего-то важного для нее. Это говорит о сильной привязанности девушек к себе, о ее стремлении к принятию себя.

Рационализация во взаимодействии с самоконтролем означает поиск разумных доказательств не свойственных для личности поступков. Девушки находят целесообразное объяснение своих действий, которые вызывают у них угрызение совести. Если они находят эти объяснения, то они защищают себя от внутренних переживаний и, следовательно, их привязанность к себе становится только крепче.

Регрессия в группе девушек имеет значимую связь с локусом контроля, что проявляется в сильном самонедовольствие, в повышеной саморефлексии, непринятии себя.

В современном мире присутствует повышенный интерес к психологии моды [1] и особенностям модельного бизнеса [11], а также к самим личностным характеристикам моделей [5; 7]. Модельный бизнес – это мечта многих девушек. Конечно же, внешность модели немало важная черта в данном бизнесе. Но многие вещи в модельном бизнесе зависят далеко не от внешнего вида. Важно также, иметь внутренний стержень, изящность, уверенность в себе, индивидуальность, трудоспособность, харизму, которая очаровывает фотографов, работодателей и модельеров.

Быть моделью – это сложная работа, это непрерывный труд. Запрещается мешать работу и личные дела, из-за этого с моделью могут расторгнуть контракт. Спальный режим, регулярное посещение спортивного зала, бассейна, солярия, косметолога – это минимум, требуемый для хорошего вида, в который надо финансово вкладываться.

Похудеть – это цель каждой модели, и само собой удержание формы. Постоянные стрессы, дикое желание выделиться среди других приводит

моделей к постоянным диетам, что грозит как минимум анорексией. Также у девочек в модельном бизнесе могут появиться такие болезни, как варикоз, проблемы с почками и др.

Исходя из выше сказанного, мы делаем вывод, что у моделей очень напряженный ритм жизни, постоянные переживания и стрессы. Для них каждый кастинг или заказ может оказаться последним, если они не будут соответствовать стандартам высокой моды. В связи с этим, достаточно актуальными будут исследованиями психологических защитных механизмов, с помощью которых девушки-модели справляются со стрессами и неудачами, а также личностная направленность представителей данной профессии в объяснении причин удач и неудач.

В дальнейшем мы планируем провести исследование особенностей локуса контроля и психологической защиты представителей модельного бизнеса и выявить взаимосвязи характеристик данных личностных свойств.

Список использованных источников:

1. Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2015, №47. С. 126-132.

2. Елисеев О.П. Локус контроля / Практикум по психологии личности. СПб., 2003. С. 413-417.

3. Защита Психологическая // Большой психологический словарь / Под ред. Б. Мещерякова, В. Зинченко. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК; М.: ОЛМА-Пресс, 2003. 666 с. С. 155.

4. Локус Контроля // Большой психологический словарь / Под ред. Б. Мещерякова, В. Зинченко. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК; М.: ОЛМА-Пресс, 2003. 666 с. С. 243.

5. Михайлюк Е.Б., Михайлюк А.Н. Психологические аспекты виктимизации в модельном бизнесе // Евразийский союз ученых. 2015. № 3-7 (12). С. 85-86.

6. Одинцова М.А. Механизмы психологической защиты подростков с установкой «жертва» // Вестник практической психологии образования. 2008. № 3. С. 67-72.

7. Падалинская И.А., Гедранович В.В., Комкова Е.И. Взаимосвязь индивидуально-психологических особенностей личности и пищевого поведения у девушек, работающих в сфере модельного бизнеса // Веснік Магілеўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А.А. Куляшова. Серыя С. Псіхолага-педагагічныя навукі: педагогіка, псіхалогія, методыка. 2016. № 2 (48). С. 58-64.

8. Сараева Е. В., Суворова Н. А. Взаимосвязь самоотношения и психологических защит у юношей и девушек // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 32. С. 182-190.

9. Тимохин В.В. Методика выявления этнофункциональных рассогласований и нарушений психического онтогенеза // Журнал прикладной психологии. 2002. №3. С. 12-17.

10. Тулупьева Т.В., Тулупьев А.Л., Николенко С.И., Пащенко А.Е., Абрамян М.К., Ястребова Е.Л., Столярова Е.В., Рыбкина З.И. Психологическая защита и особенности личности в юношеском возрасте: автоматизация обработки данных исследования и их статистический анализ // Труды СПИИРАН. 2006. Т. 2. № 3. С. 224-243.

11. Яковлев Л.С., Мещанова Э.В. Профессиональное самоопределение в модельном бизнесе в контексте эволюции государственной политики в fashion-индустрии // Научные исследования: от теории к практике. 2016. № 1 (7). С. 295-297.

©Аляутдинова В.Р., Костригин А.А., 2017

УДК 316

СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО КАК «ОБЩЕСТВО РИСКА»

Баймуратова Т.Т.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В течение времени социология продвинулась от изучения большого количества отдельных рисков и рискогенных обстановок к осознанию общества генератором рисков. К середине 1980-х годов исследование рисков становилось все более сложным и беспорядочным: анализу риска не хватало центрального фокуса. Заинтересованность социологов рискогенностью социальной жизни (от межличностных процессов и сетей до социальных институтов и структур, от изначальных групп и условных интеракций до социальных движений и крупномасштабных организаций и систем) проходила через многообразие способов к анализу рисков.

Риск – это вероятная угроза какого-либо негативного исхода. Риск – это постоянное взаимодействие общества с опасностями и угрозами, которые производятся процессом модернизации. Риск подразумевает неуверенность в полученных достоверных знаниях о благоприятном исходе в заданных внешних обстоятельствах. Риск имеет свои социальные особенности. Во-первых, риск всегда создается в социальной системе. Во-вторых, объем риска является функцией качества социальных отношений и

процессов. В-третьих, степень риска зависит от экспертов и экспертного знания [1, с. 11-36].

Общество, которое возникает из индустриального, является неким его видом, обществом риска. Оно напрямую связанно с индустриальным развитием. Современное общество находится на промежуточной, переходной стадии развития. Как двести лет назад из феодального общества появилось индустриальное, так и сейчас из индустриального рождается эпоха «постиндустриального» общества.

В XIX в. проблемы общества были связанны с недостаточно развитым обеспечением гигиеническими технологиями, в настоящее время причины рисков кроются в избытке промышленной продукции. Так как риск – это продукт современности и технологий, он имеет предрасположенность к усилению.

Риски являются главной проблемой современности, а защита от рисков – это главная задача государства. Обеспечение безопасности жизнедеятельности, предотвращение появления социальных проблем, кризисов, блокирование имеющихся опасностей, борьба с последствиями катастроф – все эти действия являются способами ликвидации рисков.

Общество риска – понятие, используемое для описания современных обществ, вошедших в стадию позднего или высокого модернизма, когда процесс производства материальных и социальных благ сопровождается систематическим воспроизводством угроз, опасностей и риска. Так как производство рисков ведется во всех сферах жизни общества – экономической, социальной, политической – то это производство ведет распространение и усвоения риска[3, с. 32-60].

Модернизация рассматривается как источник благ (богатства, плюрализма, либерализма и др.), опасностей (экологических проблем, безработицы, распада семейных структур и групповых отношений). Знаменитая идея о двойственности, двузначности каждого орудия, в конце концов, обрела научный статус. Автомат, нож – являются инструментами креативной и разрушительной деятельности, обороны и нападения. Освободители часто оказываются завоевателями, защитники – агрессорами. Безопасность для одних означает в угрозу, риск для иных. В настоящее время существует огромное количество орудий, препаратов, официально имеющих статус двойного значения. То же касается и о общественных институтов, организаций. Почти все может использоваться как во благо, например, и во вред. «Ни одно доброе дело не остается без наказания».

Общество риска возникает при разрушении традиционных форм социального порядка, при изменении социальной структуры. Вследствие

этих изменений появляется явление «неопределенности и незащищенности» у индивидов. На индивидуально-личностном уровне появляется желание рисковать и присутствует чувство неуверенности. На объективном уровне индивидуализация выражается в самостоятельном формирование собственной жизни. Понимание коллектива теряет свою значимость, индивидуальные взгляды ставятся на первое место, растет недоверие к обществу и государству. Далее происходит разрушение социально-классовой идентичности как следствия особого отношения к социальному неравенству.

Существует различие в развитии риска в стабильном обществе и обществе, находящемся в состоянии неустойчивости, неопределенности. Различие заключается в степени распространения риска в социальном пространстве и в его социальных последствиях для индивидов, групп и общества в целом. Устойчиво развивающееся общество обладает возможностью минимизировать и устранить риск, так как существуют различные социальные механизмы поддержки людей.

В «кризисном» обществе другая ситуация. Здесь риск приобретает системный характер. Кризис перестает быть периодичным, отсутствует возможность выхода из него, начинается процесс постоянного воспроизводства риска.

В стабильном обществе свои риски, в кризисном свои, но не удастся избежать таких глобальных катастроф, как стихийные бедствия, экологические катастрофы, бесконтрольные применения современных технологий, экономические спады и общие проблемы в экономике, безработица, кризисы, террористические акты. На молодежь риски оказывают наибольшее влияние, так как молодые люди рискуют остаться без образования, работы, семьи, возросшая конкуренция в бизнесе неблагоприятно скажется на индивидах. Но, тем не менее, именно молодое поколение способствует воспроизводству и существованию рисков, это связанно с нестабильностью, сужением потенциала молодежи преемственностью устаревших норм и традиций.

Под обществом риска понимается специфический способ организации социальных связей, взаимодействий и отношений людей в условиях неопределенности, когда воспроизводство условий жизни, духовных и физических сил человека приобретает случайный, вероятностный характер, вытесняясь производством самого риска. Явления риска в жизни человека индивидуальны, они возникают, развиваются и угасают в конкретных ситуациях. Те стихийные факторы, которые не поддаются власти человека, выстраиваются в некую последовательность, понимаемой в обычной жизни как ситуация

неопределенности. А стремление каждого человека овладеть контролем над ситуацией, сделать ее «определенной», приводит к появлению новых рисков в обществе.

То, что является постоянным взаимодействием общества и природы в современном обществе, а именно угрозами и опасностями – называется рисками. А «общество риска»– это новая модель человеческого развития. Если в индустриальном мире в производстве видели исключительно позитивное влияние на жизнь общества, то в настоящее время производство является одним из главных источников риска. Они угрожают не только состоянию природы, но и на поведение человека, науку и демократию.

Страны делятся на те, которые производят риски, и те, которые потребляют риски, подвергаются их воздействию. Но производство рисков демократично, потому что, если производством рисков заняты только определенные страны, под влияние попадают все (эффект бумеранга). Из-за этого в обществе появляется иная расстановка политических сил, где политический потенциал принадлежит, например, социальным движениям. В основе этого лежит понимание, что опасно, а что нет.

Многие риски современного общества (загрязнение радиоактивными и химическими отходами) порождаются благодаря научному прогрессу и развитию технологии. А одна из ключевых ролей в становлении идеологии и политики постиндустриального общества принадлежит науке и производству знаний. Риски существуют в форме знаний, они не воспринимаются человеческими органами чувств, поэтому все конструкции, построенные на восприятии человеком мира посредством органов чувств, а, следовательно, и теоретические знания о человеке в социологии и других науках, не актуальны при изучении рисков [2, с. 15-19].

Еще одна проблема – это политическая интерпретация технического и естественно-научного знания. Здесь осуществляется перевод рисков на политический язык. Создается институт, где эксперты определяют уровень опасности того или иного риска и его социально-приемлемое значение. Такие эксперты обретают статус «элиты» в обществе. Возникает расслоение общества на экспертов и остальных людей. Люди утрачивают доверие к науке, а межличностная борьба экспертов не дает возможности получить объективного знания о состоянии среды обитания. В результате формируется лабораторная наука и наука опыта (основывается на жизненном опыте и дискуссиях).

Общество риска живет в состоянии постоянного напряжения и страха, боязнь опасностей. Нестабильность и недоверие людей к

политическим верхам возрастает. Не исключено возвращение к авторитарному или тоталитарному обществам.

В современном обществе в социологии существует несколько направлений, изучающих побочные эффекты развития. Поэтому социологический подход направлен на анализ опасностей для человека и природы, что рождается под влиянием модернизации. Именно социология занимается разделением и противопоставлением человека и природы, общество и место обитания. Методологически это означало, что социология продолжает разделять и противопоставлять человека и природу, общество и среду его обитания.

Список использованных источников:

1. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну/ Пер. с нем. В. Седельника и Н. Федоровой; - М.: Прогресс - Традиция, 2014.

2. Исаев К. Общество риска в условиях глобализации, 2013. - С. 15 - 19.

3. Красиков С.А. Риск как социальный феномен: Компаративистский анализ теорий западной социологии, 2012.

©Баймуратова Т.Т., 2017

УДК 159.99

ПСИХИЧЕСКИЕ СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ САМОРЕГУЛЯЦИИ

Баулин С.М., Карицкий И.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Психические состояния относится к одним из основных психических явлений и достаточно подробно изучены в психологии за последние десятки лет. В то же время в эмпирическом и психопрактическом плане человек, конечно, осознанно знаком с ними многие тысячи лет, насколько об этом позволяют судить различные древние письменные источники.

Круг исследователей психических состояний весьма широк, назовем хотя бы наиболее известных отечественных и зарубежных исследователей: М. Аргайл, В.Ф. Березин, М. Борневассер, А.М. Вейн, В.А. Газен, И. Гольдштейн, Л.П. Гримак, С. Гроф, Л.Г. Дикая, А. Диттрих, Дж. Додсон, С.А. Дружилов, Р. Йеркс, Е.П. Ильин, А. Кемпински, С. Клейн, Л.В. Куликов, В.В. Кучеренко, Н.Д. Левитов, А. Людвиг, В.Л. Марищук, К. Мартиндэйл, В.Н. Мясищев, Т.А. Немчин, А.М. Олещенко, В.Ф. Петренко, К.К. Платонов, В.А. Пономаренко, А.О. Прохоров, А.В. Россохин, Г.

Селье, Ю.Е.Сосновикова, Л.И.Спивак, Ч.Тарт, Б.М.Теплов, К.Уэйнтроб, З. Фрейд, П. Хилари, Н.И. Чуприкова, В.И. Щедров, Ю.В. Щербатых, В.Н. Юрченко и др. [1; 2; 4; 5; 6; 7; 8].

Также разнообразны направления исследований психических состояний. Общетеоретическими, методологическими вопросами психологии состояний, их классификационным анализом занимались В.А. Ганзен, Е.П. Ильин, Н.Д. Левитов, В.Н. Мясищев, Т.А. Немчин, А.О. Прохоров, П. Хилари и др. Проблемами диагностики состояний – Г.М. Зараковский, В.Л. Марищук, Ю.Б. Некрасова, В.К. Сафонов, П.Я. Шлаен и др. Существуют направления исследований по отдельным видам состояний, выделенных по различным критериям: эмоциональные, психофизиологические, ментальные, духовные, функциональные, активационные, тонические, тензионные, трудные, неравновесные, пограничные, массовидные и другие состояния. Существует также большое направление исследований измененных состояний сознания (А.М. Вейн, П. Гримак, С. Гроф, С. Кардаш, В.В. Кучеренко, В.Ф. Петренко, А.В. Россохин, Ч. Тарт, К.Г. Юнг и др.). Еще одно важное направление исследований – психические состояния и деятельность, здесь проведен значительный объем разнообразных исследований, особенно в области профессиональной деятельности, а также спортивной. Вопросами регуляции и саморегуляции психических состояний занимались А.В. Алексеев, Н.М. Бессонова, В.А. Бодров, Б.А. Вяткин, А.Л. Гройсман, Л.Г. Дикая, И.Н. Карицкий, В.В. Кучеренко, И.Х. Мирзиев, Ю.Б. Некрасова, А.О. Прохоров, Н.С. Сигал, В.Ф. Сопов, Ю.В. Щербатых и др. [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8].

Психическое состояние может пониматься либо как мгновенная характеристика психики в целом или отдельных психических процессов, либо как относительно устойчивая и сохраняющаяся некоторое время (от нескольких секунд до нескольких дней) ее характеристика, определяемая рядом параметров. Состояния являются важнейшим элементом психической регуляции, играют важную роль в поведении и деятельности. Поскольку психическое состояние представляет собой многомерное явление, имеющее большое число различных характеристик, вариантов описания и анализа, то это определяет также множество направлений их исследования в различных отношениях. Психическое состояние обладает богатым содержанием и, соответственно, множеством параметров. В то же время в нем всегда имеется ведущая характеристика, которая определяет его сущность и основное содержание, позволяет определять его именно как это состояние, отличая от других, а также на основе ведущей характеристики относить состояние к определенному классу [7, с.7-15].

Один из ведущих исследователей в этой области Н.Д. Левитов определяет психическое состояние таким образом: психическое состояние – это «целостная характеристика психической деятельности за определенный период времени, показывающая своеобразие протекания психических процессов в зависимости от отражаемых предметов и явлений действительности, предшествующего состояния и психических свойств личности». Психический процесс может перейти в психическое состояние, в примере самого Н.Д. Левитова: процесс восприятия художественной картины может перейти в довольно сложное психическое состояние под впечатлением этой картины. При этом всякое психическое состояние (согласно принципу единства психики и деятельности) является как переживанием, так и деятельностью, имеющей некоторое внешнее выражение [5, с. 18-35].

Опираясь на указанное выше определение, Н.Д. Левитов осуществил свою классификацию психических состояний, отмечая при этом ее определенную условность. Согласно автору, основными классами состояний являются следующие: 1) состояния личностные и ситуативные (первые, прежде всего, выражают индивидуальные свойства человека, вторые – особенности ситуаций); 2) состояния глубокие и более поверхностные, в зависимости от силы их влияния на переживания и поведение человека; 3) состояния, положительно или отрицательно действующие на человека; 4) состояния продолжительные и кратковременные; 5) состояния более или менее осознанные [5, с. 18-35].

Позже свою систематизацию состояний предложил В.А. Ганзен. Он выделяет три класса состояний: волевые, аффективные и состояния сознания. Волевые состояния делятся В.А. Ганзеном на две подгруппы: праксические (возникающие в процессе деятельности или как ее следствие) и мотивационные. Аффективные состояния он разделяет на эмоциональные (эмоциональные реакции на действующий раздражитель) и гуманитарные (проявляются в общении). Состояния сознания распределяются по шкале «сон – активация» [1, с. 126-142].

Е.П. Ильин определяет состояние человека «как его целостную системную реакцию… на внешние и внутренние воздействия, направленную на сохранение целостности организма и обеспечение его жизнедеятельности в конкретных условиях обитания. Следовательно, эти реакции имеют приспособительный (адаптивный) характер». Автор исходит из того, что состояния должны быть представлены показателями трех уровней реагирования: психического, физиологического и поведенческого [2, с. 18-19 и др.].

И.Н. Карицкий полагает, что «психическое состояние – это относительно устойчивое психическое явление», которое «занимает промежуточное положение между процессами и свойствами, а также включает в себя определенный паттерн психических процессов, с помощью которых может быть описано, и само, при известной повторяемости, формирует психическое свойство». Автор, исходя из представлений о целостности человека, выделяет состояния «телесные, энергетические, эмоциональные, ментальные, духовные и смешанные». Данное «различение обусловлено доминантной, ведущей характеристикой состояния, а не отсутствием в нем составляющих других уровней». Из других классификаций исследователь рассматривает состояния обычные и измененные, позитивные, нейтральные и негативные, базовые и переходные, просоциальные, асоциальные, внесоциальные и транссоциальные, осознаваемые и неосознаваемые, управляемые и неуправляемые и др. Далее автор связывает проблему психических состояний с их регуляцией, саморегуляцией и психологическими практиками работы с психическими состояниями [3, с. 90-96; 4, с. 41-50].

Ю.В. Щербатых, опираясь на исследования предшественников, исходит из того, что «психические состояния – характеристика психической деятельности, отражающая своеобразие протекания психических процессов на определенный период времени». Исследователь предложил классификацию психических состояний, «состоящую из семи постоянных и одного ситуативного компонента». Состояния классифицируются автором: 1) по источнику формирования, 2) по степени выраженности, 3) по эмоциональному знаку воздействия, 4) по длительности, 5) по степени осознанности, 6) по преобладанию рассудочного или эмоционального компонента, 7) по степени активации организма, 8) по главному уровню системного проявления [9].

Важнейший аспект проблемы психических состояний – их регуляция и саморегуляция. В процессе биологической и социальной эволюции человек выработал огромное число различных механизмов саморегуляции, которые существуют на всех уровнях организации человеческого существа: биохимическом, органическом, физиологическом, нейрофизиологическом, психофизиологическом, эмоциональном, ментальном, социально-психологическом и т.д. Большинство из них протекает как автоматические процессы и относится к биологическим способам сохранения гомеостазиса и обеспечения поведения и деятельности. Психологическая саморегуляция бывает бессознательной и сознательной, на уровне психологической саморегуляции большинство механизмов также являются бессознательными и автоматическими. К

сфере сознательной саморегуляции относятся те психические состояния, по отношению к которым механизмы саморегуляции либо не выработаны, либо недостаточны, либо сами состояния вызваны новыми факторами среды, касательно которых такие механизмы отсутствуют [3; 4].

С одной стороны, саморегуляция является основой всех психологических практик, с другой – саморегуляция может быть реализована не только как процесс личностного самовоздействия на собственное психическое состояние с целью перевести его в более позитивное, или конструктивное, или оптимальное, или функциональное, или соответствующее актуальной ситуации состояние, но и с помощью всего спектра психологических практик: профилактики, тренинга, консультирования, терапии, личностного роста и т.д. То есть обращение к другому за помощью – это тоже вид саморегуляции, формирование новых механизмов управления психикой – вид саморегуляции, хотя и длительный по времени [3; 4].

И.Н. Карицкий отмечает, что с каждого уровня «организации человека (телесного, энергетического, эмоционального, ментального и духовного) может быть осуществлено воздействие на любой другой и на каждом из них может быть осуществлена трансформация как результат воздействия. Обучение практикам и сами практики психической регуляции и саморегуляции могут осуществляться с опорой на данное понимание уровневого строения человека» [4]. Автор специально останавливается на рефлексивных психотехнологиях саморегуляции: «Рефлексивные психотехнологии – это группа методов работы с психикой через осознание. Общий принцип построения рефлексивных психотехнологий заключается в постоянном акценте на самоосознание и осознание психического содержания как ведущей технике. В силу этого они могут быть разбиты на две группы: методы повышения самоосознанности и способы повышения осознанности обычно слабо осознаваемого или бессознательного психического материала» [3]. Рефлексивные психотехнологии саморегуляции психических состояний являются важнейшим ресурсом развития человека и его способности к управлению собственными состояниями.

Таким образом, сегодня существует большой объем разнообразной научной литературы по исследованию психических состояний. Психологами проведено значительное число эмпирических исследований, выделены специфические характеристики отдельных состояний, психические состояния классифицированы по различным критериям, созданы методики диагностики состояний и представлены методы формирования желательных и оптимальных состояний для конкретных

видов деятельности. Важнейшим направлением исследований и психопрактической деятельности являются психологические практики регуляции и саморегуляции состояний. Это тот практический ресурс, который современная психология предлагает каждому индивиду и обществу в целом.

Список использованных источников:

1. Ганзен В.А. Системные описания в психологии. Л.: ЛГУ, 1984.
2. Ильин Е.П. Психофизиология состояний человека. СПб.: Питер, 2005.
3. Карицкий И.Н. Психические состояния специалистов управленческого профиля и обучение специалистов рефлексивным психотехнологиям саморегуляции // Вестник университета (Государственный университет управления). Серия: Социология и управление персоналом. 2002. №2(5). С.90-96.
4. Карицкий И.Н. Классификации психических состояний // Вестник университета (Государственный университет управления). Серия: Социология и управление персоналом. Москва. 2004 г. № 4 (11). С.41-50.
5. Левитов Н.Д. О психических состояниях человека. М.: Просвещение, 1964.
6. Петренко В.Ф., Кучеренко В.В. Медитация как неопосредствованное познание // Методология и история психологии. 2007. Том 2. Вып.1. С.164-189.
7. Психические состояния / сост. и общ. ред. Л.В.Куликова. СПб.: Питер, 2000.
8. Чуприкова Н.И. Сознание в функциональной системе психического отражения и регуляции поведения и деятельности // Методология и история психологии. 2009. Том 4. Вып.1. С.113-129.
9. Щербатых Ю.В. Общая психология. СПб.: Питер, 2009.

©Баулин С.М., Карицкий И.Н., 2017

УДК 316.6

ИМИДЖ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

Белоброва А.П., Антоненко И.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном обществе люди всё чаще начинают уделять особое внимание своему имиджу. От имиджа зависит впечатление, которое человек производит на людей и мироощущение самого человека.

Понятие имидж имеет множество определений.

Имидж – это образ человека глазами других людей, целый спектр стереотипов, закрепившихся за нашей личностью в сознании людей, а также наше представление о самих себе, которое, так или иначе, способно передаваться окружающим.

Известный исследователь имиджа Панасюк А.Ю. понимает под имиджем образ человека, который воспринимают другие люди [2, с. 9].

Другой исследователь понятия «имидж» Петрова Е.А. указывает, что помимо того, что имидж является феноменом индивидуального, группового или массового сознания, он в то же время функционирует как образ-представление, в котором переплетаются внешние и внутренние характеристики объекта, его социальные роли и функции, взаимодействие в семантическом поле культуры с иными категориями сознания, включенность в менталитет [5, с. 27].

Понятие имидж универсально приемлемо к любим объектам, которые становятся предметами социального познания: имидж отдельно взятого человека, корпоративный имидж определенной организации, социальный имидж политического или общественного деятеля, профессиональный и образовательный имидж, имидж торговой марки и бренда и т.д.

Еще одно определение имиджа дают Нефедова И. и Власова Е. Имидж – это проявление внутренних ощущений и представлений о себе, с учетом стереотипов восприятия окружающих людей [1, с. 35].

Имидж служит для того, чтобы подчеркивать достоинства и скрывать недостатки. Он может основываться на ролях, которые люди играют в жизни, и меняется в зависимости от того, какая социальная или эмоциональная роль выходит на первый план в данный момент.

Исследователи выделяют некоторые функции феномена имиджа:

Функция психологической защиты. В этом выражается суть имиджа, используя его можно скрыть свои недостатки, фальсифицировать у других иное впечатление, избавиться, хотя бы временно от тревожности и психологических комплексов.

Функция социального тренинга. В одной из своих ипостасей имидж представляет собой противоречивую систему иллюзий, лжи, блокирующих и трансформирующих глубинные психические процессы. Она возникает из неосознанных или осознаваемых представлений людей о том, какими должны быть роли в конкретных группах.

Функция идентификации (социально-символьного опознавания). Имидж несет в себе символы готовности человека или группы следовать «правилам игры» установленным не только для отдельной общности, но и

для социума в целом. Отсутствие меток такого опознавания чаще всего вызывает отрицание, отторжения и т.д.

Иллюзорно-компенсаторная функция. Опираясь на известную мысль Л. Фестингера, один из законов психики – постоянно воспроизводящийся дисбаланс разных подсистем и блоков. Такой дисбаланс провоцирует негации, дистрессы, и один из методов борьбы с ними – выработка иллюзий, тщательно скрываемых, часто поразительно наивных, идеальных картин [7, с. 140].

В отечественной литературе присутствует три подхода к имиджу:

- функциональный;
- контекстный;
- сопоставительный.

При функциональном подходе выделяют следующие виды имиджа:

1. Зеркальный – это имидж – наше представление о себе. Мы как бы оцениваем свой имидж, разглядывая своё отражение в зеркале. Обычно люди высоко оценивают свой имидж, не учитывая стороннее мнение.

2. Текущий – тот, который видим со стороны. Следует учитывать, что непонимание, предубеждение и стереотипы влияют на представление о нашем имидже не меньше чем поступки.

3. Желаемый – тот, к которому стремится человек, идеальный.

4. Корпоративный – имидж и репутация организации в целом, а не отдельных ее подразделений.

5. Множественный – имидж независимых структур в единой корпорации. В стремлении к хорошему единому имиджу компании используют общую символику, униформу и т.д.

6. Отрицательный – имидж, создаваемый оппонентом, соперником, врагом.

При контекстуальном подходе имидж классифицируется по видам деятельности – имидж бизнесмена, имидж педагога, имидж политика, имидж ученного, имидж актера и т.п.

При сопоставительном подходе сравнивают качества, соизмеримых личностей или компаний.

Следует обратить внимание на классификации видов имиджа, разработанных рядом исследователей. А.Н. Жмыриков в своей классификации выделяет «идеальный», «первичный» и «вторичный» имиджи [6, с. 15].

Идеальный имидж – это общее представление людей о лидере, но идеальный имидж обычно недостижим.

Первичный имидж – это представление о конкретной личности, сложившееся в сознании многих людей после первичного знакомства.

Первичный имидж во многом соответствует идеальному имиджу, но не совпадает с ним.

Вторичный имидж формируется только в процессе конкурентной борьбы. Это компромисс между стремлением обрести лидера, образ которого зеркально повторяет идеал, и желанием избежать лидера, образ которого более всего противоречит идеальному.

Многие исследователи выделяют индивидуальный имидж и профессиональный. Первый определяется тем, насколько он соответствует внутреннему миру индивида.

В зависимости от факторов, на которые опирается имидж, выделяют габитарный, овеществленный, вербальный, кинетический и средовый имидж [2, с. 47].

Таким образом, существует ни одна классификация видов имиджа, это обусловлено, прежде всего, различиями научных позиций, на которых стоят ученые в исследовании феномена имиджа, а также различными подходами к классификациям.

Структура имиджа складывается из ряда взаимосвязанных и взаимозависимых элементов. Структурными составляющими имиджа являются: внешняя, поведенческая, личностная и профессиональная части. В свою очередь, каждая из четырех составляющих имеет свои элементы.

Формирование образа человека в глазах окружающих начинается с его внешнего облика, восприятия его как отдельного индивида. Каждый человек неповторим своей внешностью, она является важным элементом его индивидуальности.

Внешность тесно связана с внутренним миром человека. Во внешности проявляется образование, воспитание, социальное положение, характер, направленность и ряд внутренних черт человека.

Внешний облик человека, в свою очередь, складывается из трех элементов: физиологической индивидуальности, одежды и аксессуаров, предметного окружения [3, с. 17].

Физиологическая индивидуальность человека, как элемент его имиджа, состоит из его лица, особенностей фигуры, прически, рук. Физиологическая индивидуальность дается природой, она во многом определяет характер, а также и имидж человека. Привлекательные люди воспринимаются лучше, их имидж кажется более положительным.

Одежда и аксессуары составляют важный элемент имиджа человека. Одежда и аксессуары показывают его материальное и социальное положение, культуру и отношение к окружающим.

Предметное окружение – это мир вещей, в которых живет и работает человек. Этот мир создается человеком, и отражает его внутреннюю

индивидуальность. Он также влияет на его имидж через создание своего рода фона, обрамления индивида. Кроме материального и социального положения, мир вещей показывает вкус и образованность человека, его отношение к жизненным удобствам, духовным и художественным ценностям, профессиональной деятельности.

Следующим, после внешнего облика, фактором влияния на создание образа человека в глазах окружающих, является его поведение. Именно через действия и поступки человека проявляется его внутренняя сущность и формируется его имидж.

Поведение человека, как фактор его имиджа, складывается из трех элементов: манеры, мимика и жесты, стиль общения.

Манеры – это внешний рисунок поведения человека. Они проявляются во внешней культуре поведения и характере общения человека с другими людьми.

Мимика и жесты также относятся к внешнему рисунку поведения человека. Они своими способами отражают внутренний мир индивида и влияют на создание его образа. Кроме собственно мимики и жестов, к этому элементу структуры имиджа относятся походка и позы [4, с. 49].

Стиль общения – это способы речевого взаимодействия человека с другими людьми. Стиль общения демонстрирует, прежде всего, отношение к людям. Человек может быть внимательным и доброжелательным, но может вести себя заносчиво и грубо.

Любое поведение человека соответствующим образом отражается на его имидже. Отношение к индивиду складывается как зеркальное отражение его собственного поведения.

Имидж показывает человека как личность, в совокупности его внутренних качеств и свойств. Внутренний мир человека является преломлением внешней реальности в индивидуальном сознании и личностных ценностях.

Личность человека, в восприятии его окружающими, складывается из целого комплекса качеств и свойств. Однако основными из них, которые определяют его имидж, можно назвать: ценности и мотивы, характер и воля, социальное окружение.

Ценности и мотивы определяют направленность индивида, его жизненные цели и личные стремления.

Характер и воля, как элементы имиджа, показывают эмоциональный мир человека и его способность управлять своим поведением.

В личностной составляющей может быть и какое-либо необычное, но ярко выраженное качество или свойство. Например, чувство юмора. И

тогда образ этого человека в глазах окружающих формируется именно вокруг этого главного качества.

Социальное окружение многое говорит о личности. Круг общения связан с предпочтениями человека в межличностных контактах. Через тех, с кем человек общается, можно судить и о нем самом. Первое, это свидетельствует о стремлении человека войти в определенный круг. Второе, показывает, что он в данный круг принят [4, с. 40].

Любого человека окружающие воспринимают не только как индивида, но и как представителя профессии. И его имидж, так или иначе, представляет его как профессионала – хорошего или плохого.

Независимо от профессии, человека можно охарактеризовать уровнем его квалификации, опытом работы и достижениями. Это и будут элементы профессионализма в его образе.

Квалификация является показателем степени овладения человеком избранной профессией. Высокий уровень квалификации создает человеку адекватный имидж. Это может быть настолько значимо, что все остальные составляющие образа и их элементы отступают на второй план.

Профессиональный опыт накапливается с годами. Но он также значимо характеризует человека. Если он всю жизнь посвятил одной профессии и накопил большой опыт, это положительно отразится и на его имидже.

Достижения в профессии связаны с социальным признанием или материальными результатами. Если человек удостоен почетного звания, получил орден или медаль за свою успешную деятельность, это создает ему достойный образ. Если благодаря своей профессиональной деятельности человек создал значительные материальные ценности для общества, и сам стал богатым человеком, это также создает уважительное к нему отношение со стороны окружающих.

Список использованных источников:

1. Нефедова И., Власова Е. Я и мой имидж. - М., 1994.

2. Панасюк А. Ю. Наука «имиджелогия»: современное состояние и перспективы развития. - М.: РИЦ «Альфа», 2003.

3. Панасюк, А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехника / А.Ю. Панасюк. – М., 2007.

4. Панфилова, А.П. Имидж делового человека / А.П. Панфилова. – СПб, 2007.

5. Петрова Е. А. Имиджелогия: современное и состояние, и перспективы развития. - М.: РИЦ «Альфа», 2003.

6. Почепцов Г. П. Имиджелогия. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001.

7. Федоров И. А. Имидж как программирование поведения человека - Рязань: Новое время, 1997.

©Белоброва А.П., Антоненко И.В., 2017

УДК 061.3.658.012 (066) 6Н1

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ОСОБЫЙ ВИД СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Борисова Т.П., Карпова Е.Г.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Социальная реклама в настоящее время стала неотъемлемой частью жизни современного общества. Акцентируя внимание на социально-важной проблематике, она привлекает внимание к вопросам, актуальным как в настоящее время, так и к извечным социальным ценностям. Социальная реклама в современном обществе имеет разную направленность и ориентирована на различные сферы человеческой жизни. Образование было и остается несомненной ценностью в жизни современного общества. Это позволяет рассматривать образовательную рекламу с точки зрения ее принадлежности к социальной рекламе как специфическому виду рекламного продукта.

Существует мнение, что создание и производство социальной рекламы является главным показателем креативности, концептуального мышления и профессионализма создателя, так как социальная реклама должна вызывать гораздо более сильные эмоции у аудитории, нежели реклама товаров и услуг. Попробуем разобраться – что представляет собой социальная реклама сегодня?

Одной из главных задач современной социальной рекламы является информирование членов общества о различных социальных явлениях и проблемах. Термин «социальная реклама» существует только в России. Использование социальной рекламы регламентировано на государственном уровне. Согласно статьи 3 п.11 Закона РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ «Социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» [2].

К основным задачам социальной рекламы в настоящий момент можно отнести: формирование общественного мнения относительно

социально-важных проблем или явлений, привлечение внимания граждан к насущным проблемам общественной жизни, активизация действий по их решению, формирование положительного отношения к государственным структурам, укрепление социально значимых институтов гражданского общества, формирование новых видов общественных отношений, изменение поведенческой модели общества [1, с. 397].

Социальная реклама, также как и коммерческая реализуется с помощью телевидения, печатных изданий, наружной рекламы, рекламы на радио и транспорте. Главным отличием социальной рекламы от коммерческой является её цель. Целью коммерческой рекламы является рост продаж товара или услуги и создание положительного мнения о нём. Социальная реклама направлена на привлечение внимания к проблемам и явлениям общества.

Информация, которую несёт в себе социальная реклама, как правило, не является новой или неизвестной широкому кругу общественности. Она является отражением общественных проблем и конфликтов, социально-значимых вопросов и ситуаций, происходящих в обществе. Главная ее цель – привлечение внимания к этим аспектам общественной жизни, акцентирование на важных для общества проблемах и явлениях.

В современном мире выделяют несколько типов социальной рекламы. Традиционно к ним относится: пропаганда здорового образа жизни, пропаганда законопослушности и правопорядка, адресная реклама, событийная пропаганда, пропаганда событийности и милосердия, образовательная реклама. Основным отличием перечисленных типов являются цели их использования.

С точки зрения эффективности социальной рекламе, как и любой другой, присущи такие критерии психологической эффективности, как запоминаемость, привлекательность, информативность и побудительность.

Социальная реклама, как правило, апеллирует к эмоциональной сфере личности и к ее нравственно-социальным мотивам. Апелляция к мотивационной сфере используется том случае, если целью социальной рекламы является необходимость вызвать эмоциональный отклик и, как правило, побудить к социально-желаемому действию. Нравственные или социальные мотивы апеллируют к морально-нравственным ценностям. Данные мотивы чаще всего используются в таких рекламных обращениях, как защита окружающей среды (экологические проблемы), охрана правопорядка, употребление табачных, пропаганда здорового образа жизни, благотворительность и многое другое.

Основными функциями социальной рекламы являются:

Информирование общественности о социальных услугах и способах их получения.

Формирование новых социальных установок, изменение модели поведения, стереотипов, сложившихся в обществе (отказ от курения, пропаганда здорового образа жизни и многое другое).

Формирование положительного имиджа государственных служб и некоммерческих организаций.

Объединение усилий социальных служб и спонсоров в решение важных социальных проблем.

Создание каналов «обратной связи» между учреждениями и их клиентами.

Рассматривая особенности образовательной рекламы, как особого вида социальной рекламы, следует отметить ее направленность на пропаганду знаний как социокультурной ценности. Такая реклама может носить как адресный характер с указанием конкретных образовательных учреждений, а также их контакты (адрес, телефон, электронная почта, сайт в Интернете и т.д.), так и являться безотносительной – то есть пропагандировать образование как социальную норму или ценность. В ней могут пропагандироваться популярные образовательные проекты, и, при необходимости, реклама может быть направлена на сбор средств, необходимых для реализации этих проектов.

Можно выделить следующие функции образовательной рекламы:

Информирование потенциальных абитуриентов и их родителей об образовательных услугах и способах их получения.

Формирование новых социальных установок, изменение модели поведения, стереотипов, сложившихся в обществе (знание как социальная ценность, образование как социальная ценность)

Формирование положительного имиджа высших учебных заведений.

Привлечение внимания к проблеме повышения образовательного уровня граждан.

Создание каналов «обратной связи» между учебными заведениями и студентами (или потенциальными абитуриентами) [3, с. 195].

Специфической особенностью образовательной рекламы является то, что рекламное сообщение имеет два информационных плана. Во-первых, это информация о конкретном учебном заведении и о предоставляемых им видах образовательных услуг. Во-вторых, образовательная реклама, призвана побуждать в сознании людей потребность получения образования. Так как образование пропагандируется и как социально-значимая ценность, и как личностный ресурс, позволяющий подняться на желаемую социальную высоту или уровень материального достатка.

Образовательная реклама, как и любая другая, направлена на получение конкретного результата. Объективным показателем эффективности образовательной рекламы является наличие обратной связи со стороны потребителя рекламного продукта. Обратная связь в данном контексте может выражаться в виде активности абитуриентов, востребованностью образовательных продуктов, высоким уровнем престижа и положительным имиджем учебного заведения.

В последнее время в научных кругах активно дискутируется вопрос: не является ли использование понятий «образовательные услуги» и «образовательный продукт» показателем того, что образование перешло из сферы социально-важной деятельности в сферу услуг. Подобные дискуссии спровоцированы сложившимися представлениями об услуге как форме коммерческой деятельности. А также тем, что большая часть современного обучения производится на возмездной основе. Трудно не согласится с тем, что определенная логика в подобных утверждениях присутствует. Но есть одно существенное отличие образовательной услуги от любой другой услуги коммерческого характера – это сущностные характеристики продукта. Так как продукт образовательной деятельности носит личностно-значимый, и одновременно, социально-значимый характер, и имеет ценность не только для обучающегося, но и для общества в целом, не справедливо было бы отнести образовательные услуги к сугубо коммерческой сфере деятельности. Помимо этого, не стоит забывать, что образование – это не просто набор знаний, умений и навыков, позволяющий осуществлять трудовую деятельность, но и целенаправленный процесс воспитания, формирования мировоззрения и социально-активной позиции обучающегося. Именно поэтому образовательная реклама является нечто большим, нежели просто реклама товара, направленная на целевой потребительский сегмент. Образовательная реклама – это скорее реклама не просто образовательного продукта или учебного заведения – это реклама социальных ценностей и возможностей их реализации.

Таким образом, мы можем определить образовательную рекламу как специфический вид социальной рекламы, направленный на формирование общественного мнения относительно такого социально-важного явления, как образование, информирование членов общества о видах, формах и возможностях получения образования, активизация действий по решению образовательных задач граждан, формирование положительного отношения к образовательным учреждениям и образованию в целом, укрепление такого института образования, как социально значимого

института гражданского общества, а так же изменение поведенческой модели общества.

Список использованных источников:

1. Мудров А.Н. Основы рекламы, Учебник / 2-е изд. перераб. и доп. – М., 2008.

2. Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006, статья 3 «Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе»

3. Хохлова А.С., Борисова Т.П. Роль социальной среды ВУЗа в проектировании образовательной рекламы высших учебных заведений. Материала 24-й Всероссийской студенческой конференции «Проблемы управления – 2016», ГУУ, М., 2016

©Борисова Т.П., Карпова Е.Г., 2017

УДК 316

ГЕНДЕРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРАХ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ

Буткеева В.С.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

«Социологи отмечают, что вопреки многим международным договорам, подписанным Россией, включая Факультативный протокол к Конвенции о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин, в России до сих пор нет национальных механизмов и процедур, способных не только юридически, но и фактически гарантировать соблюдение конституционного принципа гендерного равноправия» [5]. К середине 90-х годов в России началось изменение гендерной системы в России. Социальный и экономический кризис вызвал безработицу, и преобладающее число среди безработных составляли женщины. Государство перестает контролировать положение женщин, и ее материнство перестает быть идеологией – оно становится личным делом женщины.

В публичной сфере преобладали мужчины, и обязанности в семье были распределены неравномерно. В то же время в СМИ начинают появляться новые, пришедшие с Запада, образы: бизнес-леди, домохозяйка, женщина как сексуальный объект, что плохо соотносилось с реалиями того времени. Стоит отметить, что огромную роль в политической, социальной и экономической жизни играют гендерные

стереотипы [7]. В политике от женщины ждут участие в вопросах материнства, здравоохранения, социальной сферы. Исследование ученых К. Бартола и Д. Мартина показали, что в коллективе от женщины-лидера ждут какой-либо эмоциональной поддержки или просто красивого человека, к «железной леди» относятся с опаской [8].

В России принцип равных прав и равных возможностей женщин и мужчин закреплен в пункте 3 статьи 19 Конституции Российской Федерации: «Мужчины и женщины имеют равные права и свободы и равные возможности для их реализации». Но не забываем о постановлении правительства РФ от 25 февраля 2000 года №162 «Об утверждении перечня тяжёлых работ и работ с вредными или опасными условиями труда, при выполнении которых запрещается применение труда женщин», где перечислено 456 профессий. Так же даны указания, где в виде исключения разрешено работать женщинам. Дело здесь в самом запрете на эти виды работы, это заведомо делает женщин менее способными к данной работе. Получается, что закон, все-таки, контролирует женщин в их выборе. В числе запрещенных есть некоторые должности, связанные с работами в шахтах, но в 19 веке женщины в Европе и России работали в шахтах, следовательно, исторический опыт нам говорит о том, что женщина может работать, к примеру, шахтером. Существует много профессий, где работают женщины, и которые вредны для здоровья, например, маляры и бортпроводницы. Поэтому, если мужчина или женщина сами решили не работать на таких должностях, то они, соответственно, и не будут работать. Если говорить о репродуктивной функции, то среди женщин есть много тех, которые уже рожали или не собираются заводить детей, и у них, как и у остальных, должно быть право выбора на то, какой деятельностью им заниматься.

В современном обществе гендерная сегрегация труда сохраняет разницу экономических способностей женщин и мужчин [9].

Современные исследования показывают, что, женщины обычно ищут работу с неполным рабочим днем [6]. Это связано с тем, что помимо работы на женские плечи ложится еще и ответственность за домашнее хозяйство, детей, и семью в целом. Не удивительно, что зарплаты у женщин и мужчин разные. Мужчина работает, повышает свою квалификацию и соответственно получает больше денег. Такое положение дает нам экономическое и социальное неравенство. Этот вопрос требует тщательного рассмотрения в социальной политике РФ.

Положение женщин в политике весьма незначительно: на 2013 год процент женщин в Государственной Думе составлял лишь 14% [4]. Но стоит отметить, что не все женщины стремятся занять политические места,

и это проблема стереотипов и исторического фактора. Исследования показывают, что, хотя женщины и занимают большое количество должностей в государственных и научных органах, но в высших управленческих должностях их ничтожно мало [10].

Можно рассмотреть эту проблему в патриархальных традициях российского общества, где женщина всегда была – жена, мать, хозяйка дома, подчиненная своему мужу. В «Книге о домострое» указывалось, что мужчина даже может побить супругу плетью. Такое положение женщины не предполагало участия ее в общественно-политической жизни.

Трудно не согласиться, что сейчас происходят изменения и в настоящее время все больше женщин участвуют в различных государственных и негосударственных органах, например, увеличилось количество женщин в армии и в дипломатической службе [3]. Но исследование, проведенное «Агентством Контакт», говорит о том, что в среднем мужчины движутся по карьерной лестнице в два раза быстрее, чем женщины.

Дипломат Элеонора Валентиновна Митрофанова призналась, что: «Работа дипломата тяжела, а для женщины – в особенности: приходится в два, три раза больше и упорнее работать, чтобы доказать, что ключевой пост ты занимаешь по праву» [2].

В современном мире самодеятельность женщин проявляется в негосударственной и некоммерческой сфере. В 2006 году Ассоциация независимых женских объединений в России включала 36 организаций. Существуют различные кризисные центры, которые помогают жертвам домашнего насилия, Комитеты солдатских матерей, выступающие за защиту гражданских прав солдат и призывников. Также, например, Ассоциации многодетных матерей добиваются социальной поддержки малообеспеченным многодетным семьям.

У большинства подобных организаций очень слабое финансирование. Деятельность таких организацией неизвестна и недоступна, так как не хватает средств на деятельность PR-служб, а также слабая поддержка государственных властей [3].

Профессор Европейского университета в Санкт-Петербурге Елена Здравомыслова, утверждает, что гендерная проблематика в российском обществе довольно долго привлекала внимание людей очень узкого круга. Только с середины 2000-х годов поднимается интерес к данным проблемам. Одна из проблем современности, это призывы пересмотреть закон об абортах, а именно убрать его из системы ОМС. Этот закон бы отнял у женщины свои репродуктивные права. Так же в Росси до сих пор не подписан закон о ювенальной юстиции [1]. А ведь, как говорилось

ранее, в нашей стране существует проблема семейного насилия. Можно сказать, что пока, наше государство считает, что вмешиваться в дела семьи негосударственное дело.

В России очень большое влияние консерваторов, поэтому гендерный порядок сохраняется в виде традиционного и патриархального.

Список использованных источников:

1. COLTA.RU. Гендер для чайников - краткий курс. URL: http://www.colta.ru/articles/specials/10698 (Дата обращения 15.11.2017)

2. Executive.ru «Стеклянный потолок»: преграды на карьерном пути для мужчин и женщин. URL: http://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1575614-steklyannyi-potolok-pregrady-na-karernom-puti-dlya-muzhchin-i-zhenschin (Дата обращения: 15.11.2017)

3. Адамянц С., Урусова А. Женское лицо российской дипломатии // Эхо планеты. -2004. -№ 10 (829)- С. 5 – 11

4. Дорофеев Н. Прекрасная половина российской политики // РФ-сегодня. – 2013 – №4 . – с 1-2;

5. Зонова Т.В. Гендерный фактор в политике и дипломатии / Т.В. Зонова // Международные процессы. - 2010. - № 2. - С. 94-100

6. Ибрагимова Д.А. Анализ занятости женщин на рынке труда // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. -2014-№2-1. – С. 1-3; Заседание рабочей сессии европейской экономической комиссии ООН по гендерной статистике//Вопросы статистики- 2012. -№6. -С.78-80;

7. Клименьтьев Е.- Женщины на рынке труда// Вопросы социального обеспечения. -2010.- №6.- С.23

8. Лейченко О.Ф. Женское лидерство в современном мире//Научные труды Дальрыбвтуза. – 2009- №21- С.2-9; Мид М. Мужское и женское: исследование полового вопроса в меняющемся мире. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004, - 416 с.

9. Лейченко О.Ф. Женское лидерство в современном мире//Научные труды Дальрыбвтуза. – 2009- №21- С.2-9

10. Махмутова Л.Ф. Гендерная сегрегация и гендерные стереотипы в сфере политического управления // Сборник конференций НИЦ Социосфера. – 2012. - № 20. – С. 52-58;

11. Сергин А.А., Окоютова М.Г. Динамика социально-экономических условий по увеличению численности женщин-военнослужащих// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2015- № 3-2 . – С. 266-269

©Буткеева В.С., 2017

УДК 159.99

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕВУШЕК С РАЗЛИЧНЫМИ ТИПАМИ ПИЩЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ

Ганьжина Е.В., Лапшина Д.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире проблема нарушения пищевого поведения очень актуальна. Девушки (чаще всего проявляется данное нарушение именно у них) стремятся к чрезмерной худобе, пытаются обратить внимание окружающих на себя и своё психологическое состояние, хотят избежать каких-либо проблем за счёт отказа от пищи, либо, наоборот, за счёт чрезмерного её потребления. Нередко всё вокруг «поддерживает» их в этом: сверстники указывают на недостатки во внешности, СМИ через рекламу и модные журналы показывают «идеал» красоты в виде худых и красивых моделей, а в социальных сетях другие девушки, также стремящиеся к худобе, поддерживают в радикальных способах потери веса. Подверженными влиянию общественного мнения являются люди с низким уровнем уверенности в себе.

Пищевое поведение – это ценностное отношение человека к приёму пищи и его стиль питания. Тип пищевого поведения определяет то, какое место в жизни человека занимает приём пищи при обыденных и стрессовых ситуациях.

Прежде всего, питание – это биологическая потребность нашего организма для поддержания работы всего организма. При нормальном типе пищевого поведения человек рассматривает пищу именно как источник энергии.

Первые годы жизни являются определяющими для последующего развития того или иного типа питания человека. По мнению специалистов, частое и поспешное глотание пищи ребёнком, без чувства насыщения, является свидетельствованием нарушения взаимоотношений между матерью и ребёнком. Зигмунд Фрейд говорил о том, что существенное влияние на формирование отношения ребёнка к матери оказывает эмоциональное состояние при кормлении и отношение матери к данному процессу. В случае если мать негативно настроена по отношению к ребёнку, хочет, как можно быстрее закончить кормление, ребёнку ничего не остаётся, кроме как вытеснить данный негатив, что приводит к рвоте, спазмам и нервной реакции, которые, в свою очередь, могут привести к

последующему развитию негативных отношений с матерью и расстройству пищевого поведения [2, с. 429].

Этот процесс взаимодействия матери и ребёнка указывает на важность приёма пищи не только со стороны биологической, но и коммуникативной. С самого раннего возраста в человека закладывается представление о том, что он должен принимать пищу не один. В дальнейшем на завтрак, обед и ужин семья собирается за столом, встреча с друзьями не проходит без, как минимум, чашечки кофе, любой праздник, будь то День рождения или Новый год, также проходят за столом. В результате данных общественных установок, человек, придерживающийся определённого стиля питания (вегетарианство, сыроедение, правильное питание, диета по состоянию здоровья), чувствует себя «белой вороной». Нередко такие люди просто перестают видеться с друзьями, что приводит к некой социальной отстранённости, на фоне которой могут возникнуть различные психические расстройства, в том числе и расстройство пищевого поведения.

При терапии пищевого поведения, больным бывает сложно справиться именно с данной установкой: они считают невозможным, либо крайне сложным изменить свои привычки, что говорит о ригидности психики людей с расстройством пищевого поведения. Так, например, людям с экстернальным типом пищевого поведения, сложно представить возможность отказа от приёма пищи в обществе других, употребляющих пищу, людей. Также ярким примером является невозможность человека, болеющего анорексией, каждый раз «за компанию» принимать пищу с другими людьми.

Однако, «если в компании есть хоть один человек, который готов поддержать другого в умеренном пищевом поведении, то личности легче выбрать модель пищевого поведения, переесть и попробовать все блюда или употребить свою обычную порцию» [4, с. 291].

Развитие того или иного типа пищевого поведения зависит от различных факторов:

биологического;
психологического;
социального;
этнокультурного;
религиозного и др.

Под воздействием вышеуказанных факторов, либо из-за их нарушения, может прослеживаться отклонение в пищевом поведении человека.

Первый тип пищевого поведения, рассмотренный нами в данной работе – ограничительный. Суть этого типа питания заключается в том, что человек самостоятельно, без консультации со специалистом, занимается диетотерапией с целью потери веса, либо поддержания фигуры. Происходит это за счёт подавления чувства голода, что впоследствии вызывает эмоциональную нестабильность, которая, в свою очередь, вызывает приступы переедания.

Часто девушки стремятся похудеть из-за отказа принятия себя, как будущей женщины и матери. Её пугает формирование вторичных половых признаков и первая менструация. В такой ситуации, «отправным пунктом» для стремления к худобе, часто является первый эротический опыт [2, с. 435]. Стремление к худобе не редко заключается не только в непринятии себя как женщины, но, также и в искаженном образе собственного тела в целом, что может сопровождаться депрессивной симптоматикой и социальной фобией. На фоне искажённого образа собственного тела возможно развитие анорексии и булимии. Является поводом для дальнейшего эмпирического исследования предположение о том, что личностям с ограничительным типом питания присущ высокий уровень психической ригидности, что в дальнейшем может быть причиной отказа от любых других способов потери веса, кроме голодания.

Также склонность к ограничительному типу питания может вызвать высокая социальная фрустрированность, которая является формой психического напряжения, вызванной частичной, либо полной неудовлетворённостью своего социального положения и достижениями в них. Данная гипотеза вызвана изученными «отправными точками» к развитию анорексии, а именно, неудовлетворённость подростка взаимоотношениями с семьёй, сверстниками, старшим поколением и противоположным полом.

Второй тип питания, рассмотренный в данной статье – эмоциогенный, суть которого заключается в том, что человек видит в еде «лекарство» от стрессов, способ получения удовольствия. У женщин, страдающих ожирением, в 35,6% случаев выявлен именно данный тип питания [3, с. 174]. Характерной особенностью девушек с эмоциогенным типом питания является высокое чувство вины после каждого потребления большого количества еды, как правило, углеводосодержащей. Представители такого типа питания признают у себя наличие лишнего веса и при этом являются физически зависимыми от еды, часто их признают пищевыми аддиктами.

Так же, как и людей с ограничительным типом питания, их характеризуют, как эмоционально нестабильных. Также стоит

предположить гипотезу о том, что уровень тревожности, как реактивной, так и личностной, у людей с эмоциогенным типом питания, высокий. Свою тревогу, как реальную, связанную с угрозой жизни и спокойствия, так и предполагаемую, такой человек также будет «заедать».

Стимулом к такому поведению может быть отношение родителей, которые на любое психологическое состояние ребёнка отвечали предложением «съесть что-то вкусненькое», также нередко родители показывают свою любовь к детям именно через вечное желание их накормить. В результате, взрослый человек на подсознательном уровне пытается получить любовь и утешить себя именно за счёт потребления пищи, что может привести к ожирению [2, с. 430].

Третий тип пищевого поведения, рассмотренный в данной статье – экстернальный, характеризующийся «поеданием пищи глазами», то есть человек, которого можно отнести к данному типу, потребляет пищу вне зависимости от желания – он ест при любом удобном случае. На таких людей влияет не внутренний, а внешний стимул для потребления пищи: поход с друзьями в кафе, накрытый дома стол и т.д. Также им характеры бесцельные покупки продуктов, по принципу «увидел – взял». Такие люди часто импульсивны, то есть склонны к необдуманным поступкам. Высокая импульсивность является одним из объяснений их нестабильным приёмам пищи. Также стоит отметить, что данный тип чаще не задумывается о своём весе и не признаёт у себя наличие лишних килограммов, из чего можно сделать вывод, что нарушений в принятии собственного тела у таких людей нет.

Каждый из приведённых типов пищевого поведения не является нормой и нуждается в терапии. Прежде всего, личности, с данными типами пищевого поведения, нуждаются в коррекции образа собственного тела, выявлении причин такого поведения, а также коррекции отношения к приёму пищи. Психологические нарушения такого типа могут привести не только к дальнейшему развитию психических расстройств, а также к нарушениям физического здоровья.

Проведённое теоретическое исследование, описанное в данной статье, подтверждает то, что у каждого из приведённых выше типов пищевого поведения выделяются свои социально – психологические особенности, что является основанием для проведения эмпирического исследования, результаты которого можно будет использовать при терапии нарушений пищевого поведения и их предупреждении.

Список использованных источников:

1. Малкина-Пых И.Г. Терапия пищевого поведения. М.: Эксмо, 2007
2. Малкина – Пых И.Г. Психосоматика. М.: Эксмо, 2008

3. Леонова Е.Н. Социально – психологические типы пищевого поведения. Вестник Удмуртского Университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика».2017. Т.27(2), 174-181

4. Лапшина Д.В. Пищевое поведение и конформизм. Перспективы психологической науки и практики: сборник статей Международной научно – практической конференции РГУ им. А.Н.Косыгина.2017.287-292

©Ганьжина Е.В., Лапшина Д.В., 2017

УДК 159.922.4

РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ

Горбунова Е.С., Тимохин В.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире, при его постоянном развитии различных сторон общества происходит процесс глобализации человечества. Эта проблема, с начала её появления, набирает всю большую актуальность с каждым десятилетием. Растёт количество мигрантов, как и в случаях внутри государства, так и в случаях переезда в другие страны. Это имеет под собой различные причины, такие как скачкообразный прирост населения определенных стран и увеличивающийся возраст населения в Европе, а также обострение внимания к социальным различиям [1, 7]. В связи с этим и не только, происходит социальная поляризация по принципу «свой-чужой».

Часто мы можем отмечать, как в СМИ, особенно в такой межнациональной стране как Россия, затрагиваются темы, которые могут вызывать как межконфессиональные, так и межэтнические споры. СМИ, как неотъемлемая часть современной культуры, может оказывать влияние на формирование не только взглядов и мнений людей в той или иной социальной сфере, но и на формирование различных аспектов личности.

У каждого человека существует своя определенная идентичность и средства массовой информации в современном мире занимают одну из ведущих позиций в формировании национальной идентичности. Это понятие активно в наше время исследуется различными сферами научного знания.

Вопрос поиска человеком своей идентичности имеет важное значение для личности и её развития. Национальную идентичность

возможно определить, как символическую конструкцию, комплекс символов, совокупность которых порождает особого рода ощущения принадлежности к общности. Идентичность не является тем качеством, которое изначально присуще человеку, оно формируется под влиянием внешних факторов, например, социокультурных [6]. И для человека важно развивать и поддерживать собственную идентичность. Но в современном мире мы сталкиваемся с тем, что определение самоидентичности, а особенно национальной, становится проблематичным для человека в условиях многонациональных стран и в эпоху глобализации [3, 4, 5].

Ученые предполагают, что размытие границ национальной идентичности угрожает странам потерей ценностных ориентиров, обеднением национальной культуры. В России, как в многонациональном государстве, является важным для русского человека сохранение традиционных ценностей своего этноса.

Также в последнее время поднимается тема межэтнической толерантности и роли СМИ в её формировании. Толерантность никак нельзя соотносить с «индифферентностью». Под толерантностью мы будем понимать такую ценность личности как терпимость. Нас же будет интересовать такой аспект как «межэтническая толерантность» [2].

Данным аспектом интересуется как социология, так и психология. И ученые-социологи изучают факторы, которые влияют на формирование межэтнической толерантности. И толерантность, как один из факторов формирования межэтнических отношений и национальной идентичности имеет место быть и уже обсуждаема учеными.

Для выявления роли СМИ в формировании национальной идентичности и межэтнической толерантности было проведено эмпирическое исследование. Исследование проходило в несколько этапов. На первом этапе были выявлены тип этнической идентичности и межэтнической толерантности испытуемых. Тип этнической идентичности выявлялся с помощью методики «Типы этнической идентичности» Г.У. Солдатовой и С.В. Рыжовой, уровень межэтнической толерантности выявлялся с помощью модифицированной методики «Вопросник толерантности». В вопроснике толерантности нами были отставлены только те вопросы, которые касались межэтнических отношений.

После этого испытуемым были предъявлены информационные заметки, касающиеся межэтнических отношений. Одна из заметок носила, на наш взгляд, негативный характер, поскольку содержала информацию о росте преступности и террористической угрозы в связи с миграцией в Россию жителей Средней Азии. Другая заметка, на наш взгляд, носила

позитивный характер, поскольку содержала описание центров для адаптации мигрантов, их интеграции в российское общество.

Через неделю после предъявления данных информационных заметок у испытуемых также был исследован уровень межэтнической толерантности и тип этнической идентичности.

В исследовании приняли участие 30 человек в возрасте от 18 до 28 лет. Мужчин и женщин равное количество. Среди испытуемых были представители следующих национальностей: русские, украинцы, таджики, осетины, чеченцы, татары.

Статистический анализ полученных данных проводился с помощью критерия Вилкоксона для связанных переменных. Изменения принимались значимыми при $p<0,05$.

Эмпирическое исследование показало, что после предъявления заметок у испытуемых значимо снизились показатели по такому типу этнической идентичности, как «Позитивная этническая идентичность (норма)» ($p=0,007$) и повысились показатели по таким типам этнической идентичности, как «Этноэгоизм» ($p=0,003$) и «Этнофанатизм» ($p=0,049$). Также у испытуемых значимо снизился показатель межэтнической толерантности ($p=0,047$).

Полученные результаты могут говорить о том, что межэтнические проблемы в нашем обществе в данный момент стоят очень остро. Негативная информация из СМИ на эту тему вызывает более сильную эмоциональную реакцию, чем позитивная, и способствует радикализации людей, снижению межэтнической толерантности и смещению этнической идентичности в сторону большего неприятия представителей других национальностей.

Список использованных источников:

1. Саакян Д.С., Ягодовская И.В. Этническая идентичность в поликультурном мире // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации сборник материалов Всероссийского научного форума молодых исследователей. 2016. С. 145-148.

2. Саттаров Т.Т., Ягодовская И.В. Межэтническая толерантность в современных культурно-исторических условиях // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации сборник материалов Всероссийского научного форума молодых исследователей. 2016. С. 156-159.

3. Тимохин В.В. Связь типа этнофункциональной психической анархегении с некоторыми показателями психической дезадаптированности у молодежи. // Журнал прикладной психологии. 2004. №6. С. 127-136.

4. Тимохин В.В. Роль религиозного мировоззрения в системе отношений личности. // Вестник славянских культур. 2009. №3 (XIII). С. 77-86.

5. Тимохин В.В. Этнофункциональный аспект процесса психического развития // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук / Москва. 2005. 25 с.

6. Шапорева А.А. Роль этнической функции содержания воспитательных и психокоррекционных воздействий в психической адаптации детей и подростков // Журнал прикладной психологии. 2006. №6(3). С. 123-135.

7. Шапорева А.А., Выдрина К.А. Аналитический обзор концепций психического развития человека с учетом современной культурно-исторической ситуации // Журнал прикладной психологии. 2003. №4-5. С. 43-58.

©Горбунова Е.С., Тимохин В.В., 2017

УДК 159.9: 316.6

МОДНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ КАК ФАКТОР АДАПТАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Городничева Е.Г., Калинина Н.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном быстро меняющемся мире с интенсивной динамикой условий жизни и деятельности, изменениями ценностей и социальных ориентиров проблема адаптации привлекает большое внимание специалистов различных отраслей знаний. В психологии рассмотрение адаптации все больше смещается с контекста приспособления и достижения гомеостаза личностью в среде обитания к контексту взаимодействия личности и среды, самореализации и самоактуализации личности при взаимодействии со средой [6]. Такое видоизменение связано как со смещением акцента от биологической, физиологической и психической адаптации к психологической и социальной, так и со смещением интереса исследователей из сферы отклонений и трудностей в адаптации к рассмотрению здоровой личности и факторов, способствующих здоровой и полноценной жизни индивида в среде. Исследователи все чаще обращаются к проблеме общей «адаптации к жизни» [7], рассматривают персональные способы, стили и стратегии

поведения, которые использует личность в процессе адаптации не только в сложных жизненных ситуациях, но и в типичных условиях.

Несмотря на значительное число исследований, посвященных адаптации личности, до сих пор не существует единого определения этого понятия. В фундаментальной работе «Психология адаптации личности» исследователи отмечают как наиболее значимые моменты в определении следующие:

процесс адаптации всегда предполагает взаимодействие двух объектов;

это взаимодействие разворачивается в особых условиях – условиях дисбаланса, несогласованности между системами;

основной целью такого взаимодействия является некоторая координация между системами, степень и характер которой могут варьироваться в достаточно широких пределах;

достижение цели предполагает определенные изменения во взаимодействующих системах [7].

Эти моменты дают нам основания в своем исследовании рассматривать адаптацию как активный с точки зрения субъекта процесс его взаимодействия со средой, которое сопряжено с рассогласованием требований (возможностей) среды и потребностей (возможностей) личности.

Одним из факторов, стимулирующим такое рассогласование выступает мода как социально-психологический феномен. Мода выступает стимулятором изменений. Исследователи моды [1, 2, 5] обращают внимание на ее инновационность, игровой характер и возможности, которые она несет в себе для передачи социальных ценностей и нормативов. Мода все время идет вперед и задает все новые стандарты и ориентиры. Следуя моде, человек получает возможность выбрать среди этих ориентиров свои близкие ему по смысловым характеристикам, войти в определенную, ценную для него, социальную группу, а так же проявить себя и показать свою индивидуальность. Как следствие, следование моде оказывает влияние на адаптацию индивида.

Особенно значимое место занимает мода в процессе социализации и социальной адаптации молодежи [3, 8]. Молодежь представляет собой социальную группу, которая, в большей степени, открыта новому опыту, заинтересована в самопроявлении и увлекается модными объектами. Молодые люди склонны к риску и не бояться экспериментировать. Модные объекты в молодежной среде распространяются не только на внешний облик, но и на увлечения, занятия, виды деятельности, времяпровождение, а так же на ценности и идеалы. Социально-

психологические механизмы моды, такие как эмоциональное заражение, внушение, подражание, способствуют ее быстрому распространению. При этом мода относится к таким явлениям, которые могут случайно возникнуть на пересечении каких-либо событий и не иметь никакого рационального подтверждения. В качестве модных широкое распространение получают самые разные объекты, часть из которых способна неоднозначно повлиять на психологическое развитие и здоровье молодежи. Модные предпочтения содержат в себе и риски для социальной адаптации [4]. Неконтролируемая распространяемость модных объектов с опасным содержанием может нанести серьезный урон социальной адаптации юношества. Именно это дает основания выделять моду как важнейший фактор социализации личности молодых людей и делает проблему изучения взаимосвязей модных предпочтений и социально-психологической адаптации личности актуальной.

Строя свое исследование, мы исходим из того, что модные предпочтения являются значимым регулятором массового и личного сознания, обуславливающим процесс вырабатывания социальных качеств, содействующих культурной, социальной и психологической адаптации человека к новым условиям социального существования. Мода является одним из важных факторов адаптации и способствует видоизменению, как среды существования человека, так и его самого. Стремясь следовать моде, претворяющей социально-значимые ценности, молодые люди меняют окружающую среду и самих себя в лучшую сторону, тем самым приобретают опыт позитивной социальной адаптации. Выделяются несколько важных для социальной адаптации функций моды [1].

Во-первых, мода выполняет функцию обеспечения социализации и жизнеспособности человека в условиях неустойчивой среды.

Во-вторых, мода формирует идеалы, нормы и ценности, образцы поведения, которые мотивируют поступки индивида.

В-третьих, мода является существенной частью общественного механизма развития личности, вырабатывая в ней целостность и стремление к творчеству. Благодаря интернализации личность познает потребность в осуществлении своей индивидуальности и приспособлению к окружающей среде.

В-четвертых, следование модным предпочтениям способствует взаимопониманию между людьми и содействует увеличению общественной интеграции.

Все это дает основания выделять значительный потенциал моды в социально-психологической адаптации и использовать его на благо развития личности каждого молодого человека.

Список использованных источников:

1. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 4-е изд., испр. и доп. М.: КДУ, 2010.
2. Зиммель Г. Мода // Избранное. Т. 2. Созерцание жизни; глав. ред. С. Я. Левит. М.: «Юристъ», 1996. С. 266-291.
3. Калинина Н.В. Мода в контексте адаптационных ресурсов личности современной молодежи // Наука. Мысль. – 2017. – № 2; с. с. 60-64. URL: wwenews.esrae.ru/53-687.
4. Калинина Н.В. Мода в социализации современных подростков: тенденции и риски // Перспективы психологической науки и практики: сборник статей Международной научно- практической конференции. РГУ им. А. Н. Косыгина, 16 июня 2017 г. / под ред. В.С. Белгородского, О.В. Кащеева, И.В. Антоненко, И.Н. Карицкого. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – с. 558-561.
5. Килишенко М.И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты. – СПб: Речь, 2001.
6. Налчаджян А.А. Психологическая адаптация: механизмы и стратегии. М.: Эксмо, 2010.
7. Реан А.А., Кудашев А.Р., Баранов А.А. Психология адаптации личности. СПб.: прайм ЕВРО-ЗНАК, 2006.
8. Kalinina N.V. Fashion as factor of social adaptation of youth Psychological science and practice: State of the Art. Collected papers / Ed. Kostrigin A.A. Chicago, 2017. P.89-92.

©Городничева Е.Г., Калинина Н.В., 2017

УДК 159.9

ИЗМЕНЕНИЕ ВОЛЕВЫХ КАЧЕСТВ ЛИЧНОСТИ ПРИ АДДИТИВНЫХ ДЕВИАЦИЯХ

Давыдкин И.А., Тимохин В.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Данная работа посвящена тому, как появление у человека различных аддикций, связанно с волевыми качествами его личности (сила воли, стойкость воли, целеустремленность и т.д.) и их развитием. В наши дни среди различных психологических проблем, девиантное поведение является очень важной, так как оно зачастую связано с социальной дезадаптивностью человека, а в период такой сильной урбанизации неспособность адаптироваться в социуме может иметь трагичные

последствия. Одной из самых распространенных форм девиантного поведения является аддиктивное поведение.

По определению А.В. Гоголева, «аддиктивное поведение – это одна из форм девиантного поведения с формированием стремления к уходу от реальности путем искусственного изменения своего психического состояния посредством приема некоторых веществ или постоянной фиксацией внимания на определенных видах деятельности, что направлено на развитие и поддержание интенсивных эмоций» [1]. Таким образом, аддикции могут быть химическими (алкогольная и наркотическая) и поведенческими (интернет-зависимость, игромания). Когда заходит речь об аддикциях, люди чаще всего представляют химические аддикции, хотя поведенческие в свою очередь могут представлять такую же опасность для человека, к тому же в наше время, все больше набирают распространенность интернет-зависимости, как возможность уйти от реального мира в виртуальный.

По мнению многих авторов, таких как В.Д. Менделевич, Н.В. Дмитриева и О.В. Дуброва, появление аддиктивного поведения у человека, в том числе связанно и с волевыми качествами его личности. Волевые качества личности – «это сложившиеся в процессе получения жизненного опыта свойства личности, связанные с реализацией воли и преодолением препятствий на жизненном пути» [2, с. 40].

Разные аддикции могут иметь разное влияние на волевые качества, к примеру, при алкогольной аддикции, в большей степени повреждения подвержены лобные доли, что приводит к нарушению исполнительных функций, таких как, способность к абстрагированию и планированию, переключение между различными когнитивными процессами, скорость когнитивных процессов и т.д. [9]. Так же наблюдается снижение тормозных реакций организма, что приводит к ригидности – негибкости, тугоподвижности всей психической деятельности. Исследования показывают, что вне зависимости характера аддикций люди, имеющие данную девиацию, имеют сниженные показатели воли и процессов торможения вне зависимости от пола. Это указывает на то, что у аддиктов проявляется неспособность преодолевать трудности, сопротивляться усугублению аддиктивного поведения, а также на сниженный адаптивный потенциал, так как адаптивность к внешней среде связана с различными по силе и характеру фрустрациями. Так же стоит заметить, что не только химические, но и поведенческие аддикции могут оказывать влияние на процессы торможения, возбуждения и подвижности нервной системы: у мужчин – в сторону понижения уровня (алкоголизм, наркомания, зависимость от людей); у женщин процессы торможения также идут в

сторону понижения (все рассмотренные аддикции), возбуждения; напротив, в сторону повышения (адреналиномания, любовная аддикция) [5].

Но все не так очевидно, в широком смысле понятие воли можно трактовать как реализация человеком его социально-значимых мотивов. С.Л. Рубинштейн пишет, что цели и задачи являются опорными механизмами воли [3]. И воля будет расти, если цели буду важными для индивида. Исходя из этого, Н.В. Дмитриева и О.В. Дуброва предполагают что Сила и Стойкость воли не пропадают у индивида, а перенаправляются из-за смещения мотивов на цель, они в свою очередь приводят аддиктивные эквиваленты различным волевым качествам (настойчивость, инициативность, решительность и самообладание). Аддиктивная инициативность – активная переработка поступающей информации о месте приобретения наркотиков, определение первоочередных проблем и постановка значимых целей, а также путей их достижения. Состояние инициативности представляет собой повышенную возбудимость к процессу поиска цели. При наличии цели на первый план выходит решительность как возможность её достижения.

Аддиктивная решительность – определяется как психическое состояние собранности для быстрого и полного удовлетворения потребности, которому сопутствует интеллектуальная работа психики и эмоциональное возбуждение. Этому состоянию характерно импульсивное принятие решения, что Н.В. Дмитриева и О.В. Дубровина связывают со стремлением поскорее избавиться от напряжённого состояния борьбы мотивов. Аддиктивная настойчивость – подразумевает постоянное преодоление препятствий при аддиктивных реализациях, управление действиями и вектором достижения запланированного результата [4].

В связи с этим лечение любой аддикции требует, в первую очередь, высокой мотивации пациента на излечение, иначе эффект будет трудно достигаем или вовсе отсутствовать. В лечении аддикций, большая часть специалистов прибегает к сочетанию или последовательному применению различных подходов, таких как, когнитивно-поведенческие, личностно-ориентированные и гуманистические, включающие социо-терапевтические и духовно-ориентированные формы [6, 7].

Как мы можем видеть, в данный момент, отсутствует какой-то общепринятый взгляд на вопрос зависимости волевых качеств и аддиктивного поведения, соответственно и проблема лечения аддикций остается не решенной и требует дальнейшего рассмотрения.

Для изучения связи аддиктивного поведения с волевыми качествами личности было проведено эмпирическое исследование. В исследовании

приняли участие 12 человек, из которых 6 являлись курящими (то есть имели аддикцию) и 6 некурящими. Сравнение двух выделенных групп происходило по показателю волевого потенциала личности [8].

Полученные данные были подвергнуты статистическим процедурам. Анализ данных при помощи критерия Шапиро-Уилка показал, что данные распределены по нормальному закону, вследствие чего для сравнения выделенных групп был использован t-критерий Стьюдента для несвязанных выборок.

Статистический анализ показал, что в группе курящих средний показатель волевого потенциала личности значимо ниже, чем в группе некурящих (t=-3,6761, p=0,004).

Таким образом, можно утверждать, что аддиктивные девиации связаны со снижением волевых качеств личности.

Список использованных источников:

1. Гоголев А.В. Аддиктивное поведение и его профилактика. М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2003.

2. Иванников В.А., Эйдман Е.В. Структура волевых качеств по данным самооценки // Психологический журнал, издательство Наука (М.). 1990.том 11. № 3. С. 39-40.

3. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2004.

4. Дмитриева Н.В., Дубровина О.В. Аддиктивная идентичность виртуально зависимой личности: монография. Ишим: Изд-во ИГПИ им. П.П. Ершова, 2010.

5. Смирнов А.В. Особенности проявлений свойств нервной системы и воли у лиц с различными видами аддиктивного поведения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2013. № 4. С. 57-64.

6. Тимохин В.В. Случай успешной этнофункциональной психотерапии героиновой зависимости // Журнал прикладной психологии. 2002. № 4-5. С. 17.

7. Назыров Р.К., Ляшковская С.В., Холявко В.В. и др. Психотерапевтические подходы к лечению пациентов с наркотической зависимостью: методические рекомендации. СПб.: НИПНИ им. В. М. Бехтерева, 2014.

8. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Диагностика волевого потенциала личности / Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М., Изд-во Института Психотерапии. 2002. С.54-55.

9. Ratti M.T., Bo P., Giardini A., Soragna D. Chronic alcoholism and the frontal lobe: which executive functions are impaired? //Acta Neurol. Scand. 2002. Vol.105. P.276–281.

©Давыдкин И.А., Тимохин В.В., 2017

УДК 159.99

ГОТОВНОСТЬ К РЕАЛЬНОМУ ОБЩЕНИЮ У ПОДРОСТКОВ С РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ ТРЕВОЖНОСТИ И ОТНОШЕНИЕМ К ЗНАКОМСТВАМ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Забродина А.А., Ягодовская И.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире социальные сети стали неотъемлемой частью взаимодействия людей. В частности, это касается молодых людей. С раннего возраста дети уже знакомы с различными гаджетами, которые сейчас все имеют возможность подключить к сети Wi-Fi и выйти в интернет.

Социальные сети, общение в интернете заменили реальное общение, даже телефонные звонки отошли на задний план. В связи с этим становится актуально изучение проблем взаимодействия и общения в реальной жизни, переноса общения из виртуального мира в реальный (Хуторной С.Н.) [5]., самоидентификации, самопрезентации, интернет-аддикции (зависимости). В статье О.М. Шахмартовой и Е.Ю. Болтага показано, что 90% опрошенных имеют психологическую зависимость от социальных сетей [6].

Под понятием «интернет-общение» подразумевается особый способ общения, построенный на основе определенных компьютерных технологий – электронная почта, форумы, блоги, чаты, социальные сети, сайт знакомств, мессенджеры). Интернет-общение совмещает особенности устной и письменной форм коммуникаций [4, с.86]. Термин «онлайн-дейтинг» («интернет-знакомство») появился недавно, но сейчас широко используется и означает свидание в сети, где человек знакомится и уже тогда решает переносить это общение в реальный мир или его стоит прекратить и продолжить поиск.

Исследование Шахмартовой О.М. и Болтага Е.Ю. показало, что одной из важных проблем сейчас является умение молодежи общаться в реальном мире, заменяя его интернет-общением. Люди сейчас прибегают не только к социальным сетям, но и к различным сайтам знакомств.

Ранее в истории существовал институт знакомств, которых сейчас разрушен. Различные командные игры, посиделки, празднования способствовали новым знакомствам, социальным контактам, взаимодействию. В классической литературе описываются балы, устраиваемые для молодежи, одной из целей которых, являлось знакомство молодых людей с девушками для дальнейшего выстраивания отношений, построения семьи. В связи с исчезновением данных явлений и появлением интернет-общения возникает страх преодоления личного пространства.

По мнению отечественных и зарубежных исследователей (А.Е. Войскунский, D.N. Greenfield14), постоянное использование интернета для общения может приводить к дезадаптивной стратегии ухода от реальности [1, 7]. Причиной этого явления может быть то, что люди привыкли подменять реальную демонстрацию своего состояния демонстрацией символа эмоции, в виде различных смайлов, стикеров, эмоджи. Экран «защищает» от нежелательной реакции других людей, проще написать человеку в сети, чем подойти на улице и познакомится. Происходит изменение характера общения с реального на виртуальное: то, как человек себя самопрезентует, самоидентифицирует, может существенно отличаться от реальности, человек привыкает обращать внимание на внешность. В социальных сетях – это фотографии на странице (в профиле). Отсюда возникает проблема с ожиданием. При общении в сети человек реагирует на искусственно созданный образ другого человека, который может оказаться сверхстимулом (человек опираясь на это общение, влюбляется в искусственный объект), при встрече может произойти крах иллюзий.

Предмет исследования – готовность к реальному общению подростков с различным уровнем тревожности и отношением к виртуальным знакомствам.

Цель исследования – сопоставление уровня тревожности и отношения к виртуальным знакомствам (социальные сети и сайты знакомств) у людей, которые регулярно пользуются интернетом.

Выбраны методы – анкетирование, шкала оценки уровня реактивной и личностной тревожности (Ч.Д. Спилберг, Ю.Л. Ханин), проективная методика «Друзья-животные», анализ профилей респондентов в социальных сетях, личная беседа. Была создана анкета, в которой анализировались вопросы: «Как Вы относитесь к знакомствам в интернете?» и «Как Вы относитесь к сайтам знакомств?». Это позволило получить подробную информацию об отношении современной молодежи к этим ресурсам. При проведении методики «друзья-животные»

респондентам предлагалось взять белый лист и простой карандаш и нарисовать друзей-животных.

Выборка составила – 17 человек. Данная возрастная категория обусловлена тем, что в октябре 2006 года появилась самая популярная социальная сеть в России, которая носит название «ВКонтакте». На настоящий момент этой сети уже 11 лет, соответственно, выбранной категории лиц на момент становления ВК было от 6 до 9 лет, что позволяет предположить, что они выросли уже в «сети». Для них эта сеть является само собой разумеющейся, неотъемлемой частью повседневной жизни. В исследовании участвовали студенты таких направлений как коммерция, стилистика и искусство визажа, реклама.

Результаты методики оценки уровня тревожности позволяют разделить испытуемых на 4 группы по уровню тревожности: РТ (реактивная тревожность) – низкая, ЛТ (личностная тревожность) – низкая; РТ – низкая, ЛТ – умеренная; РТ – низкая, ЛТ – высокая; РТ – умеренная, ЛТ – высокая.

Варианты ответов респондентов об отношении к онлайн-дейтингу были соотнесены с их уровнями тревожности. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Отношение к онлайн-дейтингу.

	Уровень тревожности	Отношение к знакомствам в социальных сетях
1	РТ – низкая, ЛТ – низкая (2 человека)	«Не знакомится», «Нейтрально», «Никак (дело каждого)»
2	РТ – низкая, ЛТ – умеренная (6 человек)	«Нейтрально», «Интернет – положительно, сайты знакомств – нейтрально»
3	РТ – низкая, ЛТ – высокая (4 человека)	«Нейтрально», «Негативное отношение»
4	РТ – умеренная, ЛТ – высокая (5 человек)	«Нейтральное», «Никак. Не думаю, что получится построить отношения», «Положительное отношение к знакомству в интернете (имеется ввиду соцсеть), но отрицательное к сайтам знакомств, так как выбор происходит в первую очередь по внешности», «Не доверяю»

Результаты и обсуждение: из полученных данных следует, что в 58,82% (10 человек) случаев интернет-знакомства не являются чем-то необычным, современные подростки к ним привыкли, и они являются частью их жизни. При этом не все доверяют таким знакомствам. Большая часть недоверчивых респондентов представлена в группе № 4. Вероятно, данное явление связано с тем, что у этих людей тревожность в целом

выше, чем у других респондентов. У группы № 2 преобладает нейтральное отношение к интернет-знакомствам.

При анализе результатов проективной методики было обнаружено отсутствие взаимодействия между животными на всех рисунках. Все животные разные (рис. 1), между ними большие расстояния отсутствуют контакты, местонахождение на листе на разных уровнях (рис. 2), взгляды направлены в разные стороны (рис. 3), что говорит о попытке изолироваться. Все животные «висят в воздухе», не имеют почвы, из чего можно предположить о непрочности социальных контактов.

Рис. 1.

Рис. 2

Рис. 3

Страницы респондентов в социальных сетях содержат большее количество фотографий, на которых владелец страницы находится один, и принимает вычурные позы, вероятно, свидетельствующие о любви к самому себе. Фотографии с другими людьми подтверждают предположение о проблемах с социальными контактами. Люди не смотрят друг на друга, корпусы развернуты в разные стороны, отсутствует телесный контакт.

При общении с ребятами, выяснилось, что уже образовались пары, которые познакомились в интернете и находятся в стадии серьезных отношений. Некоторые познакомились на сайте знакомств, но умалчивают об этом, а те, кто познакомились в социальных сетях, спокойно преподносят эту информацию. Почему не говорят неизвестно, предположительно, это связано с тем, что сайты знакомств появились несколько позже сетей, предназначенных для простого общения среди уже знакомых нам людей. Это означает, что онлайн-дейтинг не является для них обычным явлением или же причина этого негативный опыт/неосведомленность, так как сайты знакомств предназначены для определенных целей знакомств.

Выводы – уровень тревожности связан с отношением к Интернет-знакомствам, молодые люди имеют проблемы с общением в реальном мире, фиксируя внимание на себе, общение в сетях более привычно, чем использование сайтов знакомств.

Список использованных источников:

1. Войскунский А.Е. Преобразование общения, опосредованного компьютером: Дис. ... канд. психол. наук. М. 1990.
2. Королева Н.Н. Влияние коммуникации в сети интернет на личностные особенности пользователей // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2004. КиберЛенинка: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-kommunikatsii-v-seti-internet-na-lichnostnye-osobennosti-polzovateley.
3. Наумов В.В. Коммуникация в социальных сетях: сайт знакомств как предчувствие языкового коллапса // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2012. КиберЛенинка: https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-v-sotsialnyh-setyah-sayt-znakomstv-kak-predchuvstvie-yazykovogo-kollapsa
4. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР. Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. 2009.7
5. Шахмартова О. М., Болтага Е. Ю. - Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности // Известия ПГПУ им. В.Г.Белинского. 2011. № 24. С. 1002-1008. КиберЛенинка: https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-aspekty-obscheniya-v-sotsialnyh-setyah-virtualnoy-realnosti.
6. Хуторной С.Н. Сетевое виртуальное общение и его влияние на межличностные отношения // Современные исследования социальных проблем. 2013. КиберЛенинка: https://cyberleninka.ru/article/n/setevoe-virtualnoe-obschenie-i-ego-vliyanie-na-mezhlichnostnye-otnosheniya 4
6. Greenfield D. N. Virtual Addiction: Help for Netheads, Cyberfreaks, and Those Who Love Them. Oakland «NewHarbingerPubl». 1999.5

©Забродина А.А., Ягодовская И.В., 2017

УДК 32.019.5

БЕЗОПАСНОСТЬ ГОСУДАРСТВА КАК СОЦИАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ И ОБЩЕСТВА

Земцова С.А., Карпова Е.Г.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современная общественно-политическая ситуация в масштабах культурно-исторического опыта стран постсоветского пространства

характеризуется активизацией общественных новообразований. В России на современном этапе ее развития наблюдаются как попытки к консолидации имеющихся политико-правовых, социально-психологических ресурсов, так и их восстановление с целью создания демократической страны, которая направлена на развитие, но сохраняет свое культурно-историческое, психологическое, этническое наследство.

Кризисное состояние страны в постсоветские времена существенно затормозил собственный прогресс России на пути своего общественного развития. Однако превратившись в открытое общество, Россия попала под влияние глобальной информационной волны. Многие ученые утверждают, что вывести закономерности взаимосвязи личности и общества, условий и факторов, влияющих на этот процесс, используя данные только психологии, социологии, этнографии, медицины или биологии, невозможно. Нужна междисциплинарная кооперация, что позволило бы учесть все научные достижения в изучении человека [2, с. 172].

Согласование различных групповых интересов, поиск путей поддержки социального консенсуса составляют основу функционирования демократической политической системы. Взаимодействие гражданского общества и государства на Западе осуществляется, в частности, в рамках системы функционального представительства, элементы которой различные консультативные комитеты, эксперты и наблюдательных советов при органах законодательной и исполнительной власти, круглые столы, различные формы переговоров между представителями групповых интересов и государства [2, с. 176].

Механизмы социального партнерства долгое время были неотъемлемой частью этой системы, часто ее ключевым элементом. Кейнсианские методы экономического регулирования отводили государству активную роль в определении направлений развития социально-экономических и трудовых отношений, в частности в рамках модели благосостояния государства [1, с. 242].

Повышение роли государства в регулировании экономического и социального развития общества опиралось на поиски адекватных форм взаимодействия с группами интересов, как всего российского общества, так и личности, в частности. С этих поисков родились различные варианты диалога основных социально-экономических сил общества, представленных профсоюзами и предпринимательскими ассоциациями, при содействии или непосредственном участии государства.

Наиболее уязвимая точка механизмов согласования и учета интересов при принятии политических решений заключается в положении о мотивах и стимулах умеренного и толерантного поведения

отечественных политиков, которые направлены на достижение благосостояния социума совместно со стабильностью государства на базисе принципов социальной солидарности. У отечественных политиков нет, как правило, психолого-мотивационного базиса для согласований, они ставят под сомнение потребность в учете интересов разных общественных групп в условиях владения ими всей полнотой власти [4, с. 87].

Привлечение населения к участию в политическом процессе совместно с учетом социальных интересов требует довольно-таки много времени, а это не всегда дозволено в реальном политическом процессе. Но при этом скорость принятия решения – это не первичный и не определяющий фактор. Качество и резонность принятия политического решения совместно с его долгосрочными последствиями представляют собой гораздо более значительный критерий, нежели скорость принятия его. Так, укрепление вертикали государственной власти имеет как положительные, так и негативные последствия в процессе становления и развития социума. Процесс укрепления вертикали власти не может не отразиться на состоянии механизмов учета и согласования интересов, порождая вертикализацию отношений. Отсутствие налаженного диалога и общества является следствием вертикальной демократией, в соответствии с которой государственные служащие, встроенные в вертикаль, ориентируются только на инстанцию что выше них, от которой они находятся в полной зависимости. Следствием этого является сокращение каналов коммуникации общества и государства, разделение сферы политики на реальную и виртуальную, а значит в перспективе и сокращения адаптивных возможностей политической системы [3, с. 18].

Согласительные процедуры регионального уровня более эффективные, чем в центре, в силу того, что на региональном уровне объективно имеет место более плотное и персонифицированное взаимодействие власти и общества [3, с. 20].

На наш взгляд, серьезными препятствиями на пути к эффективному социальному диалогу власти и общества является, с одной стороны, чрезмерная авторитарность первых, а, с другой стороны, психология маленького человека последних. Сочетание того и другого блокирует включение и эффективное функционирование механизма согласования интересов и социально-психологических и политико-правовых направлений развития современного общества России. Важнейшим условием эффективности механизма согласования является достаточный уровень политической культуры: желание слушать общество, с одной стороны, и умение грамотно формулировать и цивилизованными методами доносить до властных структур свои интересы, с другой.

Подытоживая, необходимо отметить, что интерес к проблеме механизмов согласования общественных интересов является традиционным для политической науки, но направление, постоянно эволюционирует. Поэтому считаем данный вопрос не исчерпанным и рассматриваем его как перспективное для дальнейшего исследования и теоретического развития.

Список использованных источников:

1. Дунаева Л.Н. Власть и самоуправление: эволюция диалога. – М.: Полиграф, 2016. – 356с.

2. Жирнова Н.С. Механизмы согласования интересов в современной политике. –Тамбов, 2015. – 426 с.

3. Забелина Я.В. Концептуальные основы развития общества в современной России. // СОЦИС, 2017. – № 1. – С.18-23.

4. Семененко И.С. Институционализация процесса согласования интересов: к вопросу о перспективах социального партнерства в России и опыте Запада. – М.: Инфра-М, 2015. – 211 с.

©Земцова С.А., Карпова Е.Г., 2017

УДК 159.9

КЛАССИЧЕСКИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ МОДЫ

Иванов А.С., Костригин А.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Изначально представления о моде были довольно разрозненными и стихийными, они не были наполнены точным содержанием, а в связи с этим, естественно, было затруднено изучение моды с точки зрения психологии. Однако на рубеже XIX – XX веков возникла необходимость объединить имеющиеся на тот момент знания о психологии моды, что вылилось в создания некоторого количества специальных теорий моды. Создание этих теорий позволило бы, как сочли исследователи того времени, удовлетворить потребности ученых, изучавших феномены моды, сформировать систематизированное представление о моде, о ее закономерностях, а также выявить определенные связи моды с другими явлениями объективной действительности.

В данной работе мы ставим задачу рассмотрения классических теорий моды и некоторых современных.

Классические теории моды можно условно разделить на несколько категорий, названия которых, несомненно, отражают основные направления деятельности исследователей: мотивационные, теории идеологической причинности, автократические, событийные теории, эволюционная теория моды, социологические теории моды. Ниже будут представлены основные положения теорий, и их развитие с течением времени.

Основной идеей автократической теории [6] моды является рассмотрение отдельных персоналий в роли «законодателей мод», то есть приписывание каким-либо личностям определенных качеств (будь то лидерские и другие), которые позволяют им влиять на сознание большого числа людей. Наиболее часто в работах [11], посвященных психологии моды, упоминается имя Дж. Браммела – английского законодателя мод эпохи Регенства.

Существует теория, ставящая во главу угла потребности человека, факторы интереса человека к моде. Так называемая мотивационная теория рассматривает, соответственно, мотивы, заставляющие людей следить за модой и изменяться вместе с ней. Создатель теории, П. Нистром, составил перечень мотивов модного поведения человека; он считает, что факторов, влияющих на модное поведение очень много, однако ключевыми он называет усталость от текущих модных веяний и желание человека быть оригинальным и непохожим на других людей [12].

Огромную роль играют событийные теории моды. Подразумевается, что для проживания, например, в различных климатических условиях человек должен следовать определенной моде; в этом случае люди регулируют предметы собственного гардероба, основываясь не только на собственных предпочтениях, но и принимая во внимание погодные условия, которые могут влиять на выбор одежды. Также событиями, влияющими на модное поведение человека, могут быть социальные потрясения, войны и международные конфликты, развитие экономики и так далее. Данный вопрос изучался К. Беллом [11].

Теория идеологической причинности моды полагает, что на развитие моды влияют политические, национальные, религиозные и другие идеи. Считается также, что мужской костюм, в отличие от женского, с течением времени претерпел меньше изменений по причине того, что по большей части именно мужчины активно занимаются политикой и другими социально важными видами деятельности, у них «не хватает времени» на моду. Одним из теоретиков данного направления изучения моды является Ж. Тард [10].

В своих работах Дж. Герд выдвигает положения эволюционной теории моды. Мыслитель считает, что в настоящее время человек более не подвержен процессам эволюции, и эволюционировать, то есть развиваться и изменяться, могут лишь предметы, которые его окружают.

К социологическим теориям моды можно отнести теорию моды Г. Зиммеля и теорию праздного класса Т. Веблена [3]. Веблен писал о демонстративном потреблении материальных благ господствующим, или праздным, классом. С позиций демонстративного потребления социолог рассматривает и феномен моды: он рассматривает два совершенно противоположных типа поведения (модного в том числе), «праздное» поведение высших слоев и «производительное» поведение низших классов. Он говорит, что основу праздного поведения составляет «завистничество, демонстративное потребление», которое, собственно, и заставляет людей гнаться за модой [8].

Георг Зиммель, в свою очередь, в своей работе «Психология моды» [5] выдвинул мысль, согласно которой высшие классы, имеющие большое количество материальных средств, могут использовать в одежде определенные знаки, подчеркивающие их положение в обществе и социальный статус. Низшие классы, в свою очередь, стремятся подражать высшим, из-за чего могут копировать их одежду или какие-то ее элементы. Таким образом, ученый выявляет у низших слоев психологическую тенденцию к подражанию. Зиммель назвал данное явление «эффектом просачивания». Теория Зиммеля на данной момент считается наиболее значимой и проработанной [8].

Многообразие описанных выше теорий моды позволяет предположить, что данная тема была интересна исследователям на протяжении довольно долгого и продолжительного времени. Мыслители и ученые пытались установить, что именно заставляет человека следовать моде, что является стимулом его модного поведения. Теорий моды много, однако, стоит сказать, что на развитие этого феномена влияют все изложенные в этих концепциях факторы.

Каждая теория в отдельности имеет свои ограничения и недостатки; на данный момент, к сожалению, единой теории моды не существует, в связи с чем исследователям приходится при рассмотрении данного вопроса изучать каждую из концепций, чтобы лучше понять смысл происходящих процессов и лучше разобраться в модном поведении человека.

Немалое значение в изучении феномена моды имеет изучение влияния моды на сознание людей. В сознании каждого человека мода является своеобразной целью, определяющей отношения человека, как с

окружающей его средой, так и отношения при межличностной коммуникации в социальной среде. С помощь моды человек может, например, указать на свое социальное положение, на свой социальный статус. Соответственно с помощью одежды человек может, как регулировать отношение людей к себе, так и формировать собственное представление о других людях.

Влияние моды на массы людей заключается в том, что каждый человек стремится быть индивидуальным, вместе с этим, следуя моде, становится похожим на других людей своего социального круга.

Изучение психологии моды ведется исследователями и сегодня. Рассмотрим современные отечественные теории.

И.В. Антоненко и И.Н. Карицким выявлены некоторые аспекты социальной психологии моды [1]. Так, например, ими выделены несколько культурных слоев одежды – адаптационный, функциональный, символический, регуляционный и индивидуальный [2]. В основе данного деления лежит представление о том, что каждый культурный слой детерминирован рядом определенных факторов. Таким образом, на стиль и слои одежды могут влиять, как говорилось ранее, климатические и социальные условия, традиции, моральные устои и принципы, возраст людей, принадлежность людей к каким-либо социальным группам и субкультурам, особенности менталитета и прочие факторы.

Т.А. Гришаева считает моду довольно широким социокультурным явлением, охватывающим все сферы жизни человека. В своей работе «Мода как феномен современной культуры» исследователь говорит, что мода выполняет несколько важных функций, среди которых есть некоторые важные психологические аспекты. Так, например, мода выполняет функцию объединения и интеграции людей в коллективы, выполняет функции социальной дифференциации. Мода позволяет человеку самоидентифицироваться в социуме и приобщиться к культурному и социальному опыту. Также мода выполняет экономическую функцию, формируя и регулируя стандарты потребительского поведения человека [4].

Е.В. Нестеренко рассматривает моду как феномен социальной жизни, как способ выражения социальных изменений. Ученый считает, что мода – неотъемлемая часть имиджа каждого субъекта; и если имидж выполняет функцию социализации и категоризации себя как члена социальной группы, то мода в целом позволяет выразить все социальные изменения в символической форме [9].

В одной из своих работ Костригин А.А. описывает исследования психологии потребительского поведения в сфере моды. Автор приводит

примеры исследований в этой области и делает вывод, что на поведение человека в сфере моды влияют такие факторы, как личностные факторы выбора потребителем того или иного бренда, восприятие модной одежды, типология личности потребителя модной одежды и так далее. Ученый говорит, что модное поведение индивида может быть обусловлено не только рациональными, но и иррациональными эффектами, такими как привлекательность брендовых вещей, эффектом подобия и т.д. [7]

Подводя итог, можно сказать, что изучение психологии моды велось и ведется длительное время. Такой вывод можно сделать на основании того, что существует большое количество классических и современных теорий моды. В дальнейшем мы планируем рассмотреть современные зарубежные теории психологии моды.

Список использованных источников:

1. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Психология одежды и моды (теория культурных слоев) // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность сборник статей Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки РФ; Московский государственный университет дизайна и технологии. 2016. С. 6-13.

2. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная перцепция культурных слоев одежды // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ - 2015). Сборник материалов международной научно-технической конференции. М.: МГУДТ, 2015. С. 202-206.

3. Веблен Т. Теория праздного класса. М., 2011.

4. Гришаева Т.А. Мода как феномен современной культуры: диссертация ... кандидата философских наук : 24.00.01 / Ростов-на-Дону. 2008.

5. Зиммель Г. Психология моды: социологический этюд // Научное обозрение. 1901. № 5.

6. Килошенко М. Психология моды. Санкт-Петербург. «Речь». 2001.

7. Костригин А.А. Современные зарубежные исследования психологии потребительского поведения в сфере моды // Наука. Мысль. 2016. № 10. С. 48-53.

8. Михалева К.Ю. Концепции моды в классической социологической теории: часть первая. // Вестн. моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2011. № 3. С. 68-86.

9. Нестеренко Е.В. Мода как способ символизации социальных изменений и тенденции ее институциализации в современном обществе: диссертация кандидата социологических наук: 22.00.04 / Москва. 2005.

10. Тард Ж. Законы подражания. - СПб.: Типография и Литография С. Ф. Яздовского и К, 1892.

11. Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992.

12. Nystrom. P.N. The Economics of Fashion, N.Y.: Ronald Press Company, 1928.

©Иванов А.С., Кострыгин А.А., 2017

УДК 316.6

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ МОДЫ

Иллензеер Э.Е., Карицкий И.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Под модой обычно понимают совокупность социально-психологических установок, характерных в отношении тех или иных явлений в определенной социальной среде в некоторый период времени. Хотя мода может присутствовать в любой социальной сфере, чаще всего это понятие связывают с модой в одежде и исследуют этот феномен в одежде. Б.Д. Парыгин рассматривает моду как самый динамичный феномен и механизм человеческого общения [6, с.417]. Динамичность, подвижность критериев модности, ценностей и вкусов, связанных с модой, является одной из важнейших характеристик моды. И.В. Антоненко и И.Н. Карицкий отмечают, что, несмотря на определенные попытки и достижения в выявлении закономерностей и социально-психологических механизмов моды, эта область исследований представляет значительные трудности, поскольку мода детерминируется по большей части не собственными факторами, а более фундаментальными социальными и психологическими процессами, являясь их косвенным продуктом [2, с. 202-206; 3, с. 6-13]. Тем не менее, существует определенный набор наработок в этой сфере.

Исследованием моды занимались такие авторы, как К. Бар, К. Блэкмен, К. Бруард, А. Васильев, Т. Веблен, И. Гирц-Мартинсен, Г.В.Ф. Гегель, Т. Глэнвилл, А.Б. Гофман, Ф. Граната, Х.У. Гумбрехт, Г. Зиммель, В. Зомбарт, Х. Йенс, Й. Кавамура, М. Картер, М.И. Килошенко, И.Г. Клепп, Дж. Крейк, Б. Куинн, Ж. Липовецкий, К.Ю. Михалева, Т.Л. Молотова, Б.Д. Парыгин, Л.В. Петров, Б. Ретцель, К. Руан, Л. Свендсен, Н. Стивенсен, А. Сторм-Матисен, Ж.-Г. Тард, М. Тейлор, Э. Уилсон, Ф. Ффулкс, Х. Чалаян, А.А. Щипакина, Дж. Энтуисл и многие другие

исследователи [2, с. 202-206; 3, с. 6-13; 4; 5, с. 478-481]. О моде достаточно теоретично высказывались и известные модельеры К. Диор, К. Лакруа, П. Карден и др. [4]. Эти авторы исследовали значительный объем феноменологии в области моды, выделили ряд факторов моды и создали культурологические, социологические, психологические и иные теории моды.

Б.Д. Парыгин пишет: «Мода – не только одна из специфических форм массового поведения людей, но и своеобразный социально-психологический механизм человеческого общения, придающий ему высокую подвижность, заряд разнообразия и перемен. Природа непостоянства моды достаточно многогранна. Она связана как с переменами условий человеческой жизнедеятельности, особенно ростом предметно-производительной активности людей, так и с ростом их внутренних, социально-психологических потребностей». Исследователь указывает, что существует два основных социально-психологических механизма функционирования моды: уподобление и обособление. Механизмы уподобления и обособления могут действовать одновременно. Уподобление связано с идентификацией людей с определенной социальной группой, но это же и обособляет людей от других групп. Зарождение определенной моды часто связано именно с механизмом обособления, «выделения себя из основной массы людей». Б.Д. Парыгин исследует и множество других аспектов моды [6, с. 417-429].

М.И. Килошенко провела большое исследование различных представлений и теорий моды, выделив такие концепции, как мода – это совокупность правил ношения одежды, мода – это подражание, мода – это проявление вкуса, мода – способ выражения индивидуальности, мода – образ жизни, мода как массовое поведение, мода в структуре личностных смыслов, мода как отношение к внутренним и внешним формам культуры, мода как социальная креативность и др. Среди теорий моды автор отмечает автократические, мотивационные, событийные, идеологические, эволюционные и другие теории моды. Среди социально-психологических механизмов моды М.И. Килошенко обращает внимание на такие хорошо известнее в социальной психологии, как заражение, внушение, подражание, идентификацию, негативизм, социально-психологическую рефлексию, т.е. переносит общие социально-психологические механизмы на сферу моды [4, 5].

И.В. Антоненко и И.Н. Карицкий фокусируют свое внимание на социально-психологических механизмах перцепции одежды и моды. В своей теории культурных слоев одежды и моды они указывают, что в одежде существуют биологически, технологически и культурно

обусловленные «слои», которые, с одной стороны, бессознательно и сознательно выделяются субъектами социального общения в процессе взаимодействия, служат их взаимопониманию, определению социальных статусов и ролей, с другой – являются детерминирующими факторами их взаимного поведения. Говоря о том, что таких культурных слоев существует около двух десятков, авторы особое внимание уделяют анализу адаптивного, функционального, символического, регуляционного и индивидуального слоев. И.В. Антоненко и И.Н. Карицкий пишут: «Стили одежды образуются, прежде всего, на основе функционального, символического и индивидуального слоя. Мода представляет собой социальную акцентуацию определенного стиля одежды, выраженную в массовом предпочтении данного стиля» [2, с. 202-206; 3, с. 6-13].

Согласно теории культурных слоев одежды и моды, «в одежде представлено множество социальных и культурных маркеров различных аспектов социального функционирования. Эти маркеры образуют системы, которые консолидированы в своеобразные культурные слои. Под культурным слоем одежды» понимается «совокупность элементов одежды, которая выполняет определенную и специфическую социальную функцию». Адаптивный слой одежды служит для физической защиты от факторов физической среды. Функциональный слой соответствует виду деятельности или ситуации. Символический слой обозначает социальные статусы. Регуляционный слой определяет социальные отношения и поведение. Индивидуальный слой связан с личностными предпочтениями [2, с. 202-206; 3, с. 6-13].

Социально-психологические механизмы перцепции одежды и моды основаны на фиксации реципиентом отдельных признаков культурного слоя, указывающих на принадлежность носителя одежды к определенной социальной группе и личностные особенности. Фиксация признаков адаптивного слоя приводит к пониманию, в частности, природной среды, климатической зоны, сезона или других обстоятельств, в которых находится носитель одежды. Восприятие функционального слоя предоставляет данные о профессии, увлечениях, ситуации, в которой находится человек. Рефлексия признаков символического слоя позволяет понять, прежде всего, социальный статус, который занимает человек. Правильная перцепция регуляционного слоя дает возможность выстроить адекватные социальные отношения. Характеристики индивидуального слоя расшифровывают для реципиента особенности личностного склада, мировоззрения, психического состояния или жизненного этапа, на котором находится человек [2, с. 202-206; 3, с. 6-13].

В мировой и отечественной психологии существует проблема интериоризации внешнего во внутренний план. Это один из механизмов функционирования психики. В частности, это проблему исследует С.П. Сенющенков [7]. Поскольку мода и модная деятельность составляют значительный фактор современной социальной и личной жизни, то проблема интериоризации может быть конкретизирована через эту область социальной жизни. Многообразия человеческой деятельности, связанной с модой, проявляемое в процессах социального взаимодействия, коммуникации и перцепции, реализуется как перенос во внутренний план психики, превращение во внутреннее содержание и внутреннюю деятельность содержания внешней социальной деятельности, переработку и индивидуализацию этого содержания во внутренних процессах психики и дальнейшую экстериоризацию во внешний план.

Процессы интериоризации и экстериоризации представлены и в других теориях. В.А. Янчук развивает теорию культурных и субкультурных фреймов как детерминанту взаимопонимания в условиях культурного многообразия. Фрейм – это понятие современных социальных наук, которое представляет «интерпретативные структуры, определяющие отношение к событиям и происходящему означенным или осмысленным образом и выполняющим функцию организации опыта, переживания происходящего и управления действиями, позволяющими локализовать, воспринять, идентифицировать и обозначить бесконечное количество аспектов происходящего» [8, с. 41-48]. По сути, фрейм – это сложно организованная индивидуальная (или групповая) «линза», которая структурирована личностным (или групповым) опытом, через которую индивид (или группа) воспринимает реальность. Это понятие хорошо описывает механизм социальной перцепции моды, особенно в плане личностных и групповых предпочтений. Человек сначала определенный период времени формирует свой фрейм, связанный с модой, зачастую детерминированный модными предпочтениями его времени и другими социальными факторами, а затем этот фрейм, в свою очередь, определяет особенности восприятия моды. По большей части фреймы отличаются достаточной ригидностью, и это обусловливает слабую восприимчивость более старших поколений к модным тенденциям поколений более молодых.

Еще одно направление исследований социально-психологических механизмов моды связано с разными видами ментальности. Так, Г.В. Акопов и Т.В. Иванова, выделяя столичную и провинциальную ментальность, основное свое внимание сосредотачивают на ментальности провинциальной. Анализируя различные подходы к трактовке

ментальности, исследователи полагают, что ментальность, согласно В.Е. Семенову, представляет собой «исторически сложившееся групповое долговременное умонастроение, единство (сплав) сознательных и неосознанных ценностей, норм, установок в их когнитивном, эмоциональном и поведенческом выражении, присущее той или иной социальной группе (общности) и ее представителям» [1]. Ментальность определяет социальные ценности индивидов, их предпочтения, особенности видения социальной реальности. По-другому, это система фреймов. Если отдельный фрейм ориентирован на конкретные социальные явления, то ментальность является индивидуальной или групповой системой фреймов, задающих общую направленность сознания, в ней обнаруживается ряд доминирующих фреймов, которые и определяют эту направленность. Существенно, что каждый регион характеризуется своей ментальностью и провинциальные ментальности отличаются от столичной. Соответственно, мода регионов имеет свои специфические отличия от столичной моды, а особенным образом организованная ментальность, в частности, провинциальная, выступает в качестве социально-психологического механизма перцепции моды, определяя модные ценности и предпочтения.

Таким образом, социально-психологические механизмы моды представлены широким спектром исследований. Если Б.Д. Парыгин выделяет механизмы уподобления и обособления, то М.И. Килошенко выделяет заражение, внушение, подражание, идентификацию, негативизм, социально-психологическую рефлексию. И.В. Антоненко и И.Н. Карицкий направляют внимание на социально-психологические механизмы перцепции моды, опираясь на теорию культурных слоев одежды, стилей и моды. Важными механизмами, определяющими функционирование моды, являются процессы интериоризации и экстериоризации. Для понимания механизмов моды существенными также представляются концепция культурных и субкультурных фреймов (В.А. Янчук), а также различение видов ментальности как факторов, детерминирующих модные предпочтения (Г.В. Акопов, Т.В. Иванова, В.Е. Семенов).

Список использованных источников:

1. Акопов Г.В., Иванова Т.В. Ментальность: провинциальная ментальность современной России (опыт междисциплинарных исследований) // Мир психологии. 2002. №1. С.224-238.

2. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная перцепция культурных слоев одежды // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ - 2015): сб. мат-лов междунар. науч.-техн. конф. М.: МГУДТ, 2015. С.202-206.

3. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Психология одежды и моды (теория культурных слоев) // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность сборник статей Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки РФ; Московский государственный университет дизайна и технологии. 2016. С.6-13.

4. Килошенко М.И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты. СПб.: СПГУТ; Речь, 2001.

5. Килошенко М.И. Роль социальной креативности в появлении моды // Перспективы психологической науки и практики: сб. статей Междунар. научно-практ. конф. РГУ им. А. Н. Косыгина, 16 июня 2017 г. / под ред. В.С.Белгородского, О.В.Кащеева, И.В.Антоненко, И.Н.Карицкого. М.: РГУ им. А.Н.Косыгина, 2017. С.478-481.

6. Парыгин Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. СПб.: ИГУП, 1999.

7. Сенющенков С.П. Проблема интериоризации в истории отечественной психологии. Автореф. дисс…канд. психол. наук. М.: МГУ, 2009.

8. Янчук В.А. Культурный фрейминг как детерминанта взаимопонимания в условиях культурного многообразия // Психологический журнал. 2010. №2. С.41-48.

©Иллензеер Э.Е., Карицкий И.Н., 2017

УДК 159.9, 316.6

ПРЕДПОЧТЕНИЕ МУЗЫКАЛЬНОГО ЖАНРА КАК ЛИЧНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЧЕЛОВЕКА

Каграманян А.В., Никольская А.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

На протяжении развития человеческой цивилизации музыка остается неотъемлемой частью нашей культуры. Сегодня музыка – это не просто вид искусства, а как показывает история, она является отражением идей, царящих в обществе, объединяет людей из различных стран, социальных уровней, придерживающихся различных политических и религиозных взглядов. Так, к примеру, возникновение рок музыки было обусловлено политическими, социально-культурными, а также социально-экономическими предпосылками. В своем автореферате «Рок культура – феномен XX века» Власова Г.Б. говорит о том, что возникновение такого

жанра в музыке как рок стало для молодежи формой гармонизации бытия в мире [1]. В подтверждение этого она приводит слова Давыдова Ю.Н. о том, что существование рок музыки обусловлено и зависимо от существования проблемы социализации молодых людей. Ею так же было отмечено, что рок вышел за границы только музыкального направления, но стал основой обособленной культуры в социуме, в том числе определенным стилем жизни.

Одним из факторов способных объяснить то, что музыка перерастает в культурный феномен это язык музыки, который признан наиболее универсальным из доступных человеку. Настроение, мажорное либо минорное, передается в музыке практически одинаково, независимо от того, создана она была представителями европейских традиций или восточных, возможно даже проследить, как мелодия повторяет интонации, присущие речи представителей народов, которые выступали авторами, тем не менее, музыка сохраняет свою ясность для слушателей [2].

Признание значимости музыки, первые шаги в изучении её влияния на людей были предприняты еще в Античности, что, нашло отражение в теории этики Аристотеля, признававшего музыку одним из высших видов искусства, способных наравне с трагедией привести человека к катарсису, то есть к возвышению через сострадание. В трудах Демокрита, Платона и других античных философов содержится немало свидетельств, подтверждающих, что уже тогда было подмечено воздействие музыки на психологию человека. В курсе лекций по музыкальной психологии Кадыров Р.Г. подчеркивает значение музыки для древних греков, приводит слово «ахореутос», которое обозначает необразованного человека, а дословный перевод характеризует человека, как индивида, не обладающего навыками танца, игры на музыкальном инструменте или пения. В данной работе автором отмечается значение музыки в Древнем Китае, где она являлась символом цивилизации и порядка, в Древней Индии, где ей приписывались лечебные свойства; упоминается о трудах средневековых ученых Востока, внесших свой вклад в изучении влияния музыки – Фараби, Джаби, а также Запада – Боэций, Кирхера и другие. Однако основным толчком для формирования музыкальной психологии явились исследования, связанные с проблемами восприятия, диагностики способностей, творчества, Г.Л.Ф. фон Гельмгольца, разработавшего резонансную теорию слуха, а также «теорию консонанса и диссонанса» [3]. Данные исследования музыкального восприятия способствовали развитию и формированию в 19 веке такой научной дисциплины как музыкальная психология, которая в том числе включает в себя так же изыскания в сфере проблем определения музыкальных способностей, возможностей музыки

как средства коммуникации и т.д. [4]. Идеи Г.Л.Ф. фон Гельмгольца получили широкое распространение, и в дальнейшем были развиты и осмыслены в трудах Штумпфа К., Абрахама О., Мейера М., Маха Э. Огромный вклад в развитие музыкальной психологии внесли Жак-Далькроз Э., Гарбузов Н.А., Майкапар С.М., Тюлин Ю.Н, Блинова М.В, Л.А.Мазель, Тарасов Г.С., Алиев Ю.Б., Рикявичус З., Комес Л. [3]. Колоссальное значение имеют исследования в сфере взаимосвязи музыкального восприятия с личностью человека, проведенные Асафьевым Б.В., Тепловым Б.М, Леонтьевым А.Н., Назайкинским Е.В., Медушевским В.В. [5].

Во введении к учебнику «Музыкальная психология и психология музыкального образования» Тропова А.В. музыка определяется как «живая психология человека в звуках, интонациях и формах», а так же в силу вариативности ее направлений, стилей и жанров и многообразности «психологий человека» она предстает перед нами как «живая практическая антропология» [6]. Действительно, как отмечается Дэвидом Гринбергом, интерактивный подход в изучении музыкальных предпочтений позволил исследователям установить, что данные предпочтения указывают на явный личностный характер, на существование взаимосвязи между музыкальными предпочтениями и чертами личности, которые могут позволить продемонстрировать тенденции развития культуры [7].

Пантелеев А.Ф. в своей работе «Взаимосвязь музыкальных предпочтений и психологических особенностей» обращает внимание читателей на то, что Нортом А. была показана взаимосвязь между чертами характера и музыкальным вкусом, которая носит универсальный характер. Таким образом, одну и туже, музыку предпочитают удивительно похожие люди. Нортом А. было выявлено в ходе исследования, что любители классической музыки и джаза являются творческими личностями, а люди, предпочитающие поп-музыку, отличаются трудолюбием, фанаты heavy metal – добрые и мягкие. Исходя из этого, Нортом А. делает вывод, что выбор музыкального направления может рассказать о человеке больше, чем его принадлежность к определенной национальности или профессии. Автором работы так же подчеркивается, что Теплов Б.М. делает акцент на роли эмоций в процессе восприятии музыки, а именно, что восприятие музыкального произведения происходит через эмоции. Он находит важным заявление Гиппенрейтер Ю.Б. о том, что большое значение для восприятия музыки имеет психомоторика, представляющая собой внутреннее пропевание мелодии во время прослушивания. Пантелеев А.Ф. в результате своей работы делает вывод о взаимосвязанности «выбранного для прослушивания музыкального содержания и индивидуально-

психологических особенностей личности». Одним из факторов выявления данной связи автор предлагает рассматривать «особенности моторной сферы субъекта» [8].

Однако, множественность направлений, стилей и жанров в музыке создает проблему для исследователей, поскольку они концептуализируются участниками в зависимости от их возраста, социально-экономических и иных предпосылок. В том числе исследования музыкальных предпочтений осложняются тем фактом, что участники при выборе любимого направления в музыке могут указывать на те, которые им абсолютно индифферентны, однако с ними в обществе связан определенный стереотип. Поэтому учеными не могут быть выявлены явные тенденции в выборе слушателями определенных музыкальных направлений.

Горюнова Л.О. в работе «Социокультурные аспекты формирования музыкальных предпочтений современной российской молодежи» приходит к выводу, что одними из факторов, определяющих музыкальные предпочтения, является возраст, пол, музыкальные вкусы родителей, «уровень образовательного капитала», принадлежность молодежи к субкультуре. Автор приходит к выводу, что СМИ не могут влиять на формирование музыкальных предпочтений, однако способны повысить популярность отдельных исполнителей внутри стиля, а также указать направление для формирования вкуса, внутри выбранного индивидом стиля, мейнстрима [9].

Список использованных источников:

1. Власова Г.Б. Рок культура – феномен XX века. Автореферат. Режим обращения: http://www.dissercat.com/content/rok-kultura-fenomen-xx-veka Дата обращения: 09.11.2017

2. Филимонова Я. Язык музыки понимают все. Режим обращения: https://www.pravda.ru/science/planet/humanbeing/07-04-2012/1118321-musik_nastroenie-0/ Дата обращения: 23.03.2017

3. Кадыров Р.Г. Музыкальная психология Режим обращения: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=215#2 Дата обращения: 09.11.2017

4. Карпенко Л.А., Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Краткий психологический словарь. Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС». 1998. Режим обращения: https://psychology.academic.ru/3714/%D0%BC%D1%83%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F Дата обращения: 09.11.2017

5. Корпан Н.К. Психологические особенности восприятия музыки Режим обращения: http://sch1482.mskobr.ru/files/2_psihologicheskie_osobennosti_vospriyatiya_muzyki.pdf Дата обращения: 09.11.2017

6. Тропова А.В. «Музыкальная психология и психология музыкального образования» Издание третье, исправленное и дополненное. Учебное пособие. – М.: «Учебно-методический издательский центр «ГРАФ- ПРЕСС», 2010. – 240 с. Режим обращения: http://psimart.ru/mainsite/images/psimart.ru/media/Toropova_3-.pdf Дата обращения: 09.11.2017

7. David Greenberg The Song Is You: Preferences for Musical Attribute Dimensions Reflect Personality Режим обращения:https://www.researchgate.net/publication/302595152_The_Song_Is_You_Preferences_for_Musical_Attribute_Dimensions_Reflect_Personality Дата обращения: 09.11.2017

8. Пантелеев А.Ф. «Взаимосвязь музыкальных предпочтений и психологических особенностей» Режим обращения: https://cyberleninka.ru/article/v/vzaimosvyaz-muzykalnyh-predpochteniy-i-psihologicheskih-osobennostey-slushateley-muzyki Дата обращения: 09.11.2017

9. Горюнова Л.О. «Социокультурные аспекты формирования музыкальных предпочтений современной российской молодежи» Режим обращения: http://www.dissercat.com/content/sotsiokulturnye-aspekty-formirovaniya-muzykalnykh-predpochtenii-sovremennoi-rossiiskoi-molod Дата обращения: 13.11.2017

©Каграманян А.В., Никольская А.В., 2017

УДК 159.99

ИССЛЕДОВАНИЕ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫХ ОРИЕНТАЦИЙ У ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК

Кайтукова З.Х., Чернов П.М.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Особый интерес для современной психологии представляет изучение духовно-нравственных ориентаций юношей и девушек, переживающих этап становления, специфичный вниманием к мировоззренческой проблематике, выбору духовно-нравственных ориентиров жизнедеятельности. Изучение характера духовно-нравственных

ориентаций в юношеском возрасте может обогатить науку и практику психологического сопровождения юношества в разнообразных жизненных обстоятельствах как личного, так и социального характера. Актуальность темы нашего исследования определена феноменологией развития нашего общества, необходимостью преодоления противоречия между возможностями психологической науки и уровнем развития теории и практики в данной проблематике. В психологических исследованиях отмечается глобальная ломка социальных стереотипов, дезинтеграция, изменение социально-психологического статуса семьи, деформация, неопределенность и частичная утрата семейных ценностей в результате резкой смены модели общественной жизни, утраты традиционных ритуалов, изменения практики привычного повседневного общения, неадекватности имеющегося у членов семьи житейского опыта и т.д.

Духовно-нравственные ориентации можно рассматривать как ориентиры, относящиеся к высшим уровням терминальной ценностной иерархии. Вместе с тем, в зарубежной и отечественной науке нет единого представления о сущности как ценностных, так и духовно-нравственных ориентаций, нет единого определения ценностных ориентаций личности, не выяснено соотношение таких категорий как направленность личности на ценности, ориентации на ценности, ценностное отношение, отношение к ценностям, ценностное сознание. Зарубежные исследователи в большинстве случаев рассматривают ценностные ориентации в качестве аттитюдов, определяемых как установки сознания индивида относительно некоторой социальной ценности (Ф. Знанецкий, М. Рокич, Т.Парсонс, Г. Парсонс, У. Томас и др.). В отечественной науке выделяется три направления в рассмотрении ценностных ориентаций: как направленность личности на ценности (Б.Г. Ананьев, Л.И. Божович, Е.И. Головаха, А.Г. Ковалев и др.); как высший уровень фиксированных установок личности (А.Г. Здравомыслов, Ш.А. Надирашвили, Д.Н. Узнадзе, В.А. Ядов и др.); как доминирующее отношение к объектам окружающей среды на основе их личностной значимости (А.А. Бодалев, Б.С. Братусь, Е.И. Исаев, Б.Ф. Ломов, В.Н. Мясищев, В.И. Слободчиков, Д.А. Леонтьев и др.) [1, 2, 4].

Понятие духовности предполагает две трактовки: секулярную и религиозную. С точки зрения первой из них, духовность – это стремление человека воплотить в своей жизни высшие ценности, такие как добро, красота и истина, реализовать себя через любовь к окружающему миру и достичь идеала. С точки зрения религиозной позиции духовность понимается как глубокая связь человека с метафизическим началом бытия, неким абсолютом, достижение единства с ним личности человека, ее преображение в результате этого контакта. При этом и светская, и

религиозная позиции предполагают, что источником духовности является совесть, которая трактуется как ощущение связи человека и Бога (религиозная позиция) или чувство внутренней гармонии и справедливости (светская позиция) [5]. Духовность – относительно устойчивая система субординированных свойств и признаков, фиксируемых в содержании религиозного сознания, религиозного опыта, в мотивах и направленности религиозного поведения, включенности в религиозные отношения. Специфичность религиозности выражается в правилах отношения к Богу, миру, себе, окружающим, в повседневном поведении в различных областях личной и общественной жизни.

Важная составляющая религиозности – религиозный опыт, который воплощает в себе единство иррациональных переживаний, жизненных ценностей, личностных смыслов, что позволяет рассматривать его как реальный психологический процесс, на основе которого человек целостно познает себя и мир, как особое направление духовного развития. Религиозный опыт понимается как феномен субъективной действительности, как особое измерение жизненного опыта личности и как социальный и культурно-исторический феномен.

Религиозные представления – это общие утверждения о причинах, значимости и границах окружающего мира, а также о свойствах и способностях самого человека, т.е. о его личностной идентичности. Ядро религиозного знания образует верование в существование Бога, который, в соответствии с ортодоксальной традицией, не может быть постигнут до конца. Данное обстоятельство определяет все религиозное знание. Религиозные представления относятся к когнитивному аспекту изучаемого феномена [1, с. 6].

В ходе усвоения религиозного опыта религиозные представления соединяются с мотивами обращения к религии, сообщая объектам веры личностный смысл. Так формируются духовные, религиозные ориентации. Религиозные мотивы включают мотивы обращения к религии, отношение к требованиям культа, рефлексию по поводу характера и статуса собственной веры. К настоящему времени сложились исторический (ориентирующий на рассмотрение религиозного опыта как порождение определенных исторических, культурных условий существования людей), сравнительный (предполагающий выявление общего и специфического в различных религиях), контекстуальный (раскрывающий влияние на изучаемый предмет социального, политического и других контекстов), психолого-герменевтический (сосредоточенный на смысле религиозных явлений и их интерпретации) исследовательские подходы к религиозному опыту личности [5, с. 447].

Понятие нравственности предполагают часть общечеловеческой культуры, которая содержит в себе общечеловеческие нравственные ценности, моральные нормы, правила поведения, знания, убеждения. На вопрос о том, что такое духовно-нравственные ориентиры человека, можно ответить следующим образом: это духовные и нравственные показатели, заключающие в себя такие ценности как совесть, любовь, добро, чувство долга, красоту, стремление к истине, жажду справедливости, стремление к идеалу. Духовно-нравственные ориентиры человека – это его ценности и убеждения. Это – установки личности, через которые она не может преступить. Они регулируют сознательную деятельность человека и помогают ему найти свое место в мире, являясь своеобразным стержнем его сознания [3].

Эмпирическое исследование духовно-нравственных ориентации у лиц юношеского возраста проводилось на выборке, состоявшей из 15 человек (6 юношей и 9 девушек), средний возраст которых составил 20 лет. Исследование проводилось посредством методики «Структура индивидуальной религиозности» Ю.В. Щербатых. В исследовании проводился сравнительный анализ структуры духовно-нравственных ориентации в группах юношей и девушек, а также группах лиц юношеского возраста. Объектом исследования являлась личность в юношеском возрасте. Предметом исследования стали духовно-нравственные ориентации у юношей и девушек. Цель исследования: изучение духовно-нравственных ориентаций у юношей и девушек. Сравнительный анализ структуры духовно-нравственных ориентаций у юношей и девушек (таблица 1) позволил установить, что более высокий уровень показателей по всем шкалам методики духовно-нравственных ориентации наблюдается в группе юношей, что может свидетельствовать о большей выраженности у них интереса к проблемам метафизического, философского характера, одна из которых – проблема духовно-нравственных ориентации.

Максимальные различия в структуре духовно-нравственных ориентаций у юношей и девушек наблюдаются в отношении к духовности как сфере таинственных явлений и отношении к духовности как философской концепции, наиболее обобщенной теоретической модели бытия и его глубинных оснований (данное понимание духовного более свойственно испытуемым-юношам, нежели девушкам), что объясняется гендерными различиями, склонностью юношей к рациональным, объективным подходом в когнитивном освоении реальности, более выраженным у них познавательным интересом к категориям высокой степени абстракции: тайне бытия, стремлением «ее разгадать».

Таблица 1 – Духовно-нравственные ориентации в группах юношей и девушек.

Отношение к религии	Духовно-нравственные ориентации		
	Средние показатели		Разность
Вид	Юноши	Девушки	
1	3	0,8	2.2
2	3,8	2,6	1.2
3	4,6	2,8	1.8
4	4	2,2	1.8
5	3.6	1.5	2.1
6	3	2.1	0.9
7	3	1.8	1.2
8	2.1	0.9	1.2

1 – отношение к религии как философской концепции, 2 – отношение к религии как к магии, 3 – отношение к религии как средству психологической поддержки, 4 – отношение к религии как совокупности обрядов, 5 – отношение к религии как «псевдонауке», 6 – отношение к религии как отношениям с высшей силой, сотворившей все сущее (идея креационизма), 7 – отношение к религии как внутренней потребности, 8 – отношение к религии как корпусу моральных норм.

Результаты эмпирического исследования духовно-нравственных ориентаций лиц юношеского возраста с высоким и низким уровнями религиозности представлены в таблице 2.

Результаты апробации психодиагностической методики показали, что в данной возрастной группе религиозные представления наиболее часто связываются с тенденцией поисков в религии поддержки и утешения или представления о терапевтических возможностях религии.

Одинаковую выраженность в обеих группах испытуемых имеет идея креационизма. Вероятно, современные верования находятся в определенном противоречии с истинно-религиозным мировоззрением. Следует учитывать также изменения религиозной культуры и религиозных ценностей личности. Система религиозных представлений юношества включает интерес к магии. В сознании современного человека наряду с более сложными формами религии соседствуют ее более древние, архаичные формы.

Обследуемые юношеского возраста из группы с высоким уровнем религиозности связывают обращение к религии с возможностью пополнения и обретения личностного ресурса в сложных ситуациях, недоступных управлению и целенаправленному регулированию.

Таблица 2 – Ориентации молодежи с высоким и низким уровнями религиозности.

Отношение к религии	Духовно-нравственные ориентации		
	Средние показатели		Разность
Вид	Низкий уровень	Высокий уровень	
1	1,2	1.9	0.7
2	1	3.2	2.2
3	1	3.7	2.7
4	0,6	3.1	2.5
5	0,4	2.5	2.1
6	0,6	2.5	1.9
7	0	2.4	2.4
8	0,6	1.5	0.9

1 – отношение к религии как философской концепции, 2 – отношение к религии как к магии, 3 – отношение к религии как средству психологической поддержки, 4 – отношение к религии как совокупности обрядов, 5 – отношение к религии как «псевдонауке», 6 – отношение к религии как отношениям с высшей силой, сотворившей все сущее (идея креационизма), 7 – отношение к религии как внутренней потребности, 8 – отношение к религии как корпусу моральных норм.

В представлениях лиц юношеского возраста на втором месте ранговой иерархии находится внутренняя потребность в религии, т. е. более выраженным является ее экзистенциально-мировоззренческий компонент.

Это более соответствует возрастному развитию, связанному с совершенствованием рефлексии, постижением смысла собственного «Я», осознанием собственной индивидуальности, активным нравственным развитием, становлением мировоззрения. Важной стороной духовности представляется им обрядовая оформленность религиозного чувства, конфессиональная принадлежность. У нерелигиозного юношества духовность ассоциируется с абстрактно-теоретическим, философским способом объяснения устройства реальности. Наименее выражен в обеих группах интерес к «псевдонауке», или представления, которые вслед за К.Г. Юнгом можно обозначить как техногенно-мифологические.

Список использованных источников:

1. Берсенева Т.А. Духовно-нравственные ценности и ориентации в мировоззрении старшеклассников и учителей. СПб.: СПбАППО, 2004.
2. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. - М.: 1986.
3. Леонтьев Д.А. Психология смысла. М.: Смысл, 1999.

4. Островска К. В поисках ценностей / Перевод Э. Соколовой и Л.Господниковой. - М.: Центр Катехизации в Москве, 2000.

5. Справочник современного психолога. Психодиагностика/ под общ. ред. С. Т. Посоховой. – М.: АСТ; СПб.: Сова, 2006.

6. Эммонс Р. Психология высших устремлений: мотивация и духовность личности / Пер. с англ. Под ред. Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 2004.

©Кайтукова З.Х., Чернов П.М., 2017

УДК 159.9.019.43

УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ОБЩЕНИИ ПУТЁМ ОБМЕНА ФОТОГРАФИЯМИ

Караулов С.П., Лапшина Д.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Скорость потребления информации ежеминутно увеличиваются. Мультемидийная информация, создаваемая человечеством, активно влияет на психологию людей и изменяет поведение и убеждения участников обмена информацией. Социальная группа участников самой крупной социальной сети обмена фотографий Инстаграм составляет сейчас более 700 миллионов человек, нельзя оставить без внимания взаимодействия в этой группе.

Фотографии и видео с мобильных телефонов, размещаемые в социальных сетях дали возможность людям делиться визуальными образами между собой. Ленты фотографии в социальных сетях из жизни людей начали воспитывать своих читателей, прививать им новые ценности, можно даже говорить о конформизме средствами фото и видео материалов. Многие люди решают с помощью серии фотографий свою потребность во внимании, потребность в общении, избегают фрустрации, рассчитывают свою значимость новой единицей измерений – лайками и репостами.

С 2014 года пальму первенства среди социальных сетей держит Инстаграм, а в 20-х числах июня 2016 года численность пользователей Инстаграм превысила полмиллиарда пользователей [5] и продолжила свой прирост. Пользователи этой сети самые молодые пользователи Интернета, доля возрастной группы составила 58% (для сравнения в середине 2014 года – 20%), тут надо отметить, что и возрастная группа 55-64 года

выросла в 2,5 раза в первом квартале 2016 года по сравнению со вторым кварталом 2014 г. (по информации Global Web Index globalwebindex.net).

Программы клиенты для общения в социальных сетях удобны и постоянно развиваются, также постоянно растёт техническое качество фото-видео техники в мобильных устройствах. Растёт и время вовлечённости людей в социальные сети (в 2016 году люди в среднем стали уделять более 3 часов в день социальным сетям). При том, что большинство владельцев смартфонов постоянно подключены к новостной ленте и получают уведомления о выходе новых фотографий (на примере Инстаграм). Чем больше подписок, тем больше уведомлений.

Такая активность даёт людям чувство социальной значимости и вовлечённости в активное и успешное сообщество личностей с разносторонними интересами. А одобрения в виде лайков поощряет. Это же подтверждается статистическим наблюдением, проведённым в первом квартале 2017 года компанией Global Web Index [6], среди опрошенных 72892 пользователей в возрастной группе от 16 до 64 лет, на вопрос какова главная причина использования социальных сетей 42% отметили – быть на связи и видеть, что делают мои друзья. Примечательно, что среди 16-24-летних основная причина использования социальных сетей – не поддерживать связь, а скорее заполнять свободное время. Среди 25-34-летних, общение с друзьями оказывается более важным, в то время как среди 34-44-летних, это сводится к тому, чтобы оставаться в курсе новостей и текущих событий. Многие пользователи социальных сетей приходят к рассмотрению социальных сетей как источников контента, а не платформ, требующих активных вкладов. Не менее важно то, что только 19% интернет-пользователей говорят, что используют социальные сети для обмена информацией о своей повседневной жизни. По некоторым причинам эта мотивация менее важна для сетевых пользователей, чем обмен мнениями или фото / видео.

Очевидно, что многие пользователи Интернета стали более комфортно использовать социальные сети для публикации контента, а не для передачи личных данных. Вероятно, это связано с тем, что новый язык коммуникации образами становиться привычным для общества.

Хорошим примером, служит перерождение современных средств массовой информации, ведь сегодня почти каждый может создавать репортажи на интересующие его темы. И эта тема заслуживает отдельного рассмотрения, на примере знаменитого сервиса Youtube и информационных видеороликов, размещённых на нём. В частности, в этом сервисе на личных примерах разъясняются юридические особенности общения с представителями закона – милиционерами или показываются

события, не попадающие в новостные программы из-за редакционной политики или политической цензуры. С приростом вычислительных мощностей и объёмов памяти в портативных устройствах, а также ростом пропускной способности каналов связи будет наблюдаться увеличение количества видео и объёмных данных (панорамных видео), как средства общения.

Просмотр и загрузка фотографий, видео в широкий доступ удовлетворяют следующие потребности:

1. Потребность общения. Человек в силу своей природы постоянно испытывает неудовлетворенность, необходимость в специальных условиях для своего развития. Необходимые условия способны ему обеспечить только социум и социальные связи. «Сам процесс социализации человеческой личности, процесс становления отдельного человека невозможен без общения» [2, с. 10.]. Кроме того, «любая человеческая деятельность невозможна вне общения» [3, с. 126.]. Аффилиации (от англ. to aliate – присоединять, стремления к сотрудничеству, общению, дружбе с другими людьми) проявляется в стремлении быть в контакте с другими людьми ради самого процесса общения, ради устранения дискомфорта, связанного с одиночеством. Аффилиация особенно свойственна людям с высокой тревожностью, беспокойным, впадающим в состояние фрустрации от вынужденного уединения. Таким людям нужен лидер и они часто готовы идти на поводу у других [1, с. 20]. Размещая картинки из своей жизни, авторы получают обратную связь в виде комментариев или лаков, что может давать им чувства общности с большим количеством представителей разных социальных групп и частично удовлетворять потребность в общении.

Неудовлетворение важных потребностей, особенно постоянное, (таких как: принятие, уважение, удовлетворяющее общение, искренность и доверие в дружеских контактах) и невозможность найти им замену или когда человек постоянно видит преграды на пути к цели – все это крайне вероятный путь к глубоким личностным нарушениям. В результате возникает стойкое психическое состояние, наполненное общей напряженностью, тревогой, расстройством, досадой, внутренним дискомфортом, называемое фрустрацией (лат. frustratio – тщетное ожидание, обман). Фрустрацию вызывает мобилизирующее психическое состояние, ориентированное на настоящее и прошлое, поэтому «возникновение фрустрации сигнализирует о том, что беда уже случилась» [1, с. 16].

«Чаще всего люди (особенно дети) склонны считать фрустрацию следствием воздействия внешних обстоятельств» [1, с. 17]. Вследствие

этого представляется логичным активную вовлечённость возрастной группы 16-24 года в публикацию своих и общение по поводу чужих фотографий, получая удовлетворение потребности в общении [7]. Во многих источниках отмечается расширение аудитории за счёт возрастной группы младше 16 лет.

2. Потребность в общественном одобрении. Сформированная потребность в одобрении в большинстве общественных обстоятельств способствует приспособлению, тормозя не одобряемую и облегчая одобряемую самостоятельную деятельность [4, с. 1].

Так и в социальных сетях мерой одобрения является популярность автора публикации фотографий и каждый новый материал должен набрать не меньшее количество лайков или комментариев, перепостов иначе, автор не ощущает общественного удобрения и задаётся вопросами «Почему тема публикации или кадр не принят зрителем? Что я делаю не так?». В редких случаях может впадать в флюстрацию. Так же и комментирующий получает свою порцию одобрения или порицания.

Потребность в общественном одобрении способна направлять создателя мультимедиа материалов развиваться, искать новые подходы к аудитории, расширять число подписчиков и улучшать подачу своих идей. Отрадно отметить, что подобный конформизм заставляет активных авторов в поиске общественного одобрения к саморазвитию, самым успешным удаётся удивлять каждой новой публикацией свою аудиторию и расширять её количество.

Цифры, говорящие о тенденции: Инстаграм был запущен 6 октября 2010 года. К декабрю 2010 года у Instagram был один миллион зарегистрированных пользователей. В июне 2011 года – уже пять миллионов. К сентябрю это число удвоилось, а к марту 2012 года количество пользователей достигло почти 30 миллионов. 21 июня 2016 – 500 миллионов. 21 декабря 2016 – 600 миллионов. 26 апреля 2017 – 700 миллионов. Фотография как жанр кардинально изменилась со времени ее появления. В 2016 году каждые 2 минуты публиковалось фотографий больше, чем на протяжении 1800-х годов.

По средним подсчетам, около 10% всех фотографий за все время были опубликованы на протяжении прошедших 12 месяцев. Как видим, наши аппетиты к распространению снимков растут год за годом [5, 8].

Таким образом, легко поддаться впечатлению, что большинство группы пользователей социальных сетей с помощью размещения и фото/видео материалов уходят от реальности, подменяя себе реальное обыденное общение на иллюзию постоянного праздника или радости, легкого способа получения удовольствий. По нашему мнению, при

соблюдении необходимого баланса между «живым» общением и контактированием через социальные сети индивидуум получает новый способ коммуникации и саморазвития.

Список использованных источников:

1. Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение. Спб.; Питер, 2001.

2. Леонтьев А. А. Психология общения. Academia, Смысл; 2008.

3. Панферов В. Н. Психология общения //Вопросы философии.1971. №7.

4. Покрасс Михаил Львович "Залог возможности существования" 1997год (https://psy.wikireading.ru/22077) (дата обращения: 12.11.2017)

5. https://instagram-press.com/blog/2016/06/21/instagram-today-500-million-windows-to-the-world/ - Пресс-релиз компании Instagram, (дата обращения: 12.11.2017)

6. http://blog.globalwebindex.net/chart-of-the-day/social-media/ Felim McGrath / June 07, 2017 -Top 10 Reasons for Using Social Media - Результат исследования компании Globalwebindex, (дата обращения: 12.11.2017)

7. Globalwebindex.net chart-of-the-day-Charts-27-June-2016 - Результат исследования компании Globalwebindex, (дата обращения: 11.11.2017)

8. https://www.brandwatch.com/blog/author/kit-smith/ Публикации эксперта в области маркетинга Kit Smith (дата обращения: 10.11.2017)

©Караулов С.П., Лапшина Д.В., 2017

УДК 159.9.07

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЗАВИСИМОСТИ ЖЕНЩИН, СТРЕМЯЩИХСЯ К МОДНЫМ СТАНДАРТАМ ЛИЦА

Костина А.А., Артемцева Н.Г.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2017-0004

Современный мир наполнен огромным количеством модных тенденций и модных стандартом, ставших частью современного социокультурного пространства. В настоящее время существование модных стандартов общепризнано в телесном облике и внешности человека. Так как считается, что внешний облик человека значительно влияет на процессы формирования личности, на ее социальные

характеристики, ведь в большинстве случаев отношение людей друг к другу строится на основе первого впечатления [7].

Проблема влияния СМИ на стремление женщин к эталонным (в нашем понимании – модным) стандартам лица отмечается во многих работах. В настоящее время мода присутствует в жизни каждого человека, независимо от его осознанного и бессознательного желания. Реклама, которая сопровождает продвижение продуктов, навязывает модные тенденции, стандарты, образы, на первый взгляд не имеющих отношение к моде [3].

Созависимость является одной из главных проблем современного общества, так как служит препятствием, как для личностного роста, так и для социального здоровья общества, которое ориентируется на доминаторную модель.

М. Битти считает, созависимость – это состояние членов семьи или близких людей, на которых воздействует болезнь их близкого. А созависимый – это человек, который позволил, чтобы поведение другого повлияло на него. Созависимый человек поглощен контролем действий этого человека. Другой человек может быть ребенком, взрослым, любовником, супругом, папой, мамой, сестрой, лучшим другом, бабушкой или дедушкой, клиентом, он может быть алкоголиком, наркоманом, больным умственно или физически; нормальным человеком, который периодически испытывает чувство печали [5].

Все созависимые люди обладают похожими характеристиками. Такими как контроль, давление, навязчивые состояния и мысли, низкая самооценка, ненависть к себе, чувство вины, подавляемый гнев, неконтролируемая агрессия, навязчивая помощь, сосредоточенность на других, игнорирование своих потребностей, проблемы общения, замкнутость, плаксивость, апатия, проблемы в интимной жизни, депрессивное поведение, суицидальные мысли, психосоматические нарушения.

Иная точка зрения у Р. Сабби. Созависимостью она считает «эмоциональное, психологическое и поведенческое» состояние. Оно развивается в результате подверженности длительному стрессу и запрета открыто выражать свои чувства и прямо обсуждать личные и межличностные проблемы [9].

В.Д. Москаленко считает, что созависимость – это состояние членов семьи больного алкоголизмом или другими формами зависимости. Также она говорит, что созависимоть тяжелее, чем само заболевание. А созависимый – это человек, который стремится управлять поведением другого человека, и его не волнует удовлетворение собственных жизненно

важных потребностей. Созависимыми могут быть: 1) лица, находящиеся в браке или в любовных взаимоотношениях с больной зависимостью; 2) родители; 3) взрослые братья и сестры больного; 4) лица, имеющие одного или обоих родителей, больных зависимостью; 5) лица, выросшие в эмоционально репрессивных семьях [8].

Она выделяет следующие характеристики созависимости. Самая главная и основная характеристика созависимых людей это низкая самооценка. Человек не ценит себя, ставит себя ниже всех остальных, позволяет другим дурно обращаться с собой. Следующая характеристика – это ориентация на других, на внешнее мнение, оценки. Для них важно, что о них думают другие люди. Отсюда же вытекает полный отказ от себя, непонимание и нежелание показывать свои настоящие чувства. Постоянные страдания, гнев, страх, отчаяние также присуще созависимым личностям. Высокое напряжение чувств – неотъемлемая часть жизни.

В.Д. Москаленко говорит о том, что появление созависимости может быть обусловлена воспитанием в дисфункциональной семье. В такой семье присутствовала зависимость от психоактивных веществ, либо жестокое обращение: эмоциональное, интеллектуальное, физическое насилие, сексуальное оскорбление и запрет в выражении чувств [8].

Н.Г. Артемцева придерживается мнения, что созависимость – это поведение, мотивированное зависимостями от других людей. И говорит о том, что особенности поведения созависимого человека формируются в процессе социализации [1].

Поведение, мотивированное зависимостями от других людей; эти зависимости включают пренебрежение и неприятие собственной личности. Ложное восприятие себя часто выражается в виде вынужденных привычек, наркомании и других расстройствах, которые впоследствии увеличивают отчуждение от собственной человеческой личности, способствует развитию чувства стыда. Созависимые используют все формы психологической зашиты – рационализацию, минимизацию, вытеснение, но более всего отрицание. Они склонны игнорировать проблемы или делать вид, что ничего серьезного не происходит [1].

В настоящее время проблема созависимости играет важную роль в жизни человека, так как мы всегда и везде взаимодействуем с обществом, которое диктует свои правила и в значительной степени влияет на созависимость. Поэтому желание вписаться в окружение, не быть хуже других, может стать для многих основным аспектом созависимости от модных стандартов и тенденций, диктующих окружающим обществом.

Для изучения созависимости у женщин, стремящихся и не стремящихся к модным стандартам лица в данной работе, была использована методика «Профиль созависимости» Н.Г. Артемцевой [1].

При обработке данных методики «Профиль созависимости» были получены следующие результаты. Из всех женщин 43% (18) являются не склонными к созависимости. Остальные 57% (24) созависимы.

Анализ данных показал, что женщины, которые склонны к созависимости в основном предпочитают следовать модным стандартом и у них более выражено внешнее и внутреннее стремление следовать моде. (T=-18,7778 при p=0,000000). Это говорит о том, что данные женщины находятся в специфическом состоянии, которое характеризуется сильной поглощённостью и одержимостью, концентрацией мыслей, крайней зависимостью от чего-либо. Это может быть явление, например, мода, или модные стандарты.

Также были выявлены статистически значимые различия между некоторыми утверждения опросника «Профиль созависимости» у женщин, стремящихся и не стремящихся к модным стандартам лица.

Как показало исследование, испытуемые, стремящиеся к модным стандартам лица более подвержены утверждению №1 «Я должен быть «нужным», чтобы взаимодействовать с окружающими меня людьми», чем испытуемые, не стремящиеся к модным стандартам лица (T=3,694 при p=0,001). Это говорит о том, что у женщин, следующих модным стандартам существует потребность быть желанными, в связи с этим они пытаются доказывать самому себе и окружающим, свою нужность, пытаясь «быть в тренде».

Испытуемые, стремящиеся к модным стандартам лица более подвержены утверждениям №8 «Я думаю о том, как себя чувствуют другие» (T=7,612 при p=0,007); №15 «Я люблю дарить подарки и оказывать услуги людям, о которых забочусь», (T=5,457 при p=0,0005), чем испытуемые, не стремящиеся к модным стандартам лица, что говорит об их склонности к созависимому поведению, а также они начинают исходить не из своих желаний, чувств, побуждений, а из желания выстраивать своё поведение ориентируясь на других людей.

Анализ данных показал, что женщины, которые склонны к созависимости, в основном предпочитают следовать модным стандартом и у них более выражено внешнее и внутреннее стремление следовать моде – это говорит о том, что данные женщины находятся в специфическом состоянии, которое характеризуется сильной поглощённостью и одержимостью, концентрацией мыслей, крайней зависимостью от чего-либо. Это может быть явление, например, мода, или модные стандарты.

Список использованных источников:

1. Антоненко И.В. Сущность доверия как социально-психологического явления // Вестник Университета Российской академии образования. 2015. №3. С.34-43.
2. Артемцева Н.Г. Феномен созависимости: психологический аспект. –М.: РИО МГУДТ, 2012.
3. Артемцева Н. Г., Грекова Т. Н. Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы // Дизайн и технологии. 2013, №38. С.97-104.
4. Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. 2015. № 47. (Электронная версия).
5. Битти М. Алкоголик в семье, или преодоление созависимости. – М.: Физкультура и спорт, 1997.
6. Костина А. А. Социально-психологические особенности женщин, стремящихся к модным стандартам лица. Дипл. работа бакалавра, ИСИ МГУДТ. -М.: 2016.
7. Лабунская В.А., Капитанова Е.В. Обеспокоенность и удовлетворенность студентов своим внешним обликом как предикторы самооценок его компонентов и характеристик //Российский психологический журнал. 2016, том 13, №1. (Электронная версия)
8. Москаленко В. Д. Зависимость. Семейная болезнь. – М.: ПЕР СЭ, 2009.
9. Сабби Р. Созависимость, неотложная проблема. - М.: Наука, 1984.

©Костина А.А., Артемцева Н.Г., 2017

УДК 159.9

СИМВОЛИКА ЦВЕТА И ЦВЕТОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ У МОЛОДЕЖИ РАЗНЫХ ПРОФЕССИЙ

Круглякова Е.А., Артемцева Н.Г.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2017-0004

Цвет оказывает огромное влияние и на жизнь человека. От того какая информация поступает в мозг через зрение, в том числе от того, какие цвета видит человек, зависит его настроение, физиологические процессы в организме, поведение, реакции на окружающий мир.

Мы интуитивно реагируем на цвет и неосознанно чувствуем его влияние. Цвет влияет на наше физическое состояние, эмоциональное, духовное и психическое. В теле цвет вызывает биохимические реакции, которые напрямую стимулируют гипофиз и шишковидную железу. Гипофиз выделяет гормоны, которые влияют на сексуальную активность, метаболизм, аппетит, а также на наше настроение, эмоции и поведение.

Мода и цвет не могут существовать отдельно друг от друга. Общество из года в год следует модным тенденциям, проявляет оригинальность подходов к индивидуальному или групповому самовыражению. Новые тренды и цвета в одежде приходят на смену прошлогодним коллекциям. Выбор цвета в одежде определяется вкусом, модными тенденциями и предпочтением покупателя.

Цветовые предпочтения в одежде обусловлены очень многими факторами жизни, воспитания, индивидуальными особенностями, чертами характера человека. Установлено, что в первую очередь на стиль в одежде оказывает влияние географический фактор. В комплексной многомерно-параметрической концепции пяти культурных слоев моды в одежде это первый слой – материальный, относится к объективным факторам внешней среды [2]. Люди, живущие в теплом климате, с обильным солнечным светом, любят одеваться в яркие цвета. Не случайно, женщины стран Востока в своей одежде традиционно используют контрастные орнаменты, много насыщенных теплы оттенков. Национальные костюмы нагляднее демонстрируют цветовые предпочтения в одежде того или иного народа. Самые энергичные народы, которые проживают в теплых странах, выбирают яркие цвета, а спокойные и выдержанные (немцы или англичане) тяготеют к более приглушенным и темным оттенкам.

Предпочтение цвета как отражение характера, типа темперамента, особенностей личности отмечают многие исследователи. Понять, почему мы выбираем определенные цвета, мы можем, обратившись к результатам психологических исследований.

Красный – это цвет страстей. Его выбирают сильные, смелые люди, активные и энергичные люди. Они обладают сильной волей, властны и живут полной, насыщенной жизнью. Такие люди, чаще всего, испытывают потребность в успехе и победе, стремятся к власти и не равнодушны к жизненным благам [1].

Оранжевый цвет в одежде предпочитают здоровые люди, умеющие держать себя в руках. Часто они обладают хорошей интуицией, усердны и мечтательны.

Доминирующий желтый цвет символизирует спокойствие, умиротворенность и непринужденность в отношениях с людьми.

Синий цвет выбирают люди, испытывающие потребность в глубокой привязанности, стремящиеся к эмоциональному комфорту, покою и отдыху. Часто, очень чувствительные к социальным воздействиям люди, у которых преобладает повышенная тревожность [1].

Предпочитаемый фиолетовый цвет может говорить о подсознательном желании нравится и стремлении к кокетству. Фиолетовые оттенки выбираются людьми со склонностью к самовнушению. Есть данные о том, что интерес к фиолетовому цвету связан с физиологическим состоянием человека, например, часто выбирают беременные женщины.

Коричневый цвет обозначает чувственную впечатлительность. Люди здоровые и энергичные чаще всего помещают коричневый цвет ближе к концу. Как любимый цвет, он означает сильную потребность в отдыхе и расслаблении, так как коричневый – символ бесконфликтной, приятной атмосферы.

Предпочитаемый белый цвет. Белый цвет – это синтез всех цветов, поэтому он является идеальным цветом, «цветом мечты». В нем заложен многозначительный смысл, поскольку он одновременно передает и сияние света, и холод льда. В психологическом отношении этот цвет мало информативен, его предпочитают люди с совершенно противоположными чертами характера, он никогда не отталкивает. Его выбирают люди, стремящиеся к независимости и свободе.

Черный цвет противостоит белому. Для российских женщин данный цвет представляет особую ценность – в повседневной жизни, кроме случаев делового и официального общения. Если человек предпочитает черный всегда и везде, то в нем много негативизма, может проявляться экстремизм в поведении [1].

В рекомендациях по выбору цвета в одежде рассматриваются какие-либо яркие детали одежды или общий тон:

1. Когда не хватает энергии и жизнеспособности, либо чувствуется вялость, усталость, истощенность, желательно носить одежду красного цвета. Она поднимает настроение, тонизирует, помогает чувствовать себя сильнее и активнее; а также когда хочется обратить на себя внимание и выделится из толпы или изменить что-то в своей жизни.

2. Для активации воли и мотивации, чтобы наполниться энергией для завершения начатых дел, когда происходят неожиданные события, или Вы находитесь в шоковом состоянии, желательно носить одежду оранжевого цвета. Она помогает отгородиться и не принимать негативную информацию.

3. Когда в жизни не хватает радости, хорошо носить одежду желтого цвета, т.к. желтый цвет – это цвет радости и удачи.

4. Когда есть эмоциональные проблемы, вызывающие злость, раздражение, напряжение, зависть, она поможет успокоиться, расслабиться и понять позицию оппонента, найти с ним связь и восстановиться после эмоциональных стрессов, желательно носить одежду зеленого цвета. Одежда зеленого цвета помогает найти равновесие с собой и с окружающим миром. А также в ситуациях, которые требуют внимания, заботы, толерантности, прощения и терпимости, т.к. зеленый цвет в одежде способствует созданию гармоничной связи с окружением.

5. Когда надо сохранить спокойствие и ясность в мыслях, побыстрее избавиться от стресса и негативных эмоций; после нервного напряжения помогает расслабиться и успокоиться, когда надо владеть собой, придерживаться самоконтроля, желательно носить одежду синего цвета, т.к. синий цвет – самый деловой.

6. Когда надо развивать связь с собой, со своим «Я», развивать милосердие, интуицию и чувственность; желательно носить одежду фиолетового цвета. В одежде духовенства есть детали фиолетового цвета, что помогает верующим больше внимания уделять и концентрировать не на материальных ценностях, а не духовных.

7. Когда нужно преодолеть негативное отношение к другим людям и свое недовольство по отношению к ним желательно носить одежду белого цвета.

8. При сильных стрессах, в неприятных ситуациях, когда чувствуете недружелюбность и давление окружающих, желательно носить одежду черного цвета. В одежде черного цвета Вы будете чувствовать себя, как в защитном панцире; на деловой встрече или мероприятии одежда черного цвета поможет вам выглядеть элегантно и стильно, т.к. черный цвет очень таинствен и торжественен.

Таким образом, чрезвычайно велика роль цвета в жизни каждого человека и социума в целом: во внешности, искусстве, религии и т.д. В моде и в повседневной жизни цвета и их сочетания интенсивно используются как символы, заменяющие целые понятия и образующие условные системы, по которым можно выделить особенности и характеристики людей.

В целях выявления цветовых предпочтений у молодежи разных профессий в одежде было проведено наше исследование.

Испытуемые: 80 человек, в возрасте от 18 до 21 года, студенты, обучающиеся на курсе телевидения (40 человек) и студенты-дизайнеры РГУ им А.Н. Косыгина (40 человек).

Методики: Метод цветовых выборов М. Люшера – Л.Н. Собчик и Методика «Шкала отношения к моде (ШОМ) Н.Г. Артемцевой, Т.Н. Грековой [3].

Обработка и обсуждение результатов. Испытуемые специально отбирались по критерию выбранной профессии – студенты, обучающиеся, на творческой специальности. Тем самым выборка была поделена на две группы: на студентов-дизайнеров, и на студентов, обучающихся на курсе телевидения (телеоператор). Обе группы прошли тестирование по методике цветовых выборов М. Люшера – Л.Н. Собчик, который был видоизменен для данного исследования. Испытуемым предлагался цветовой ряд (из восьми цветов) с инструкцией: «Выбрать цвета, которые доминируют у вас в гардеробе. Поставить цвета на первые позиции. Цвета, которых мало или совсем нет, то на последние позиции».

В первой группе предпочтительными были – красный цвет (35%), на втором месте – желтый (золотой) (27%), дальше – зеленый (20%), черный (10%) и на последнем месте – синий цвет (8%). Во второй группе на первых позициях выбирались дополнительные цвета: черный цвет (27%), далее серый цвет (25%), коричневый цвет (23%), синий цвет (10%), зеленый цвет (8%), красный цвет (5%), и на последнем месте – желтый цвет (2%).

Далее всем испытуемым предлагался опросник «Шкала отношения к моде» (ШОМ) [3]. В группе студентов-дизайнеров оказались высокие показатели значения «Шкалы отношения к моде», это указывает на такие свойства личности как удовлетворение потребности в безопасности, признании, демонстративность, высокая самооценка, стремление к самоактуализации и самовыражению. В своем поведении они руководствуются модными тенденциями и рекомендациями известных специалистов индустрии моды. Испытуемые группы студентов, обучающихся на курсе телевидения (телеоператор), с низкими показателями по «Шкале отношения к моде» выбирают комфортную и практичную одежду, не обращая внимания на модные тенденции.

Результаты, полученные в проведенном нами исследовании, позволяют сделать вывод о том, что студенты-дизайнеры, предпочитают яркие, нестандартные, модные цвета, склонны к самоактуализации и самовыражению. Студенты, обучающиеся на курсе телевидения, предпочитают видеть в своем гардеробе практичные, темные цвета, а также выбирают комфортную и удобную одежду, не обращая внимания на модные тенденции [4].

Результаты теоретического и эмпирического исследования могут быть полезны для использования в учебно-образовательном процессе

психологов и дизайнеров, тренингах личного стиля, в индустрии моды и в рекламной индустрии.

Список использованных источников:

1. Андрэ Н., Некрасова С. Практическая психология цвета. - М.: Профит стайл, 2013. – 224 с.

2. Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная перцепция культурных слоев одежды // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ - 2015). Сборник материалов международной научно-технической конференции. М.: МГУДТ, 2015. С.202-206

3. Артемцева Н. Г., Грекова Т. Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. 2015. № 47. (Электронная версия).

4. Круглякова Е.А. Психологические особенности людей, предпочитающих яркую одежду // Материалы Международной научно-практической конференции «Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность», МГУДТ, 25-27 апреля 2016 г. М.

©Круглякова Е.А., Артемцева Н.Г., 2017

УДК 159.9, 316.6

ВЗАИМОСВЯЗЬ САМООЦЕНКИ И КАРЬЕРНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЛИЧНОСТИ С ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ СТИЛЕЙ ОДЕЖДЫ

Мамедова Г.А., Антоненко И.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Мода, как любая потребность возникает под действием объективного фактора, но, в то же время, здесь не следует забывать, недооценивать и факторы субъективного порядка. В развитии моды находят отражение субъективной склонности, вкусы, социально-психологические характеристики, духовное развитие и интересы личности. Одними из социально-психологических характеристик являются самооценка и карьерные ориентации личности [1, с. 198].

Системообразующим и интегрирующим основанием индивидуальности является самооценка личности, которая в большинстве случаев определяет актуальные жизненные взгляды человека, уровень его требований, в целом всю структуру оценок.

Самооценка – это нравственная оценка своих личных действий, моральных качеств, черт, взглядов, мотивов; одно из проявлений нравственного самосознания и совести личности.

Посредством своего внешнего облика человек показывает свое положение в жизни, сохраняет свою самооценку и поддерживает образ «Я».

Самооценка оказывает воздействие на создание стиля поведения и жизнедеятельность человека. Иначе говоря, самооценка создает динамику и характер развития субъекта.

Содержание производимого ощущения у отдельного человека связано с идеальным «Я» его личности, с порядком разделяемых нравственных идеалов и ценностей. Прикрывая тело одеждой, мы создаем впечатление о себе, пытаемся, чтобы другие личности воспринимали нас в согласии с принятыми социальными идеалами.

Формируясь в раннем детстве, самооценка личности продолжительное время сохраняется в достаточной мере выразительной, что дает возможность создать некоторые условия для ее преобразования в случае нарушения адекватности и позитивности. Установление адекватной самооценки, как одной из индивидуально-личностных качеств субъекта, напрямую связано с затруднениями воспитания, обучения и развития [3].

Проблема развития самооценки, как наиболее существенной структурной части самосознания и Я-концепции личности, с давних пор лежит в центре внимания отечественной и зарубежной науки. Существенный вклад в изучение этой проблемы внесли такие исследователи, как: К. Роджерс, Л.С. Выготский, Я.Л. Коломинский, М.И. Лисицина, А.В. Петровский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, Л.И. Божович, Д.И. Фельдштейн, Д.Б. Эльконин и многие другие. Благодаря их работам на сегодняшний день изучение самооценки личности превратилось в самостоятельное научное направление [4, 5, 6].

Способность к самооценке создается у личности в процессе его социализации, по мере сознательного познания им тех моральных принципов, которые формируются обществом, и обнаруживания своего собственного отношения к личным поведениям на основании оценок, даваемых этим поступкам окружающими. В связи с этим, на уровне самооценки человек судит о моральной значимости своей деятельности не просто от своего имени, а так сказать со стороны, от лица других личностей, от имени группы, к которой он принадлежит и субъективно относит себя.

В морали, самооценка и оценка со стороны других прочно связаны между собой. Можно сказать так: самооценка есть оценки других,

принятые человеком в качестве масштаба личного поведения, или, иначе говоря, собственная оценка личности, которую человек считает, необходимой провозгласить во всеобщий масштаб. Благодаря способности к самооценке человек получает возможность в большой степени самостоятельно направлять и проверять свои действия и даже воспитывать себя [7, с. 242].

Известный автор книг по психологии Т.А. Рытченко приводит такое определение самооценки: «На основе самопознания у человека вырабатывается определенное эмоционально-ценностное отношение к себе, которое выражается в самооценке. Самооценка предполагает оценку своих способностей, психологических качеств и поступков, своих жизненных целей и возможностей их достижения, а также своего места среди других людей» [2, с. 85].

Жизнь показывает и доказывает, что правильная самооценка, построенная на чувстве согласия с собой, имеет прежде всего неосмысленный характер. Ситуации, сопровождающие нашу жизнь, по сути устанавливаются фундаментальными убеждениями человека о себе.

Самооценка может быть заниженной, завышенной и адекватной (нормальной). В равной степени личности с различной самооценкой будут вести себя полностью по-другому, предпримут различные действия, таким образом по-другому будут оказывать влияние на процесс развитие событий.

На принципе завышенной самооценки у человека появляется идеализированное представление о своей личности, своей ценности для окружающих. Он не хочет признавать собственных ошибок, лени, недостатка знаний, неправильного поведения, нередко оказывается грубым, агрессивным, неуживчивым, вспыльчивым.

Значительно заниженная самооценка ведет к неуверенности в себе, нерешительности, робости, пугливости, застенчивости, недопустимости осуществлять свои задатки и способности. Такого типа личности, как правило, ставят перед собой в большинство случаев низкие цели, чем те, которых могли бы добиться, преувеличивают значение неудач, сильно нуждаются в поддержке и помощи окружающих, излишне критичны к себе.

Личность с низкой самооценкой сильно раним. Все это приводит к формированию комплекса неполноценности, сказывается на его внешнем виде: глаза отводит в сторону, недоволен, неулыбчив, мрачен.

Причины такого рода самооценки могут таиться в слишком властном, заботливом или потакающем родительском воспитании, что будет с ранних лет запрограммировано в подсознании личности,

порождать ощущение неполноценности, отсталости, а оно, в первую очередь, создает основу для низкой самооценки.

Низкая самооценка имеет достаточно много форм и проявлений. Это претензии и обвинения, поиск виновного, нужда и необходимость во внимании и одобрении, что так сказать компенсирует в глазах такого человека чувство самоотрицания, чувство собственного достоинства.

Адекватная же самооценка личностью своих способностей и возможностей по большой части создает соответствующий уровень притязаний, разумное отношение к успехам и неудачам, одобрению и неодобрению. Такой человек в основном энергичен, активен, решителен и оптимистичен. Из этого следует сделать вывод, что важно стремиться развивать у себя адекватную самооценку на основе самопознания [3, 8, с. 512].

Вывод: создание и развитие положительной самооценки – это основа, на которой, по всей видимости, должна создаваться вся жизнь. Давая же возможность отрицательным схемам мышления доминировать в нашей жизни, мы создаем у себя привычку ожидания негативных факторов.

Свою жизнь мы вправе улучшить лишь только тогда, когда мы сами, а не случай, программируем свое подсознание и мышление. Из этого следует, что создание позитивной самооценки – важная жизненная установка для каждого из нас.

Список использованных источников:

1. Гофман А.Б. Мода и люди или новая теория моды и модного поведения. - М.: Агентство "Издательский сервис", 2000. с.198-244.

2. Рытченко Т.А. Психология и педагогика: Учебно-практическое пособие. - М.: МЭСИ. 2000. - 85с.

3. Маслова Е.А. Психологическая природа самооценки,место самооценки в структуре самосознания личности. - http://www.uroki.ru/met_rus.

4. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. Л.,1968.

5. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975.

6. Авдеева Л.И. Особенности самооценки младших школьников, воспитывающихся в учреждениях закрытого типа: Автореферат канд. психол. наук. М., 2005.

7. Введение в общую психологию. /Под ред. А.В. Петровского. - М.,1995.

8. Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Психология. - М.: Издат. «Академия», 2001.

©Мамедова Г.А., Антоненко И.В., 2017

УДК 159.9, 316.6

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТИПОВ МЫШЛЕНИЯ С МОДНЫМИ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ МОЛОДОЙ ЖЕНЩИНЫ

Маржин А.Г., Антоненко И.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Мышление представляет собой переработку информации в процессе течения мыслей, образов и ощущений. Данная деятельность протекает в разнообразных формах, стилях и качествах – процесс мышления может характеризоваться разной степенью связности, логичности, целесообразности, эффективности и пр.

Традиционно отмечают несколько классификаций, характеризующих ту или иную мыслительную деятельность. Отличительными признаками являются генезис развития (наглядно-действенное, наглядно-образное, словесно-логическое, абстрактно-логическое мышление), характер решаемых задач (теоретическое и практическое мышление), степень развернутости (дискурсивное и интуитивное мышление), степень новизны и оригинальности (репродуктивное и продуктивное мышление), средства (наглядное и вербальное мышление) и функции мышления (критическое и творческое мышление). Также существуют и некоторые другие формы (альтернативное, ассоциативное, атактическое, дивергентное, инновационное, критическое, нестандартное, панорамное, позитивное, стратегическое, эмоциональное и др.), которые рассматриваются не в качестве дифференцированного процесса, а в своей совокупности и соучастности с другими.

Особенно следует отметить такой тип мышления как мужской и женский. При восприятии и последующем формировании оценки, решения, женщина чаще руководствуется эмоциями и чувствами. Мужчина чаще рассматривает какую-либо позицию объективно, женщина – субъективно. Мужчина, прежде всего, использует логику, женщина – интуицию, чувства и ощущения.

Женщина воспринимает предмет категорией «свой-чужой» (интерес, человек, вещь), тогда как для мужчины данные аспекты являются абстрактными и вторичными. Для него основным фактором остается логика и целостность, для нее – детали.

Для женского мышления характерна естественная текучесть, а мгновенное принятие решения базируется больше на впечатлении, нежели

на объективности. Женское мышление действует в процессе говорения, при этом, желательно, в формате диалога.

В большинстве случаев, существенным компонентом жизни женщины остается имидж, стиль и домашний уют. При этом стилю уделяется наибольшее внимание, таким образом, женское сознание постоянно направлено на поиск удачных и гармоничных решений. Создание собственного образа и последующей его подачи соответственно, является неотъемлемой частью жизни индивида и, особенно, женщины. В случае если ее работа или хобби связаны с особым дресс-кодом или публичной жизнью, такая мыслительная деятельность занимает немалое количество времени.

Рассмотрим основные способы мышления женщины, используя пример модных предпочтений и стилевых решений.

Наглядно-образное мышление в развитых формах присуще такой женщине, профессия которой связана с ярким представлением тех или иных предметов или явлений (писательница, музыкант, актриса, режиссер, работник творческой профессии). Наглядно-образным мышлением обладает женщина с художественным складом ума, которая может представить и то, что было, и то, что будет, и то, чего никогда не было и не будет. Таким образом, здесь всегда присутствует акцент (яркие волосы, нестандартный аксессуар, фактура или ткань, пирсинг, татуировки и пр.). Женщина с таким типом мышления предпочитает экстравагантные вещи, декор, фурнитуру. Ей нравится собственный внутренний мир, поэтому она рада поделиться им с другими, невербально рассказав о нем, посредством запоминающегося внешнего образа или необычного домашнего убранства. При покупке такая женщина целенаправленно может искать какой-либо необычный предмет и сознательно упускать его функциональные качества. Женщина с подобной мыслительной деятельностью любит экспериментировать и сочетать различные стилевые решения, в том числе, и с целью создания своего, индивидуального почерка.

Наглядно-действенное мышление свойственно такой женщине, чья профессия связана с практическим анализом, разнообразным комбинированием, (архитектор, инженер, изобретательница, медицинский работник, критик, спортсмен, танцовщица, швея, повар). Предметно-действенное мышление свойственно людям дела. Про таких женщин обычно говорят: «Золотые руки!». Они лучше усваивают информацию через движения и обычно обладают хорошей координацией. Следовательно, она предпочтет необычный дизайн, не обязательно яркий, но скорее геометрический крой или деконструкцию, практичные цвета. Либо отдаст предпочтение общей гамме, формирующий целостный и

гармоничный образ. Крой может быть и простым, однако в данном случае, будут присутствовать детали, дополняющий общий стиль. Тоже относится и к домашнему декорированию. Такая женщина предпочтет хорошее или лучшее качество, какое она себе сможет позволить и обратит внимание на внешне практичные, неброские или простые вещи, однако стоимость их может быть довольно высокой. При покупке женщина, обладающая наглядно-действенным мышлением, придерживается установленных правил подбора предметов гардероба и декорирования.

Словесно-логическое (абстрактное) мышление дает возможность устанавливать общие закономерности природы и общества, на уровне высших обобщений решать мыслительные задачи, строить научные теории и гипотезы. Женщина с таким типом мышления может усваивать информацию с помощью математических кодов, формул и операций, которые нельзя ни потрогать, ни представить. Благодаря особенностям такого мышления на основе гипотез сделаны многие научные открытия. Обладательницы данного типа направляют свое мышление на нахождение всевозможных закономерностей, оперируя понятиями (руководитель, политик, научный работник, юридический работник, общественный деятель, программист, аналитик, экономист, математик, журналист, переводчик, преподаватель). Для такой женщины большое значение имеет аксессуар – очки, папка, ручка и пр., также обувь, либо все перечисленное. Поскольку данный мыслительный процесс наиболее близок к стандартному пониманию «мужского мышления», такая женщина выглядит деловито, серьезно, респектабельно. При этом аксессуары обязательно являются полезными, не выделяют и не дополняют образ, как в предыдущих характеристиках, поскольку выбираются из принципа целесообразности. В доме такой женщины обязательно присутствует структура, все находится на своем месте, она придерживается порядка и следует индивидуальным правилам. При покупке, женщина с таким типом мыслительной деятельности, выбирает предметы тщательно или же наоборот, тратит небольшое количество времени, изучая варианты, поскольку понимает и знает, что именно ей необходимо.

Следует отметить, что любой человек в процессе онтогенеза развивается самостоятельно, таким образом, существуют лишь стандартные характеристики мыслительного процесса, однако, как уже отмечалось выше, чаще всего встречаются сочетание типов мышления, зависящих от поставленной задачи и проблемы. На данном этапе мы рассмотрели лишь некоторую взаимосвязь разных видов женского типа мышления и стилевых решений, но отметим, что каждая женщина имеет обособленный индивидуальный фон, который может варьироваться в

зависимости от психических и физиологических процессов в конкретный период времени выбора того или иного предмета.

Список использованных источников:

1. Богданов И.В. Основы общей психологии. Психология мышления. -М.: Современный гуманитарный университет, 2009.

2. Дубровина И. В. Психология: Учебник для студ. сред. пед. учеб, заведений / И.В.Дубровина, Е.Е.Данилова, А.М.Прихожан; Под ред. И.В.Дубровиной. - М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 464 с. С. 186-188.

©Маржин А.Г., Антоненко И.В., 2017

УДК 007.2

К ВОПРОСУ О ПРОЯСНЕНИИ КЛАССИФИКАЦИОННЫХ ОСНОВАНИЙ И СУЩНОСТИ ПОНЯТИЙ ВНУТРИЛИЧНОСТНЫЙ И ИНТРАИНДИВИДНЫЙ КОНФЛИКТЫ

Мельников И.А., Калинин И.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Несмотря на то, что проблема конфликта в системе «Я» – собственное «Я» является темой достаточно часто затрагиваемой в различных научных публикациях [1, 2], она до сих пор не потеряла своей актуальности и сохраняет в своих рамках значительное количество белых пятен, которые еще ждут своих исследователей. При этом, обозначая конфликты внутреннего плана субъекта как «интраиндивидные», мы сознательно уходим от более распространенного в российской науке понятия «внутриличностный конфликт», полагая, что последнее не вполне точно отражает сущность обсуждаемого феномена, не столько его, проясняя, сколько дополнительно, запутывая [4]. Дело в том, что понятие «личность», столь часто используемое в рамках психологической науки в советский период ее существования, до сих пор несет в себе целый спектр проблем, в отношении которых и в настоящий момент нет удовлетворяющих нас ответов. Поскольку объем данной статьи не позволяет нам в полной мере углубиться в детальное обсуждение всех поднимаемых здесь вопросов, просто перечислим их, не вдаваясь в более подробный анализ, который постараемся осуществить в одной из ближайших публикаций.

С какого момента возрастного развития можно считать, что в человеке уже в явном виде присутствует личностное начало и когда можно говорить о нем как о личности (зачастую, данный вопрос выглядит так: Личностью рождаются, или становятся)?

Личность человека заканчивается со смертью человека, или же это может произойти до его смерти?

А может быть именно только после смерти человека мы можем по-настоящему говорить о нем, как о личности?

Любого человека можно назвать личностью или же нет?

Можно ли называть личностью человека, который грубо нарушает нормы человеческого общежития (Например, бьет беременную женщину ногой в живот)?

Можно ли назвать личностью человека с глубокими расстройствами психики (например, стадия «идиотии»)?

Можно ли говорить о «личности» человека в первобытном обществе или же для его характеристики более адекватным будет какое-то другое наименование?

Каковы критерии, лежащие в основе дифференциации понятий: субъект, личность, индивидуальность, персона, Я, самость, эго и т.д.?

Какое из указанных понятий выступает систематизирующим для всех остальных или же эти понятия имеют равнопорядковый статус?

Указанный спектр вопросов отнюдь не случаен. Дело в том, что в зависимости от ответов на данные вопросы каждый раз содержательное наполнение понятия «внутриличностный конфликт» должно изменяться. (Как тут не вспомнить восточную пословицу, которую часто любил повторять классик отечественной науки Л.С. Выготский: «Кто берет чужой платок, берет и чужой запах» [3, с. 329]).

Действительно, если признать, что личность начинается не с самого рождения индивида как биологического существа (вид рода Люди (Homo) из семейства гоминид в отряде приматов), а с какого-то момента его развития, то, как минимум, и говорить о конфликте на этом этапе (до появления моментов «личности») как «внутриличностном», не приходится.

Аналогичным образом понятие «внутриличностный конфликт» должно подвергаться уточнению, после ответа на любой из поставленных выше вопросов.

Кроме того, наделение того ли иного конфликта во внутреннем пространстве человека статусом «внутриличностный» предполагает его четкое отделение от конфликтов иного рода, которым может быть приписан статус «внутри-субъектного», «внутри-персонального», «внутри-индивидуального» и т.д. Другими словами, называя тот или иной конфликт

«внутриличностным», мы должны доказать, что он протекает именно на данном уровне индивида, а не на каком-то другом (внутри-субъектном, внутри-персональном, внутри-индивидуальном). При этом должны быть решены дополнительные вопросы:

Как следует называть конфликты, сталкивающиеся элементы в котором принадлежат разным пластам психической организации человека (скажем, один располагается на личностном уровне, а другой на субъектном, конечно же, если таковые уровни будут четко определены: «внутри-личностными», «внутри-субъектными», или же «личностно-субъектными»)? Ведь, если названные уровни будут выделены, тогда придется говорить о конфликтах одноуровнего (горизонтального) и межуровнего (вертикального) типов.

Подводя краткий итог сказанному выше, следует заключить, что современное состояние и развитие отечественной науки не достигло такого уровня разработки затронутых в данной статье вопросов, который позволил бы дать однозначные ответы. В связи с этим, отмечая сложившуюся на данный момент практику обозначения конфликтов, происходящих во внутреннем пространстве человека термином «внутриличностный», все же считаем более подходящим для данного случая термин «интраиндивидный конфликт», который, на наш взгляд, более корректно схватывает сущность изучаемого явления, позволяя избежать трудности теоретико-методологического порядка.

Список использованных источников:

1. Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Конфликтология. М.: Юнити, 1999.

2. Баркер, Р. Фрустрация. Конфликт. Защита. [Текст] / Р. Баркер // Вопросы психологии. - 1991 - №6. –С. 34-38

3. Выготский Л.С. Исторический смысл психологического кризиса // Собр. Соч. в 6 т. Т. 1. М.: Педагогика, 1982.

4. Калинин И.В. Психология внутреннего конфликта человека. - Ульяновск: ИПК ПРО. 2003.

©Мельников И.А., Калинин И.В., 2017

УДК 159.942.5

СТРАХ КАК ДЕТЕРМИНАНТА СОЦИАЛЬНОЙ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Михеева В.О., Артемцева Н.Г.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2017-0004

Изучение психологии страха играет огромную роль в жизни человека, ведь страх – это одна из основных и ведущих эмоций человека. Эта эмоция детерминирует многие поступки, состояния, а также поведение человека. Обычно, исследованием страха занимается клиническая психология, учитывая, что в современном мире важным компонентом человеческой жизни является социализация, мы будем рассматривать страх в рамках социальной психологии.

Еще З.Фрейд отмечал: «Страх – это свойственная всем организмам реакция……Страх возникает как реакция на положение, составляющее опасность, он (страх) регулярно воспроизводится, когда снова создается такое состояние» [3, с. 236]. С этим определением невозможно не согласиться, ведь действительно, такая эмоция присуща абсолютно всем существам, мы сталкиваемся с ней ежедневно.

В.М. Лейбин [3, с. 237] рассматривает страх, как психическое состояние, связанное с переживаниями, направленное на самосохранение.

В. Цыбульский и С. Торлецкий назвали свою книгу «День страха», полагая, что какой-то день каждый из нас вдруг вспоминает, что есть какая-то сильная эмоция, вызванная потерей чего-либо: друга, работы, денег, родителей. Эта эмоция – страх остаться без чего-то важного – иногда перерастает в фобию, мешающую жить. Они рассматривают страх в судьбе человека в его развитии: появление в раннем детстве (детские страхи), в юности, в зрелом возрасте и даже в старости [5].

В своей книге «Приручение страха», В.Л. Леви дает следующее определение: «Страх – ум незнания. То существо Гомо Сапиенс, которым, по идее, призван стать каждый рождающийся, должно, как лапу на руку, как детский крик на членораздельную речь, заменять страх на ум. Страх, как и ярость, – наследие нашей природы: древнейший защитный ответ всех живых существ на опасность или на ее возможность. Реакция непроизвольная, сродни судороге» [4, с. 14]. На наш взгляд, это определение отражает в наибольшей степени все стороны страха. В.Л.

Леви описывает различные виды страха и способы совладания с ними, а также всевозможные аспекты страха, актуальные для нашего общества: социофобии и зависимостные страхи.

В.Л. Леви описывает страх, как часть жизни человека, это важнейшая составляющая, без которой невозможно жить, это нечто то, с чем нужно найти язык, нужно приручить его. Впоследствии, можно будет управлять этой эмоцией, можно увеличивать и уменьшать пределы страха. Благодаря этому, человек найдет нужный ему баланс, ведь приручив страх, каждый сможет приобрести навык управления страхами. В итоге человек сможет извлекать выгоду из своих страхов (если это можно так назвать), а также относиться к страху, как к обычному явлению, и рассматривать его с положительной стороны [4].

Необходимо понимать, что наши страхи живут внутри нас, а не вне нас. Угроза нормальная – страх нормальный. Страх болезненный, мешающий жить, приносящий массу страданий и, в результате, превращающийся в фобию, наступает тогда, когда человек боится чего-то реально существующего, но не представляющего опасности, либо если вероятность пострадать от этого «чего-то» столь мала, что человек в норме даже не замечает его.

Человек не просто проживает какие-то ситуации, но и интерпретирует их, как-то относится к этим ситуациям, эмоционально переживает их и придает им особое значение в своей жизни. При этом влияние его субъективных представлений зачастую оказывается сильнее объективных факторов. Человек воспринимает свою ситуацию как болезненное состояние в настоящий момент времени, которое в значительной мере является результатом адаптации к существующей проблеме. Иногда страх возникает ненадолго как реакция на травмирующую ситуацию. К ситуационному типу можно отнести кратковременную, внезапно возникшую ситуацию страха. Например, когда мы садимся в троллейбус, некоторым из нас может оказаться важным состояние, привычки, зависимости водителя. И если мы в этой ситуации становимся слишком поглощены мыслями об этих характеристиках водителя – мы начинаем бояться (т.е. появляется страх) и актуализируем нашу созависимость. Попадая в ситуацию межличностного взаимодействия с зависимым от чего-либо человеком, мы можем воспринимать ее как критическую жизненную ситуацию (эмоционально переживаемые жизненные обстоятельства, которые в нашем восприятии представляют сложную психологическую проблему, трудность, требующую своего разрешения или преодоления). Появляются страхи, постоянно присутствующие в межличностных отношениях со значимыми

другими. Они и подпитывают такое сложное состояние как созависимость. Существует большое количество людей, чья жизнь подчинена поведению, пристрастиям и желаниям другого человека. И все бы хорошо, если бы они не чувствовали себя несчастными. Поясним на примере. Ни для кого не секрет, как много у нас в стране людей, страдающих алкоголизмом. Члены их семей и друзья смутно осознают, что эти пьяницы – ненормальные люди, но все ждут с надеждой того дня, когда страждущий проснется и проявит свою силу воли. И в результате сами оказываются втянутыми в зависимость от поведения больного, по сути, человека. Их жизнь, их ценности, их потребности и интересы становятся направленными только на то, как бы исправить близкого человека, как контролировать его поведение. Они страдают и мучаются от таких взаимоотношений, но ничего не могут изменить. Такая трагическая ситуация всегда наступает задолго до того, как они осознают это. Таким образом, алкоголизм в семье помогает возникновению определенной зависимости даже не от другого человека, а от его (другого человека) зависимости от алкоголя. Такая вот опосредованная зависимость и была названа когда-то «Co-dependence» (созависимость) [1].

Многие поступки созависимых мотивированы страхом, который является основой развития любой зависимости. Страх столкновения с реальностью, страх быть брошенной, страх, что случится самое худшее, страх потери контроля над жизнью и т.д. Мир, в котором живут созависимые, давит на них, неясен им, полон тревожных предчувствий, ожиданий плохого. В таких обстоятельствах созависимые становятся все более ригидными и усиливают свой контроль. Они отчаянно пытаются сохранить иллюзию построенного ими мира [2].

Рассмотрим, например, страх общения. По нашему мнению, он носит негативный характер, ведь создается барьер к социальной адаптации в социуме, человек начинает замыкаться в себе, что в итоге может привести к одиночеству. Вместе с тем, при возникновении опасного положения, начинается осмысление возможных последствий. Благодаря наличию страха, человек ищет пути к решению, которые в наибольшей степени помогут избежать этих последствий.

Мы живем в веке высоких технологий, человечество не стоит на месте, прогресс происходит моментально. В связи с этим возникает новое, огромное количество страхов. В наше время наиболее распространенной фобией скорее будет являться страх потерять мобильный телефон, чем страх высоты, иначе ты потеряешь связь с социальным миром; страх потерять популярность, а не страх глубины. По мнению специалистов, для

каждого третьего клиента психологических центров помощи в России актуальным является борьба со страхом.

Таким образом, проблеме исследования страха следует выделить особое внимание, т.к. если научиться страх «приручать», то можно грамотно им распоряжаться, и тогда в нашей жизни пропадет множество барьеров, мешающих достижению жизненных и важных целей.

Список использованных источников:

1. Артемцева Н.Г. Феномен созависимости: общее, типологическое, индивидуальное. Монография. – М.: ИПРАН, 2017.

2. Зайцев С.Н. Созависимость – умение любить: Пособие для родных и близких наркомана, алкоголика. Н. Новгород, 2004.

3. Зелинский С. А. “Манипулирование личностью и массами” СПб.: Скифия, 2008.

4. Леви В. Л. “Приручение страха” 2010.

5. Цыбульский В.Е., Торлецкий С.А. День страха. – М.: «КСП+», 2003.

©Михеева В.О., Артемцева Н.Г., 2017

УДК 159.9

ПОНЯТИЕ И ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫХ КАЧЕСТВ (ПВК) ЛИЧНОСТИ В ПСИХОЛОГИИ

Москалев С.В., Антоненко И.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В психологической теории деятельности, как в ведущей методологической базе исследования психики в отечественной науке, условно можно выделить два направления: теорию деятельности и теорию субъекта деятельности. Если первая представляет собой изучение проблем психологического строения, механизмов и закономерностей деятельности как таковой, то вторая взаимосвязана, прежде всего, с изучением субъективных детерминант деятельности, то есть факторов, лежащих в основе эффективной реализации деятельности, связанных с особенностями ее субъекта. К их числу можно отнести мотивацию, направленность, степень подготовленности субъекта (профессиональная компетентность) и др. Однако, главенствующими среди них, выполняющими ведущую роль в психической организации деятельности, являются те личностные качества, которые необходимы и достаточны для нормативной реализации того или

иного вида деятельности. В психологической теории деятельности они обозначаются таким понятием, как «профессионально важные качества» (ПВК).

Данное понятие было сформулировано в психологии в начале XX в. Вопросу профессионально важных качеств личности в отечественной науке посвящено множество психологических исследований (Каганов А.Б., Деркач А.А., Шадриков В.Д., Кузьмина Н.В., Сластенин В.А., Гоноболин Ф.Н., Калитеевская Е.Р., Толочек В.А., Климов Е.А. и др.) [1, с. 154]. Изначально формирование профессионально важных качеств личности рассматривалось в рамках взаимосвязи личностных и профессиональных характеристик человека. Под ПВК понимался некий комплекс, состоящий из наиболее важных и задействованных в рассматриваемом виде деятельности психических функций и способностей определенного уровня, формирующих образ успешного профессионала. Однако, с началом изучения личностного развития, самоактуализация и самореализации личности вопрос ПВК стал более важным в связи с необходимостью оптимизации профессиональной подготовки и определения условий достижения эффективности в профессиональной деятельности [1, с. 223].

С точки зрения Калитеевской Е.Р. профессионально важные качества личности понимаются как потенциальные или актуальные способности к тому или иному виду деятельности. Следствием их ослабления являются стойкие ошибочные действия в процессе профессионального обучения и дальнейшее снижение эффективности профессиональной деятельности [7, с. 121].

Согласно Григорьевой М.В. профессионально важные качества являются отдельными динамическими чертами личности, отдельными психическими и психомоторными свойствами, а также физическими качествами, соответствующими требованиям к человеку какой-либо профессии и способствующими успешному овладению ей [7, с. 145]. Важно отметить, что ПВК являются предпосылкой профессиональной деятельности, и имеют способность самосовершенствоваться в ее процессе, являясь некими новообразованиями, то есть личность в ходе трудовой деятельности изменяется.

Таким образом, можно сказать, что профессионально важные качества личности представляют собой систему устойчивых личных качеств, определяющих возможность успешного выполнения того или иного вида профессиональной деятельности.

В рамках профессиографии профессионально важные качества понимаются как компоненты профессиональной пригодности, то есть как качества необходимые человеку для эффективного решения

профессиональных задач. В силу сложности таких социально-психологических феноменов как «труд» и «профессия» к профессионально важным качествам традиционно относят как природные задатки, так и профессиональные знания, приобретаемые личностью в процессе профессиональной подготовки.

Толочек В.А. говорит о том, что к ПВК относятся также личностные особенности (к примеру, мотивация, направленность, смысловая сфера и др.), психофизиологические особенности (темперамент, особенности высшей нервной деятельности), особенности психических процессов, а также анатомо-морфологические характеристики человека [9, с. 64].

Множество исследователей считает, что ПВК представляют собой комплекс психофизиологических и психологических образований, которые в процессе той или иной профессиональной деятельности формируются в специальные способности по механизму функциональных систем.

В традициях психологии труда под ПВК понимаются способности личности к профессиональной деятельности в широком смысле слова. В современной психологии способности понимаются как свойство психологической функциональной системы, позволяющее достигнуть цели деятельности. Главными критериями способностей, которые отличают их от других психологических образований, являются успешность деятельности, скорость и легкость в овладении ей.

С точки зрения В.Д. Шадрикова, в роли профессионально важных качеств могут выступать как психические, так и внепсихические свойства субъекта (конституциональные, соматические, нейродинамические и др.). По его мнению, ПВК – это некое связующее звено формирования психологической системы деятельности [9, с. 87].

Каганов А.Б. полагает, что профессионально важные качества, как качества личности, имеют роль обеспечения успешного трудового старта и позволяют достигнуть высоких производственных показателей [8, с. 241].

В исследованиях Деркач А.А. и Кузьминой Н.В., раскрывающих понятия о профессионализме личности, профессионально важные качества определяются как проявление психологических особенностей личности, которые необходимы для усвоения специальных знаний, способностей и навыков, а также с целью достижения социально приемлемой эффективности в профессиональной деятельности. По их мнению, данные качества включают в себя следующий ряд свойств: интеллектуальные (мышление), нравственные (поведение), эмоциональные (чувства), волевые (способность к самоуправлению), организаторские (механизм деятельности) [3, с. 169].

По мнению Кузьминой Н.В. в роли профессионально важных качеств могут выступать отношения личности к труду, к себе, к социуму, психические процессы, а также психические состояния (эмоциональная устойчивость, сосредоточенность, удовлетворенность, готовность к деятельности, устойчивость к монотонии и др.), знания, умения, навыки (умения гностические, конструктивные, проектировочные, коммуникативные, организаторские) [10, с. 189].

Таким образом, можно сказать, что профессионально значимые качества отражают уровень развития способностей, формируются на конкретном уровне знаний, умений, навыков, включают в себя ряд отношений личности, психические процессы и состоянии.

Современные исследования ПВК (Климов Е.А., Шадриков В.Д., Карпов А.В.) реализуются на базе системного подхода. Любой вид деятельности осуществляется на основе системы ПВК, следовательно, каждая деятельность требует определенного комплекса ПВК. Между отдельными элементами системы ПВК формируются функциональные взаимосвязи компенсаторного и содейственного типов. Сама система ПВК выступает как определенный набор субъектных свойств, специфичный для того или иного вида деятельности, и формирующийся в ходе ее освоения. Важно, что не только для деятельности в целом, но и для ее основных элементов также формируются специфические подсистемы ПВК. Отсюда следуют, что собственно процесс деятельности представлен в виде динамической смены целостных подсистем ПВК, которые обеспечивают каждый ее основной этап (действие, задачу, функцию) [11, с. 124].

Карпов А.В. подразделяет профессионально важные качества на 4 основные группы, которые образуют в своей системе структуру профессиональной пригодности:

Относительные ПВК (определяют возможность достижения субъектом высоких количественных и качественных показателей деятельности («ПВК мастерства»);

Мотивационная готовность к реализации той или иной деятельности;

Анти-ПВК (свойства, противоречащие определенному виду профессиональной деятельности);

Абсолютные ПВК (свойства, которые необходимы для выполнения собственно деятельности на нормативно заданном уровне).

Важно отметить, что главенствующей тенденцией развития подсистем профессионально важных качеств личности выступает рост степени интегрированности отдельных качеств [1, с. 243].

Существуют две важные категории профессионально важных качеств личности:

Ведущие ПВК (наибольшая связь с параметрами того или иного вида деятельности);

Базовые ПВК (наибольшее число внутрисистемных связей с другими качествами, являются базой для формирования подсистем ПВК. На их основе происходит объединение и структуризация всех иных качеств субъекта, необходимых для обеспечения деятельности и (или) ее основных действий).

Однако одно и то же ПВК в различных ситуациях может выступать либо как ведущее, либо как базовое, либо, как и то, и другое одновременно. Важно отметить, что в последнем случае значимость профессионально важных качеств личности для обеспечения того или иного вида деятельности является наивысшей [1, с. 298].

Климов Е.А. выделяет в системе профессионально важных качеств несколько структурных элементов:

Гражданские качества (идейный, моральный компонент личности);

Отношение к трудовой деятельности, интересы;

Дееспособность (общая, физическая, умственная);

Специальные способности важные для данного вида профессиональной деятельности;

Навыки, привычки, знания, опыт.

Однако Климов Е.А. говорит также, что любое качество в одном контексте окажется профессионально ценным, а в другом – будет противодействовать успешной работе [6, с. 162].

Марищук В.Л., опираясь на концепцию динамической функциональной структуры личности Платонова К.К., говорит, что профессионально значимые качества включены во все подструктуры личности:

Направленность, отношения и моральные черты личности, формируемые в процессе воспитания;

Выражают уровень накопленных знаний, навыков и умений, приобретенных в личном опыте;

Характеризуют уровень развития психических и психомоторных процессов, связанных с генным потенциалом;

Связаны с биологически обусловленными типологическими особенностями темперамента [9, с. 81].

Данной точки зрения придерживается и В.А. Бодров. Он понимает ПВК как комплекс психологических качеств личности, а также ряд физических, антропометрических, физиологических характеристик личности, определяющих успешность обучения и реальной деятельности [1, с. 239].

На основании рассмотренных выше различных подходов к пониманию профессионально важных качеств личности (ПВК) можно сделать вывод о том, что профессионально важные качества (ПВК) в общем виде определяются комплексом отдельных динамических черт личности, психических и психомоторных свойств, а также физических качеств, которые соответствуют требованиям к человеку какой-либо определенной профессии и способствуют успешному овладению этой профессией. Также профессионально важные качества имеют включенность во все подструктуры личности и играют ведущую роль в психической организации профессиональной деятельности.

Список использованных источников:

1. «Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики. Выпуск 5» / Ю.В. Бессонова [и др.] – М.: Институт психологии РАН, 2013.

2. Андреева Г.М. Социальная психология. - М.: Аспект-Пресс, 2016.

3. Деркач А.А., Зазыкин В.Г. Профессионализм деятельности в особых условиях. -М.: РАГС, 1998.

4. Ефремов Е.Г. Основы психологии труда и профессиональной психологии. - Омск: Омский государственный университет, 2010.

5. Иванова Е.М. Основы психологического изучения профессиональной деятельности. -М.: МГУ, 1987.

6. Климов Е.А. «Психология профессионального самоопределения». – М.: Академия, 2004. – 304 с.

7. Манухина С.Ю. Психология труда. – М.: Евразийский открытый институт, 2011.

8. Пономаренко В.А. Профессия - психолог труда. – М.: Институт психологии РАН, 2007.

9. Прусова Н.В. Психология труда. – Саратов: Научная книга, 2012.

10. Харитонова Е.В. Психология социально-профессиональной востребованности личности. – М.: Институт психологии РАН, 2014. Шадриков В.Д. Способности человека. - М.: «Ин-т практич. психологии»; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1997.

©Москалев С.В., Антоненко И.В., 2017

УДК 159.9: 316.6

АДАПТИВНОСТЬ И АДАПТАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

Никитина К.В., Калинина Н.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современных условиях изучение адаптивности и адаптационных ресурсов имеет особую актуальность, обусловленную постоянными изменениями, происходящими на всех уровнях жизни человека. С учетом комплексности и сложности развития современных социально-экономических и политических систем, остро поставлен вопрос непрерывной адаптации индивида. Одной из важнейших сфер адаптации человека является его эффективное функционирование в трудовой сфере. Современный специалист должен быть готов к постоянным изменениям трудовых функций, разнообразию возникающих задач, динамичным условиям труда. Ему необходимо быстро и эффективно адаптироваться к постоянно меняющимся условиям труда. Недостаточный уровень развития адаптационных ресурсов приводит к возникновению проблем, связанных с привыканием к новому коллективу и условиям труда, что снижает работоспособность самого индивида и уровень эффективности деятельности организации, в которую он попадает при трудоустройстве. Для обеспечения успешного протекания и повышения эффективности процесса адаптации необходимо изучение факторов, определяющих адаптацию современных специалистов, выделение и анализ сущности их личностных адаптационных ресурсов, разработка и применение психологических методов их развития.

Проведенный нами анализ научных исследований позволил определить основания для выделения и анализа адаптационных ресурсов современных специалистов.

В наиболее принятом толковании адаптация представляет собой процесс приспособления системы к условиям внешней и внутренней среды [2]. Существуют различные виды адаптации в зависимости от внешних условий и уровней осуществления взаимодействия человека с миром. Различают физиологическую, биологическую, психологическую и социальную адаптацию [8].

С учетом множества разнообразных факторов, оказывающих своё воздействие и влияние на человека, люди могут быть разделены на три типа, исходя из их адаптационных возможностей:

1. Люди, процесс адаптации у которых проходит с минимальными переходящими отклонениями в состоянии здоровья, безболезненно;

2. Люди, для которых процесс биологической и психофизиологической адаптации имеет выраженные болезненные проявления;

3. Промежуточный тип: люди, процесс адаптации которых сопровождаются нарушениями здоровья средней тяжести.

В качестве индикаторов уровня адаптированности личности выступают следующие характеристики и степень их выраженности у конкретного индивида:

адаптированность в «внеличностной» сфере социально экономической активности, направленной на приобретение знаний, умений и навыков;

адаптированность в сфере личных отношений, основной целью которой является установление интимных, эмоционально насыщенных связей с другими людьми [3, с. 56].

Существуют социально-экономические и физиологические способы управления адаптацией. Под социально-экономическими понимают все действия, совершаемые с целью улучшения условий быта, питания, создания безопасной социальной среды. Под физиологическими – способы управления адаптацией, направленные на формирование неспецифической сопротивляемости организма различным факторам.

А.А. Налчаджян отмечает, что разные люди, попадая в одинаковые условия, в аналогичные проблемные ситуации, адаптируются по-разному и с различной степенью успешности [6]. Эти факты являются свидетельством существования способности к адаптации, или адаптивности, и наличия существенных индивидуальных различий в зависимости от уровня обладания этой способностью. В связи с этим автор вводит понятие «адаптационные ресурсы» [6]. Данный термин тесно связан с понятием «адаптационный потенциал», введенным Гансом Селье, и постулирующем о существовании двух видов адаптационного потенциала или «энергии». Первая – «поверхностная» энергия расходуется под воздействием среды и дополняется из резервов второй – «глубокой» энергии. Но при этом «глубокая» энергия не является восполняемым ресурсом. Когда адаптивный потенциал заметно уменьшается, возникают «болезни адаптации», старость и смерть.

Адаптационный потенциал следует рассматривать как «уровень приспособления латентных и явных возможностей группы или личности к новым или меняющимся условиям социального взаимодействия» [2, с. 83]. Адаптационный потенциал выступает в качестве системного свойства

личности, от которого зависят границы ее адаптационных возможностей и характер протекания адаптации личности в ответ на изменяющиеся условия во внешней среде. Адаптационные способности могут обеспечить нормальную работоспособность и высокую эффективность деятельности при воздействии психогенных факторов внешней среды. Чем выше уровень развития адаптационных способностей, тем выше вероятность успешной адаптации человека и тем значительнее диапазон факторов внешней среды, к которым он может приспособиться.

По мнению А.Г. Маклакова, психологические особенности человека составляют его личностный адаптационный потенциал, состоящий из следующих характеристик [5]:

1. Нервно-психическая устойчивость, уровень развития которой обеспечивает толерантность к стрессу;
2. Самооценка личности, которая является ядром саморегуляции и определяет степень адекватности восприятия условий деятельности и своих возможностей;
3. Ощущение социальной поддержки, обусловливающее чувство собственной значимости для окружающих;
4. Уровень конфликтности личности, опыт социального общения

С.Т. Посохова под адаптационным потенциалом понимает и интегральное образование, объединяющее в сложную систему социально-психологические, психические, биологические свойства и качества, актуализируемые личностью для создания и реализации новых программ поведения в измененных условиях жизнедеятельности. Биопластический, биографический, психический и личностно-регуляторный компоненты составляют личностный адаптационный потенциал [7].

Рассматривается личностный адаптационный потенциал и как системное свойство, как способность личности к структурным и уровневым изменениям (под влиянием адаптогенных факторов) качеств и свойств, что повышает ее организованность и устойчивость [4].

Адаптационный потенциал личности рассматривается и как интегрирующая характеристика психического здоровья. Психическая адаптивность оценивается при этом в качестве интегрального свойства личности как целостной системы и рассматривается как совокупность внутренних факторов, определяющих эффективность адаптационных изменений. Основная роль адаптивности – обеспечивать способность личности противостоять срывам психической адаптации, что во многом зависит от конституциональных, врожденных и приобретенных факторов, определяющих структуру личности, и находится в тесной взаимосвязи с периодизацией развития личности. Психическая адаптивность здесь

определяется рядом составляющих – общий уровень психического развития, личностные особенности и система отношений, характер и содержание психологических проблем, позиция личности по отношению к ним [1, с. 81].

Понятие «адаптационный потенциал» рассматривается так же в качестве синонимичного понятию «адаптивность» и привлекается для обозначения свойства, выражающего возможности личности к психической адаптации [2, с. 37].

Таким образом, анализ представлений об адаптационном потенциале, даёт возможность выделять три уровня понятия «адаптационный потенциал»: индивидный, субъектно-деятельностный и личностный.

Индивидный уровень составляют следующие компоненты:

1. Энергетический (психофизиологические характеристики, обуславливающие энергетический и динамический диапазоны реагирования);

2. Когнитивный (уровень развития познавательных процессов, когнитивная гибкость).

Субъектно-деятельностный уровень представлен такими компонентами как:

1. Инструментальный (способности, навыки и умения);

2. Творческий (творческие способности, способность к творческому разрешению возникающих адаптационных задач).

Составляющими личностного уровня адаптационного потенциала являются:

1. Мотивационный (иерархия мотивационной сферы, любознательность, интересы и склонности, напряженность мотивации);

2. Коммуникативный (коммуникативные особенности личности, система отношений) компонент.

Адаптационный потенциал личности является базовой составляющей личностных адаптационных ресурсов. Кроме личностных ресурсов для адаптации, на наш взгляд, важное значение имеют и социальные ресурсы – социальная поддержка индивида со стороны ближайшего окружения и умение ее принимать со стороны самой личности. На сегодняшний, день, несмотря на их значительную роль в адаптации специалиста, они исследованы в значительно меньшей степени, что открывает новые научные горизонты.

Таким образом, адаптивность индивида определяется наличием у него особых личностных особенностей и характеристик, от которых зависит эффективность решения трудных и проблемных ситуаций и

качество взаимодействия личности со средой. Адаптивность реализуется за счёт адаптационных ресурсов и адаптационного потенциала личности. Адаптационные ресурсы традиционно рассматриваются в контексте черт личности и эффективного поведения и включают в себя личностные диспозиции, установки, черты характера, а также навыки взаимодействия со средой и стратегии поведения.

Наиболее общими особенностями, обеспечивающими процесс адаптации, исходя из обобщения выделенных различными исследователями адаптивных качеств, можно назвать социабельность, открытость новому опыту, способность к эмпатии, гибкость мышления и поведения. Важное значение имеет умение аккумулировать социальные ресурсы для адаптации, принимать социальную поддержку. Мы в своем исследовании ставим задачу изучить наиболее значимые адаптационные ресурсы, используемые современными специалистами для эффективной адаптации к выполнению трудовых функций в быстро меняющихся условиях.

Список использованных источников:

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учеб. для ВУЗов. -М., 2001.
2. Березин Ф.Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека. -Л., 1988.
3. Григорьева М.В. Школьная адаптация: механизмы и факторы в разных условиях обучения. Саратов, 2008.
4. Крайг Г. Психология развития. -СПб., 2000.
5. Маклаков А.Г. Личностный адаптационный потенциал: его мобилизация и прогнозирование в экстремальных условиях // Психологический журнал. - Т. 22.- 2001. - № 1.
6. Налчаджян А. А.. Психологическая адаптация: механизмы и стратегии. -М.: Эксмо, 2010.
7. Посохова С.Т. Психология адаптирующейся личности: монография. -СПб., 2001.
8. Реан А.А. Психология адаптации личности. Анализ. Теория. Практика. -СПб., 2006.

©Никитина К.В., Калинина Н.В., 2017

УДК 159.9

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО УПРАВЛЕНИЯ МАССАМИ

Панченко А.В., Круглякова Е.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Актуальность изучения телевидения как средства управления массами связана с тем, что существует тенденция к манипуляции сознанием телезрителя. Высокие темпы развития технологий позволяют определенному классу людей транслировать свои мысли и идеологию через телевидение. Следовательно, одной из главных проблем является манипуляция людьми. А самый легкий инструмент для этого – телевидение.

Проблема управления массами, сознанием народа и их мнением привлекала и продолжает привлекать внимание многих исследователей. В качестве теоретической базы, были использованы статьи О.В. Барсукова, А.С. Рожко, И.Н. Горбань, И.В. Секарева, С.С. Тараненко.

Определяя внутренние факторы, способствующие направлению мыслей и идей посредством телевидения, мы ставим акценты на возможности манипуляций и средствах управления, которые становятся необходимыми. Условием насаждения своих концепций политического и общественного строя, в том числе образа жизни, вероисповедания, идеологии, политических взглядов, национальных идей и т.д., и т.п., является возможность охватить как можно большее количество людей. «Развитие современной России показывает, что СМИ на сегодняшний день обладают всеми техническими и идеологическими возможностями, чтобы служить различным политическим целям. Этими целями может быть просветительство, развитие в людях чувства собственного достоинства, стремления к свободе и социальной справедливости, способствование их участию в политике, духовное обогащение личности. Но с помощью телевидения можно и духовно порабощать, дезинформировать и запугивать личность, разжигать массовую ненависть, сеять недоверие и страх, вызывать безразличие и депрессию» [1, с. 19].

Терминология. Телевидение – технология электросвязи, предназначенная для передачи на расстояние движущегося изображения. В большинстве случаев одновременно с изображением передаётся звуковое сопровождение. В обиходе термин используется также для обобщённого обозначения организаций, занимающихся производством и распространением телевизионных программ. Со второй половины XX века

телевидение стало наиболее влиятельным средством массовой информации, пригодным для развлечения, образования, передачи новостей и рекламы.

Манипуляция – тип социального, психологического воздействия, социально-психологический феномен, представляющий собой стремление изменить восприятие или поведение других людей при помощи скрытой, обманной и насильственной тактики. Поскольку, как правило, такие методы продвигают интересы манипулятора, часто за счёт других людей, они могут считаться эксплуатационными, насильственными, нечестными и неэтичными.

Взгляды – знания о каком-либо явлении, предмете, мире в целом в единстве с выраженным отношением личности к этим явлениям, предметам и т.д.

Управление – это процесс прогнозирования, планирования, организации, мотивации, координации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации.

Массы – трудящиеся массы общества, а также классы и социальные группы людей, которые способны решать в данную эпоху в определенной стране прогрессивные исторические задачи, имеют общность всех или некоторых интересов.

Анализ.

Имея доступ к СМИ, человеку открывается возможность нести информацию. Взаимодействуя с телевидением, правящие классы имеют возможность управлять и направлять образ мышления. Основываясь на статье А.С. Рожко, которая утверждала, что «Манипулятивное воздействие направлено на все функции личностного сознания – мышление, чувство, воображение, внимание, память. Мышление подвергается «искусственной шизофрении». Шизофрения (от греческих слов «шизо» – расщепляю и «френ» – рассудок) – это расщепление сознания, когда утрачивается связанность мышления, способность критически сопоставлять поступающие сообщения и делать логические выводы» [2, с. 102]. Мы можем сделать вывод, что любая информация, которая дана СМИ, воздействует на человека намного сильнее, нежели та же информация, но сказанная посредством диалога. На основе этого, мы можем предположить, что информация, переданная через СМИ, воспринимается человеком как знание, которое не нуждается в критической оценке. Знание, полученное таким образом, может стать личным мнением, однако это мнение будет навязано, т.к. информация данного знания воздействовала на функции сознания.

Если рассматривать статью О.В. Барсуковой, в которой говорится, что «Манипулируя зрителем, электронные медиа не только не способствуют развитию способности анализировать и критически осмысливать увиденное, но и порождают определенную целевую аудиторию – легко внушаемую, безликую, примитивную» [1, с. 13]. Можно сказать, что это утверждение повествует о народных массах, не способных подвергать сомнению полученную информацию. Благодаря такому средству, предоставляется возможность достигнуть личных целей, пренебрегая общественными нуждами.

Манипулирование общественным мнением и сознанием, проявляется практически во всех сферах нашей жизни. Однако оно все-таки различается по целям, способам и характеру воздействия. И.В. Секарева пишет, что «Они могут в себя включать стереотипизацию, пропаганду, информационные войны, формирование общественного мнения, отбор и фабрикацию информационных сообщений, мифологизацию событий и т.п.» [3, с. 242]. Это говорит нам о том, что любой материал, полученный от СМИ, является ничем иным, как способом взаимодействия с нашим восприятием мира и общества.

Зная интересы масс, телевидение создает реальность в соответствии с этой заинтересованностью, сознательно ими манипулируя. Телевидение создает ложь. Заостряя внимание на определенных людях, фактах или проблемах окружающего мира, воспроизводится видимость значимости и актуальности этой информации. Так появляется ложная информация, которая обеспечивает создание необходимого образа или картины мира. «Такая система способствует изменению поведенческих и мотивационных стратегий объектов манипуляции, добиваясь заранее запланированного результата. Такая возможность у него имеется вследствие контроля над информацией. В свою очередь, это дает свободу действий. В этом случае используется целенаправленное преобразование информации» [4, с. 344.].

Обильное количество различных «реалити-шоу» по социальным вопросам формирует у зрителя иллюзию взаимодействия с ними и причастности к решению общественных проблем. У каждого человека могут быть собственные взгляды на политический, социальный, экономический вопрос. Однако формирование общественной точки зрения способствует формированию картины мира и общественной среды.

Телевидение, которое должно быть инструментом отображения действительности, превращается в инструмент создания ложной реальности. «Искажение, утаивание информации, момент подачи информации (показ в наиболее/наименее удобное для телезрителей время), подпороговая подача информации (когда нужно привлечь внимание

телезрителей, может резко поменяться звуковой фон; например, увеличивается громкость во время показа рекламы) – таковы приемы манипулирования массовым сознанием, которые широко используются телевидением» [3, с. 243].

Однако телевидение не всегда является средством манипуляции. Запуская такие программы, как «Здоровье», «Культура», «Спорт» и другие, СМИ преследуют цель донести информацию, которая поможет улучшить жизнь людей в определенных сферах жизни.

Телевидение производит свою продукцию, что допускает возможность появления новой уникальной информации. Телевидение научилось структурировать информацию, систематизировать и укладывать ее в определенное количество времени. Благодаря этому, человек экономит личное время и получает нужную информацию. Благодаря такой передаче данных, люди имеют возможность получить легкий доступ к знаниям, который был бы невозможен без средств телевидения.

Д.А. Жукова аргументирует пользу СМИ, ставя в пример взаимодействие детей и телевидения. «Существуют и положительные стороны детского телепросмотра, а также огромный созидательный потенциал телевидения, способный оказывать помощь в воспитании и формировании личности ребенка. Так, современное ТВ помогает удовлетворять познавательные запросы детей, дает возможность «заглянуть» в разные отрасли научных знаний, что способствует формированию познавательного интереса и благотворно влияет на обучение. Кроме того, телевидение влияет на развитие творческой активности, знакомит с трудом людей, тем самым дает возможность отыскать свое собственное место в жизни» [5, с. 59].

Обобщая вышесказанное, приходим к выводу о наличии двух основных факторов восприятия телевидения как средства управления массами. Негативный фактор заключается в том, что телевидение всё-таки является средством управления. Однако позитивный фактор состоит в том, что оно так же является огромной возможностью в получении труднодоступной информации.

Таким образом, данные результаты позволяют сделать вывод о том, что лишь человек вправе решать, какой стороной СМИ пользоваться, какую информацию получать. А рассмотрение темы «Телевидение как средство управления массами», так и останется важнейшей проблемой, решение которой необходимо для всего общества и каждого человека в отдельности.

Список использованных источников:

1. Барсукова О. В. Телевид. как фактор форм. духовно-нравственн. ценностей личн. Автореф: диссер. на соиск. Уч. Степ. Канд. Филол. наук, 2012 – 13с, 19с.
2. Рожко А.С. Воздействие телевидения на формир. «картины мира» телезр. -Ижевск: УГУ, 2005.
3. Секарева И.В. Рекламные и телевизионные мифы как форма манипуляции сознанием. -М.:Изд-во МГУ, 2011
4. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. -М.: ЧеРо; Изд-во МГУ, 1997.
5. Жукова Д.А. Современный детский журналист как фактор формирования индивидуального и группового сознания детей: проблемы и перспективы развития. -М:Изд-во: ФГКО уч. ПР/О КУМ внут. дел РФ. 2011.

©Панченко А.В., Круглякова Е.А., 2017

УДК 159.9:316.6

ВЛИЯНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ДЕВУШЕК НА ВЫБОР ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТИЛЯ В ОДЕЖДЕ

Парамзина М.В., Арсланьян В.П.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Одежда дает представление о личностных особенностях человека, о его настроении и позиционировании в обществе. Недаром говорят, что «по одежке встречают». Мы часто неосознанно и интуитивно формируем свое впечатление о человеке по его внешнему облику. Но соответствует ли тот образ, который человек «несет» окружающим, его внутреннему миру, отражает ли одежда индивидуальные особенности? Это вопрос интересует не только специалистов – психологов, дизайнеров, имиджмейкеров, но и всех тех, кто хотел бы подобрать «говорящий» образ, который помог бы подчеркнуть собственную индивидуальность, донести до окружающих свой характер.

Можно встретить достаточно много информации о том, как подобрать одежду с учетом тех или иных физических параметров. Вместе с тем, практически нет исследований, указывающих на то, как связаны личностные особенности человека с предпочитаемым стилем в одежде.

Целью нашей работы является выявление таких качеств личности, которые отражаются во внешнем облике человека. В качестве испытуемых выступили девушки в возрасте от 18 до 22 лет.

Гипотеза состояла в том, что экстраверты выбирают более яркие стили, которые позволяют привлекать к себе больше внимания окружающих.

Нами были отобраны 6 стилей одежды: классический, романтический, спортивный, casual, минимализм и бохо. Из большого многообразия стилей мы остановились именно на этих, т.к. на наш взгляд, они наиболее популярны в молодежной среде.

Исследование состояло в следующем. Испытуемые должны были выбрать наиболее предпочитаемый стиль в одежде «на каждый день» и заполнить тест-опросник Г. Айзенка EPI (в адаптации А.Г. Шмелева) на определение темперамента, уровня экстраверсии, интроверсии и нейротизма. На основании сочетания проявления экстраверсии-интроверсии и эмоциональной стабильности-нестабильности можно выделить 4 типа темперамента: сангвиник, холерик, флегматик и меланхолик.

Для определения предпочитаемого стиля в одежде мы просили испытуемых рассмотреть презентации с фотографиями каждого стиля и выбрать сначала тот стиль, который они реально используют в повседневной жизни («реальный стиль»), а затем тот стиль, который им нравится, но по каким-либо причинам они сейчас его не придерживаются («идеальный стиль»).

Каждый из подобранных нами для исследования стилей имеет определенные отличительные особенности.

Так, основными чертами классического стиля являются целостность форм, соответствие объемов пропорциям фигуры, соразмерность деталей друг с другом, лаконичность и ясность линий, строгость фактуры и цвета материала и декора.

Романтический стиль предполагает струящиеся ткани насыщенных или пастельных тонов, подчеркивающие женственность. Также используются мелкие рюши, жабо, кружева. Границы стиля не очерчены, возможны многочисленные варианты.

Для спортивного стиля характерны формы, обеспечивающие активное движение: свободный силуэт и множество карманов. Линии членения стремятся к геометрическим фигурам, обильное украшение укрупненными накладными деталями, фурнитурой и отделочными строчками. Одежда достаточно яркая с минимумом отделок.

Главным для стиля «Casual» является практичность, удобство, простота силуэтов, непринужденность сочетаний, умение составлять неординарный комплект. В таких комплектах могут соединяться элементы классического стиля с неформальными.

Минимализм отличается сдержанностью. Он исключает яркие и насыщенные цвета, многослойность и дополнительный декор. Поклонники этого стиля подбирают вещи, обладающие четкими силуэтами и высоким качеством.

Стиль «бохо» представляет собой комбинирование одежды с этническими мотивами и элементами народной одежды. Для него характерна обувь из мягкой кожи, этнические орнаменты, пояса и корсеты, крупные сумки и очки, многослойные юбки и множество аксессуаров.

Темперамент и характер человека оказывают существенную роль на все сферы жизни, в том числе и на выбор одежды. По наблюдениям, наиболее активное отношение к своей внешности проявляют женщины с холерическим темпераментом. Им важно произвести яркое внешнее впечатление, что выражается в предпочтении необычной, бросающейся в глаза одежды, ярких цветов, которую, как правило, сложно сочетать между собой. Среди предложенных стилей данными характеристиками обладает стиль «бохо» и в некотором виде романтический.

Сангвиники также являются заинтересованными почитателями моды, но разница состоит в том, что они, в отличие от холериков, более внимательно стремятся подобрать одежду в зависимости от типа своей внешности. Понимая черты характера сангвиника, можно заметить, что они выбирают яркую одежду, которая способна выделить их из толпы. К этим характеристикам опять же подходят «бохо» и романтический стили.

Флегматики склонны к стабильности, поэтому, скорее всего, они стремятся придерживаются консервативного подхода в выборе одежды, чтобы не ошибиться и не выглядеть глупо. Им важно практическое удобство и умеренность. Наиболее подходящим этому является классический стиль.

Меланхоликам свойственна сдержанность, застенчивость, робость, что может проявляться во внешнем облике. Чтобы не привлекать лишний раз к себе внимание, они одеваются неброско, используя достаточно простые сочетания вещей. Этому соответствует как классический стиль, так и минимализм.

Полученные нами результаты не позволяют пока провести статистический анализ и сделать однозначные выводы. Но некоторые предварительные результаты оказались весьма интересными.

Так, например, спортивный стиль и casual не были выбраны в качестве «идеального образа», т.е. их носят, но скорее, как вынужденные, в силу каких-то обстоятельств. В то время как романтический стиль выбирался в качестве идеального, но при этом никто его не выбрал в качестве реального.

Кроме этого, у большинства испытуемых «реальный» и «идеальный» стили расходятся, т.е. девушки носят один стиль, а предпочитают другой.

Также можно отметить, что интроверты предпочитают яркие стили, но не носят их из-за страха выглядеть глупо и встретиться с непониманием со стороны окружающих. Среди других причин отказа носить одежду понравившегося стиля называлось неумение красиво сочетать вещи, нежелание тратить на это достаточное количество времени, а также сложность в поиске вещей, подходящих по фигуре.

На данном этапе гипотеза подтвердилась не полностью. В настоящее время исследование продолжается.

Список использованных источников:

1. Блохина И.В. Всемирная история костюма, моды и стиля. – Минск: ХАРВЕСТ, 2015.

2. Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ характера. – М.: Бахрах-М, 2014.

©Парамзина М.В., Арсланьян В.П., 2017

УДК 20.01.04:316.6

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Пашинская В.Г., Мореева Е.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Знание и информация всегда были обязательными компонентами в жизнедеятельности людей. Знания являются средством завоевания свободы человека, средством его освобождения от влияния стихийных объективных сил, раскрепощением личности. Но в условиях информационного общества знание выступает в новом качестве, оно в определенной мере становится самостоятельной силой, центральным фактором технического и социального развития. Знанием, информацией все в большей мере насыщаются все сферы жизнедеятельности современного человека. Более того, знание воздействует на само знание.

Именно поэтому, наше время по праву получила название информационной эпохи.

Социальный аспект информатизации общества заключается, с одной стороны, в социальной детерминации процесса информатизации общества а, с другой, – в воздействии все большего распространения информационной технологи на все сферы общества и способы жизнедеятельности людей.

Скорость информатизации общества, ее содержание, проявление различных составляющих этого процесса, его эффективность, характер и направленность находятся в органической зависимости от социального климата, реальной исторической обстановки, в которых протекает процесс информатизации. При этом преобразования в социальной сфере оказывают гораздо большее воздействие на процесс информатизации общества, чем технико-технологические инновации [2, с. 28].

Информатизация общества, органически сочетает технико-технологические и социальные процессы. Именно она является феноменом, определяющим сущность современной эпохи, которую по праву можно назвать информационной.

Однако информатизация общества происходит в определенной социальной среде и испытывает свою зависимость от этой среды. Скорость информатизации общества, ее содержание, проявление различных составляющих этого процесса, его эффективность находятся в органической зависимости от технического базиса общества, социального климата, существующего в обществе, от социальных условий, реальной обстановки, в которой происходит процесс информатизации.

К благоприятным социальным аспектам информатизации общества можно отнести:

демократизацию политической жизни общества,

обеспечение информационной безопасности общества и государства,

создание эффективной системы обеспечения прав граждан и социальных институтов на свободное получение и распространения информации как важнейшего условия соблюдения прав человека.

К важным социальным (в смысле общественным) условиям успешного развития информатизации относится обеспечение гражданам общества доступа к получению информации, ее использованию, и ее обмену между членами общества. Свободный доступ всех членов общества к информации – характерная черта информационного общества.

Непременным социально-политическим фактором информатизации общества является ее демократизация. Демократизация не только является гарантом открытости всей существующей информации для всех членов

общества, открытости «сверху донизу», но и гарантом защиты, закрытия информации «снизу доверху», предотвращает контроль над личной информацией граждан государственными структурами [1, с. 235].

К социальным составляющим информатизации общества относятся интеллектуализация общества (развитие образования и использование достижений передовых отраслей науки) и дальнейшее совершенствование и развитие культурного потенциала общества. Рост интеллектуального потенциала общества «очеловечивает» технико-технологические составляющие процесса информатизации. Развитие интеллектуальной составляющей информатизации общества предполагает усвоение всего того научного и культурного потенциала, что достается от предшествующего поколения, усвоения новейших достижений науки, техники, подчинение человеческих действий этическим требованиям, идеалам гуманизма, развития свободы и ответственности индивида за свои действия.

Социальный аспект информатизации общества заключается также в том воздействии на общество, его социальную и профессиональную структуру, политическую жизнь, труд и быт, которое оказывает применение и все большее распространение информационной технологии в современном обществе, ускоряя происходящие в нем процессы.

На современный этапе развития общества информационные технологии (ИТ) завоевывают все новые сферы человеческой деятельности, с ними взаимодействуют самые широкие слои населения. Как и во многих других странах, в России отмечается высокая степень готовности к применению ИТ как в профессиональной, так и в повседневной деятельности. Наряду с этим возникает актуальная проблема выявления и оценки возможных психологических последствий информатизации (ППИ).

Выделяют следующие основные зоны ППИ. Непосредственное взаимодействие с ИТ в рамках учебной, трудовой, игровой и других форм деятельности образует центральную зону ППИ. Вплотную к ней примыкают некоторые традиционные формы деятельности, связанные с взаимодействием с ИТ (например, консультирование пользователей с экспертами в области ИТ). К более отдаленным зонам можно отнести те виды человеческой активности, которые не напрямую, а опосредствованным образом связаны с использованием ИТ. В этих зонах даже те, кто никогда не работал с компьютерами, являются косвенными пользователями ИТ и испытывают психологические последствия информатизации. Можно упомянуть посетителей специальных аттракционов (например, связанных с виртуальной реальностью),

получателей компьютерных списков рассылки информации, владельцев кредитных карточек, зрителей анимационных фильмов и т.д.

Существует ряд положительных моментов информатизации:

опасность глобального негативного воздействия ИТ на личность может быть нейтрализована путем психологической экспертизы разрабатываемых проектов внедрения новых ИТ;

огромное значение во всем мире придается проектам, связанным с организацией доступа широких слоев населения к Интернету. Ожидается, что это приведет к позитивным глобальным преобразованиям личности путем качественной трансформации коммуникативной и познавательной деятельности, а также стиля обучения. Работа в Интернете позволяет повысить активность познающего субъекта, индивидуализировать процесс обучения, преодолевать стереотипы традиционного стиля взаимодействия между обучающимся и педагогом, получить доступ к разнообразным источникам информации, знакомиться с различными, в том числе и дискуссионными, точками зрения и т.п.;

развитие навыков осуществления познавательной деятельности посредством Интернета может стимулировать не только развитие познавательных действий в рамках традиционной деятельности, но и личностный рост;

применение ИТ ведет к преобразованию системы взаимоотношений между обучающимися и педагогом. Известно, что стиль обучения оказывает значительное влияние на личностное развитие.

Однако, перечисленные позитивные примеры влияния ИТ на личностное развитие могут сочетаться с нежелательными последствиями. Все большее количество школьников исключают из школы будущего педагогов-людей, заменяя их доброжелательными и полностью подчиненными их воле компьютерами и роботами.

Список использованных источников:

1. Кастельс, Мануэль. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М.: ГУ ВШЭ. - 2012.

2. Мелюхин, Игорь Серафимович. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. - М.: Изд-во МГУ. - 2010.

©Пашинская В.Г., Мореева Е.В., 2017

УДК 159.9: 316.6

МОДНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК РЕСУРС ПРЕОДОЛЕНИЯ ТРУДНЫХ ЖИЗНЕННЫХ СИТУАЦИЙ

Петрова А.И., Калинина Н.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Жизненные ситуации, в которые включен человек, представляют собой совокупность значимых для него событий. Это события, связанные с потребностями, ценностями и представлениями, определяющими поведение и мировоззрение индивида в конкретный период его жизни, социальную адаптацию и, в целом, удовлетворенность жизнью.

Жизненные ситуации можно разделить на две большие группы: устоявшиеся жизненные ситуации (или нормальные), то есть те, столкнувшись с которыми, человек благополучно продолжает жить полноценной жизнью, и его психика остается здоровой и те ситуации, которые называют трудными (или проблемными).

Под трудными ситуациями понимать те, которые возникают при нарушении упорядоченности течения жизни человека. Понятие трудной жизненной ситуации взаимосвязано с отношением человека к происходящим событиям или обстоятельствам как к нарушающим привычный ход жизненного пути и требующим активизации сил. Трудная жизненная ситуация рассматривается в качестве обусловленного внутренними и внешними факторами фрагмента действительности, на субъективном уровне воспринимаемого в качестве психологического затруднения. О такой ситуации можно говорить тогда, когда система отношений личности с ее окружением характеризуется неуравновешенностью, либо несоответствием между стремлениями, ценностями, целями и возможностями их реализации, либо качествами личности [1].

Оказавшись в такой ситуации, человек не может решить проблему с помощью привычных схем поведения. Индивид не в состоянии полноценно функционировать, ему приходится изменять свое поведение и повышать свою социальную активность, чтобы выбрать стратегию, средства и способы деятельности, направленные на достижение желаемого результата.

Необходимость этого выбора создает напряженность в жизни человека, которая выражается в противоречии между несколькими

интересами индивида или интересами его самого и других людей. Стремясь к снижению напряжения, человек ищет способы выхода из трудной жизненной ситуации, ее разрешения.

В психологических исследованиях поведение в трудных жизненных ситуациях изучается в контексте психологических защит, адаптационных механизмов, совладания и преодоления [1, 2, 4]. Обосновано, что конструктивное, то есть эффективное с точки зрения преодоления поведение, базируется на личностных и социальных ресурсах, которые задействует человек в ходе взаимодействия с трудной жизненной ситуацией [5].

Нам представляется, что в рамках указанного подхода, в качестве ресурса преодоления трудных жизненных ситуаций можно рассматривать творческую деятельность.

Творческая деятельность предоставляет условия для выражения эмоций, является процессом, во время которого человек раскрывает свой потенциал, создавая что-то индивидуальное и новое. Занимаясь творчеством, человек дает волю своим идеями и фантазиям, не зажимает себя в рамки, а, значит, чувствует себя свободным [3].

Можно с уверенностью сказать, что сегодня творчество становится неотъемлемой частью обыденной жизни и даже необходимым инструментом в профессиональной деятельности людей. Творчество создает новое в различных планах и масштабах, является материальным и нематериальным, а, значит, отражается на субъективном переживании человека, занятого творческой деятельностью.

Не случайно, зачастую, при столкновении с трудностями, человек апеллирует к занятиям творческой деятельностью, а терапия творчеством, в частности, арт-терапия является одним из самых модных и востребованных направлений психологической помощи личности, находящейся в трудной жизненной ситуации. Оказываясь в непривычной для себя жизненной ситуации, человек чувствует дискомфорт, он не знает, как ему поступить. Находясь в замешательстве, он ищет новые способы решения проблемы. Как раз в этот момент на помощь приходит творчество. Здесь оно выступает не только в роли помощника в поисках нового, креативного решения, но и является простым и эффективным способом отвлечения психики от негативных последствий, вызванных трудной жизненной ситуацией.

В наши дни, в условиях роста общей стрессогенности жизни и увеличения количества эмоционально напряженных, трудных ситуаций в жизни человека, наблюдается повышение интереса людей к занятиям различными видами творческой деятельности. Одним из значимых

факторов социализации личности, особенно молодежи, становится мода [6, 7]. Среди молодых людей становятся модными такие виды деятельности как изготовление предметов и вещей своими руками, занятия музыкой, художественная деятельность, конструирование и т.п. В модные направления творческой деятельности вовлекается значительное количество людей различных возрастов и социальных статусов. Мы выдвинули гипотезу, что занятия модным направлением творческой деятельности могут использоваться людьми как ресурс для преодоления трудных жизненных ситуаций и запланировали изучение особенностей поведения в трудных жизненных ситуациях людей, с различной степенью вовлеченности в модные направления творческой деятельности, которое и будем осуществлять в своем исследовании.

Нас интересует такое направление творческой деятельности, как занятие музыкой. Без сомнения, этот вид творчества на сегодняшний день является модным и популярным. Занимаясь музыкой, в частности, самостоятельно сочиняя композиции, человек косвенно выражает свои переживания. Любую жизненную ситуацию музыкант проживает, играя свою композицию. Но не стоит забывать, что музыка не просто помогает отвлечься от неприятной и болезненной ситуации, она не просто расслабляет психику, также, музыка способна вдохновить. Играя и слушая музыку, человек снимает напряжение, вызванное возникновением трудной жизненной ситуации. Входя в спокойное и комфортное состояние, человеку проще всё обдумать и прийти к верному и нестандартному решению своих проблем.

Исследование творческой деятельности как ресурса преодоления трудных ситуаций имеет значение для практики психологической помощи и может быть использовано для развивающей работы с людьми.

Список использованных источников:

1. Бурлачук Л.Ф., Коржова Е.Ю. Психология жизненных ситуаций – М.: 1998.

2. Грановская Р.М., Никольская И.М. Защита личности: психологические механизмы. –СПб.: Знание, 1999

3. Грановская Р.М., Крижанская Ю.С. Творчество и преодоление стереотипов. - СПб: OMS, 1994.

4. Калинина Н.В. Мода в контексте адаптационных ресурсов личности современной молодежи // Наука. Мысль. – 2017. – № 2 с. 60-64;

5. Калинина Н.В. Социальные и личностные ресурсы преодоления трудных жизненных ситуаций // Симбирский научный вестник. – 2011. - № 1. С. 96-101.

6. Калинина Н.В. Мода в социализации современных подростков: тенденции и риски // Перспективы психологической науки и практики: сборник статей Международной научно- практической конференции. РГУ им. А. Н. Косыгина, 16 июня 2017 г. / под ред. В.С. Белгородского, О.В. Кащеева, И.В. Антоненко, И.Н. Карицкого. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – с. 558-561.

7. Kalinina N.V. Fashion as factor of social adaptation of youth Psychological science and practice: State of the Art. Collected papers / Ed. Kostrigin A.A. Chicago, 2017. P.89-92.

8. Lasarus R.S., Folrman S. Stress, appraisal and coping. – N.-Y., 1984.

©Петрова А.И., Калинина Н.В., 2017

УДК 316.4.051.2

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СИСТЕМ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Пискарева Н.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Управление персоналом является не только и не столько способностью оптимально использовать кадровые ресурсы организации, сколько обширной областью теоретических знаний и практической деятельности, основные цели которой направлены на обеспечение организации высококвалифицированным и готовым к выполнению разного рода трудовых обязанностей персоналом. Поскольку качество персонала напрямую влияет на эффективность его работы, то в эту область включается, в том числе, и работа по адаптации персонала в рабочем коллективе организации как следствие регулярного найма новых сотрудников.

Адаптацию кадров можно рассмотреть в широком и узком смыслах. В широком смысле адаптация персонала представляет собой первичный этап интеграции индивида в систему социально-психологических и трудовых отношений в частности и в профессионально-производственную среду в целом. В узком смысле под адаптацией персонала понимается освоение сотрудниками необходимых в конкретной организации специфики и тонкостей профессии [0].

Основные функции адаптации персонала включают в себя:

освоение условий профессиональной деятельности;

решение адекватных задачам трудовой деятельности повторяющихся действий;

помощь в освоении сотрудником своих непосредственных обязанностей и основных трудовых задач;

установление показателей эффективности в адаптационный период и др.

Адаптация персонала строится на комплексе компонентов, среди которых организационный и внеорганизационный, профессиональный и экономический, социально-психологический и психофизиологический. Поэтому, рассматривая процесс адаптации кадровых ресурсов, можно говорить о системе адаптации персонала организации.

Система адаптации персонала организации строится на ряде критериев, зависящих в свою очередь от воздействующих на качество и скорость адаптации факторов. На базе этих критериев современные социологи выделяют следующие типы адаптации:

адаптационная сфера, выделяющая типы адаптации в новой должности и (или) в новой организации;

адаптационный субъект, выделяющий типы адаптации работы к сотруднику и наоборот;

наличие опыта профессиональной деятельности, выделяющее типы адаптации по ее первичности или вторичности [1].

В случае, когда процесс адаптации персонала организован условно или происходит стихийным образом, то наиболее частым результатом становится увольнение нового сотрудника, что ведет к пустым временным и финансовым затратам со стороны организации. Поскольку целью любой адаптационной программы является организация помощи новому сотруднику в освоении в новых трудовых условиях, то задачей службы персонала становится разработка такой адаптационной программы, чтобы она:

1) давала представление о структуре и корпоративной культуре организации;

2) содержала знания об основных трудовых обязанностях и ожидаемых результатах;

3) соответствовала нуждам сотрудника согласно типу адаптации.

В свою очередь, готовность сотрудника к профессиональной адаптации определяется наличием: развитой адаптивности как качества личности индивида; системы обеспечивающих возможность реализации личностью поведенческих стратегий умений, знаний и навыков; мотивации к профессиональной деятельности.

Все перечисленное способствует созданию у сотрудника не только мотивации для успешной трудовой деятельности, но и повышению ее конечной эффективности.

Современные тенденции систем адаптации персонала организации сводятся к следующим положениям.

Во-первых, система адаптации включает прохождение сотрудником трех основных этапов: знакомство с системой профессиональных норм и ценностей конкретного профессионального сообщества (вводно-ознакомительный), ее признание (действенно-ориентировочный) и последующее принятие (функционально-ассимиляционный) [0].

Во-вторых, система адаптации в обязательном порядке предусматривает установление конечных сроков на прохождение каждого из этапов и ответственного за контроль над этими сроками сотрудника.

В-третьих, выбранный сотрудник должен обладать такими качествами, как желание и умение обучать других людей, наличие командного духа и соответствие корпоративной культуре, поскольку он станет наставником нового работника, и будет сопровождать его на протяжении всего адаптационного процесса.

Наконец, службе персонала необходимо внимательно учитывать такие психологические аспекты, как ценностные ориентиры и внутренние личностные мотивы каждого нового сотрудника [0].

Помимо положения о наставничестве и программы введения сотрудника в должность по основным должностным позициям среди прочих средств и методов система адаптации персонала должна использовать все доступные инструменты, как например: книга и памятка, адаптационный лист и лист оценки нового сотрудника. В эпоху информатизации и социальных сетей неплохо также создать страницу нового сотрудника на внутреннем сайте организации.

Из сказанного выше следует, что любая предусматриваемая системой адаптации сотрудника организации программа обязана включать в себя:

вступительный тренинг;

комплект печатных материалов с разнообразной информацией об организации и должностных обязанностях;

программу дополнительного профессионального обучения;

закрепление наставника из опытных сотрудников;

систему оценки результатов испытательного срока;

правила и сроки последующей аттестации.

Таким образом, система адаптации персонала организации направлена на обеспечение максимально эффективной интеграции

индивида в коллектив организации и условия производственной среды. Современный подход строится на усилении адаптационной работы с сотрудником в первую неделю его работы на новом месте и охвате абсолютно всех областей его трудовой деятельности.

Список использованных источников:

1. Васильцова Л.И., Александрова Н.А. Управление адаптацией сотрудников в организации: инструментальный аспект // Известия УрГЭУ. 2012. №1 (39). С.164-167.
2. Ким Н.В. Роль психологических факторов в управлении персоналом // Вестник ЧелГУ. 2014. №18 (347). С.159-164.
3. Романова Ю.А. Оптимизация отбора и профессиональной адаптации персонала в организации//Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2015. №1. с. 70-79.

©Пискарева Н.А., 2017

УДК 159.9

ЭВОЛЮЦИЯ ПРОЕКТИВНЫХ ПСИХОДИАГНОСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ: ОТ АССОЦИАТИВНЫХ СЛОВЕСНЫХ МЕТОДОВ К КОМПЬЮТЕРНОЙ ГЕЙМИФИКАЦИИ

Плякин И.А., Костригин А.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современная психодиагностика представляет собой перспективную область теоретических и экспериментальных разработок: с одной стороны, психодиагностические методики сталкиваются с проблемой объективности и надежности результатов [6, 7], с другой – возникновение и развитие информационных технологий позволяет создавать платформы и среды для разработки новых способов и форм проведения психодиагностического исследования.

В нашем исследовании представлен теоретический анализ эволюции проективных психодиагностических методик: по нашему мнению, процесс развития от проективных тестов в форме анкетирования и опросников до современных видов компьютерного тестирования и возможностей создания компьютерно-игровых форм психологических методов отражает единый непрерывный вектор становления психодиагностики. Актуальность данного исследования состоит в том, что именно в XIX веке технологии позволяют провести геймификацию психологических тестов. В

конце работы мы рассмотрим проблемы и перспективы создания компьютерно-игровых психологических методов.

Прежде всего, мы проанализируем основы проективных методик.

Понятие проекции, впервые появившись как психологическое в психоанализе, поначалу используется для обозначения одного из защитных механизмов «Я», благодаря которому все патогенное, угрожающее целостности личности, а поэтому вытесненное в бессознательное, приписывается внешним объектам, а тем самым лишается разрушительной силы. Впоследствии как в рамках психоанализа, так и за его пределами понятие проекции получает разные истолкования.

В проективной методике проекция используется следующим образом: понимая, что на прямой вопрос о содержании собственного сознания и о характеристиках своей личности испытуемому сложно давать истинный, объективный, правдивый ответ, психологи стали использовать для изучения психики и личности испытуемого непрямой, косвенный вопрос или стимул: от кейсов, ситуаций с другим человеком до рисунков, игр и т.п. Проецируя на ситуацию с другим человеком или на проективный стимул собственное содержание сознания, испытуемый дает более надежный ответ.

Далее мы покажем, как развивались проективные методики на протяжении истории психологии [8], и на каком этапе проективная психодиагностика находятся в данный момент.

В качестве критерия подразделения на этапы развития психодиагностических проективных методик мы определили степень погруженности в тестирование.

Этап словесных ассоциативных методов. На данном этапе проективность методики заключалась в использовании специальных ассоциативных задач. Среди таковых – словесные ассоциации Ф. Гальтона и В. Вундта, метод свободных ассоциаций З. Фрейда и К. Юнга, ассоциативные тесты при выявлении чувства вины и лжи (А.Р. Лурия и М. Вертгеймер), вытесненных переживаний (Дж. Брунер, Р. Лазарус). Погружение в тестовое задание в данных методах неглубокое, т.к. манипулирование речевыми единицами и ассоциациями характеризуется высокой степенью регуляции, то испытуемый находится в состоянии достаточно высокой степени осознанности, что не всегда позволяет получать достоверные результаты исследования личности испытуемого.

Этап рисуночных тестов. На данном этапе появляются рисуночные тесты как новый подход к созданию проективной ситуации: тесты со стимульными рисунками/картинками (тест чернильных пятен Роршаха, сходные тесты Целлингера и Хольцмана, ТАТ Мюррея, тест рисуночной

фрустрации Розенцвейга и др.) и проективные методики изучения рисунков и других продуктов деятельности испытуемого (рисунок несуществующего животного, Дом-Дерево-Человек, Конструктивный рисунок человека и др.). Погружение в проективную методику в данных психодиагностических инструментах глубже, т.к. элемент игры и воображения здесь проявляется интенсивнее: как правило, инструкцию к созданию рисунка очень широки, поэтому позволяют испытуемого использовать все способности своего воображения.

Этап психологических игр и сказкотерапии. На данном этапе психологами используются т.н. психологические игры, которые трактуются максимально широко (от настольных игр с психологическими интерпретациями до ролевых игр с психологическим подтекстом и тренингов; сегодня можно встретить термин «психологическая игрушка» [5]).

Настольные психологические игры используются в семейном консультировании, в работе с детьми, в групповой психотерапии [1, 3].

Психологические игры в тренингах выражаются в конкретных упражнениях либо в ролевых играх, в которые человек может попробовать себя в различных ролях, испытать новые переживания, а также получить новый материал для самоанализа [9]. Такие психологические упражнения дают большой психодиагностических материал, но требуется большой опыт психолога для его интерпретации.

Сказкотерапия заключается в составлении персональной сказки клиенту, с помощью которой он мог бы осознать свою жизнь и трудности, или в применении тех или иных сюжетов уже составленных терапевтических сказок к собственной жизни.

Психологические игры и сказкотерапия обладают более высокой потенциальностью к погружению в терапевтический и диагностический процесс испытуемого, т.к. задействуют несколько модальностей ощущений, переживаний и действий человека.

Современный этап геймификации и компьютеризации психологических методов. Компьютерные технологии активно используются в психодиагностике [2, 4, 10, 11, 12, 13]. Начиная с адаптации классических психодиагностических методик к компьютерной среде и заканчивая возможностями создания компьютерных игр для диагностических задач (например, известно, что для сбора данных о профилактике и лечении деменции была создана игра для смартфонов Sea Hero Quest [14]).

Компьютеризированные варианты психодиагностических методик уже существуют и активно применяются на практике, однако пока мы

редко сталкиваемся с психологическими компьютерными играми, имеющими диагностический потенциал. По нашему мнению, проективная методика в виде компьютерной игры позволит погрузиться в нее испытуемому, т.к. здесь возникает полноценная виртуальная реальность, которую человек принимает за действительность и, таким образом, будет демонстрировать поведение и реакции, максимально приближенные к тому, как бы человек вел себя в естественной среде. Более того, компьютерная игра позволяет смоделировать нужные ситуации и стимулы для изучения тех или иных характеристик личности испытуемого. Здесь мы хотим сформулировать положения создания геймифицированной проективной методики.

Геймифицированая проективная методика должна выглядеть следующим образом: полностью скрытый от испытуемого тест, отвечающий требованием психодиагностического инструментария, т.е. обладающий всеми атрибутами надежного психодиагностического инструментария. На современном этапе геймифицированная проективная методика может и не быть эквивалентной своему «бланковому» оригиналу, потому что такой инструмент является следующим витком в эволюции. Сегодня первоочередная задача – использование потенциала виртуальной компьютерной среды для получения надежных ответов испытуемого на стимулы.

В будущем мы планируем реализовать задачу компьютерной геймификации психодиагностической методики, и на пути к этому нужно решить следующий круг проблем:

1) Установление критериев валидности данной методики;

2) Проблема интерпретации и критерии психодиганостического заключения;

3) Проблема «экологической валидности».

В заключение можно сказать, что геймифицирование проективной методикой продиктовано самим временем и эту задачу нужно решить, чтобы можно было более точно и успешно проводить психодиагностику, в первую очередь, с детьми дошкольного и школьного периода.

Список использованных источников:

1. Агаджанова М.А. Современные настольные игры как инновационная психолого-педагогическая технология профилактики синдрома эмоционального выгорания педагогов // Сборник материалов Ежегодной международной научно-практической конференции «Воспитание и обучение детей младшего возраста». 2016. № 5. С. 365-366.

2. Батенова Ю.В. Компьютерная игра дошкольника и ее психодиагностический потенциал // Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология. 2011. № 29 (246). С. 12-14

3. Жирнова Д.Ф., Фомина Л.В. Интеграция ассоциативных настольных игр в учебный процесс вуза при изучении экологических дисциплин // Вестник ТГПУ. 2017. №1 (178). С. 69-74.

4. Иовлев Б. В., Новожилова М. Ю., Червинская К. Р., Щелкова О. Ю. Методологические аспекты изучения эффективности компьютерной психодиагностики // Вестник СПбГУ. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2006. №2. С. 115-124.

5. Карицкий И.Н. Психологические игрушки // Перспективы психологической науки и практики сборник статей Международной научно-практической конференции. 2017. С. 561-566.

6. Медведева Г.И. Особенности индивидуального интервью в качественном исследовании // В сборнике: Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 281-285.

7. Рамендик Д.М., Чернышев Б.В., Чернышева Е.Г. Комплексное исследование свойств индивидуальности, входящих в понятие темперамента // Вопросы психологии. 2014. № 3. С. 105-117.

8. Соколова Е.Т. Проективные методы исследования личности. М.: Изд-во МГУ, 1987.

9. Жарких Н.Г., Харитонов А.Е. Тренинг как универсальная образовательная технология профессиональной подготовки студентов // Современные образовательные технологии, используемые в очном, заочном и дополнительном образовании: сборник трудов по материалам Международной научно-практической Интернет-конференции. 2013. С. 110-117.

10. Худяков И. Н. Профконтур-облачный web-сервис для профориентации и психодиагностики детей в школе //Инновационные технологии в науке и образовании. 2015. С. 253-257.

11. Хусяинов Т.М., Костригин А.А. Методология и теория онлайн-консультирования // Психология и психотехника. 2014. № 9. С. 996-1002.

12. Шмелев А.Г., Лисица И.А. Компьютерное тестирование и геймификация: перспективы мониторинга функционального состояния работников в эпоху компьютеризации психодиагностики // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2016. № 4. С. 98-109.

13. Ярыгин С.В. Влияние различных форм мотивации и личностных характеристик испытуемых на эффективность компьютерной игровой

психодиагностики // Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология. 2011. № 42 (259). С. 115-119.

14. Morgan J. Gaming for dementia research: a quest to save the brain //The Lancet Neurology. 2016. № 13. P. 1313.

©Плякин И.А., Костригин А.А., 2017

УДК 159.99

ПСИХОЛОГИЯ СПОРТА: ПРОБЛЕМЫ, ИССЛЕДОВАНИЯ И ДОСТИЖЕНИЯ

Понелис О.П., Карицкий И.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Психология спорта возникла как одна из наиболее ранних отраслей психологии. Если за условную дату возникновения научной психологии, как это принято во многих источниках, считать 1879 г. – год создания В. Вундтом первой экспериментальной лаборатории психологии, то спортивная психология складывается уже через 20-30 лет, в конце 19-го – начале 20-го веков, ранее многих других отраслей психологии. И, сегодня можно утверждать, что спортивная психология существует более 120 лет, имея в своем багаже значительные эмпирические, теоретические и практические достижения.

Вероятно, впервые о спортивной психологии упоминает П. де Кубертен в статьях конца 19-го – начала 20 века. В 1913 г. по инициативе Международного олимпийского комитета прошел конгресс по психологии спорта. Значительный вклад в развитие психологии спорта был сделан в Германии, именно там, в 1891 г. Г. Кольб провел исследования гребцов, в начале 1920-х гг. К. Дием была организована первая лаборатория спортивной психологии, а в 1921 г. Р.В. Шульте была опубликована работа «Тело и ум в спорте». Чуть позже спортивная психология получила значительное развитие в России (с 1925 г.), и следом в США. Хотя надо отметить, что в России еще в 1901 г. П.Ф. Лесгафт написал раздел «Психология движений» в книге «Руководство по физическому образованию детей школьного возраста», а в США в 1890-е гг. проводились исследования, которые могут считаться предтечей спортивной психологии, в частности, в 1898 г. Н. Триплеттом были опубликованы данные по особенностям поведения велосипедистов. Первым спортивным психологом в США считается К. Гриффит, который свои исследования в этой области начал проводить в 1925 г. В течение 20-

го столетия направление исследований спортивной психологии распространилось на большинство стран мира и сегодня спортивная психология является одной из наиболее развитых прикладных направлений психологии. Издается ряд журналов по спортивной психологии, так, с 1970 г. «Международный журнал психологии спорта», с 1979 г. «Журнал спортивной психологии» (США), с 1997 г. «Европейский ежегодник спортивной психологии» (сейчас «Психология спорта и физических упражнений»), в России с 2003 г. издается журнал «Спортивный психолог». В частности, к 1994 г. число публикаций, посвященных личности в спорте, составило более тысячи. Существует ряд ассоциаций спортивных психологов [4, 5, 6, 9, 10].

Выдающимися спортивными психологами являются М. Абрамсон, Ф. Антонелли, С. Биддл, Р.С. Вайнберг, И. Ванден, П. Виллеман, И.П. Волков, Г.М. Гагаева, А. Гарсия-Мас, Ф. Генри, Э. Герон, Г.Д. Горбунов, К. Гриффит, С.Дж. Даниш, О.В. Дашкевич, Р.М. Загайнов, Р. Зайлер, Е.А. Калинин, Ю.Я. Кисилев, П.Ф. Лесгафт, Р. Мартенс, А.П. Нечаев, А.Ц. Пуни, А.В. Родионов, П.А. Рудик, П. Сивадон, Р. Сингер, В.Ф. Сопов, Н.Б. Стамбулова, К. Фейдж, Дж. Феррер-Хомбравелла, Д. Хакфорд, Э. Хан, Б.Д. Хейл, О.А. Черникова, В.Ф. Чиж, Г. Шиллинг, М. Эпуран и многие другие [4, 5, 6, 9, 10].

Существуют разные определения спортивной психологии. Одно из них дает Американская психологическая ассоциация: спортивная психология направлена на научное исследование психологических факторов, связанных с участием в спорте, использованием физических упражнений и другой физической активности; профессиональная спортивная психология направлена на две основные цели – помочь спортсменам в использовании психологических ресурсов для повышения спортивной эффективности и развитие личности человека, занимающегося спортом и физической активностью. Аналогичные цели указывает Европейская федерация спортивной психологии: психология спорта связана с психологическими основами, процессами и последствиями психологической регуляции спортивных отношений одного или нескольких людей, которые действуют в этой сфере; основное внимание должно быть уделено поведению и психологическим измерениям поведения человека, то есть его аффективных, когнитивных, мотивационных или сенсомоторных компонентов в спорте.

При работе со спортсменом основные практические проблемы, которые решает спортивный психолог это: эффективная подготовка спортсмена к соревнованиям, формирование и развитие навыков саморегуляции, снятие стресса, повышение эффективности тренировок в

целом, формирование правильной и четкой мотивации, психологическое сопровождение в формировании нужных мыслительных и моторных навыков и умений, создание психологических условий для тренировок и соревнований, формирование и развитие личности спортсмена, формирование спортивных команд, оперативная помощь спортсмену и т.д. [5, 8, 9].

Выделяют основные направления спортивной психологии: психодиагностика, личность спортсмена, личность спортсмена высших достижений, дифференциальная спортивная психология, индивидуальная психологическая подготовка спортсмена, коллективная психологическая подготовка спортсменов, ситуативное управление поведением и состояний спортсменов, влияние спортивной деятельности на психику и личность спортсмена, разработка психологических условий, направленных на повышение эффективности спортивных тренировок, разработка психологических условий предсоревновательной подготовки спортсменов, исследование социально-психологических феноменов в спортивном коллективе, личностная динамика в спорте, групповая и командная динамика в спорте, взаимоотношения спортсмена и тренера, гендерная психология в спорте, психологическая реабилитация спортсменов, психологическая реабилитация и адаптация к социуму в постспортивный период, психологические практики в спорте, спорт и общество и др. [1, 2, 3, 5, 8, 9].

Р.С. Уэйнберг и Д. Гоулд рассматривают следующие важные направления исследований в спортивной психологии. Это, во-первых, понимание особенностей спортивной среды. Среди различных факторов спортивной среды они особенно выделяют соперничество и сотрудничество, причины того и другого, необходимость их уравновесить, подкрепление, мотивацию, способы повышения внутренней мотивации. Во-вторых, индивидуальные особенности спортсменов. Здесь авторы направляют свое внимание на личность спортсмена, ее психологическую оценку, связь между личностью и поведением в спорте, практическую значимость оценки личности для спортивных достижений. В-третьих, психологические особенности группы и команды. Авторы исследуют процессы образования группы и формирования команды, структуру групп, эффективный климат в команде, индивидуальные результаты в командных видах спорта. Кроме того, Р.С. Уэйнберг и Д. Гоулд изучают вклад психологии в повышение уровня физической подготовки, исследуют вопросы психического здоровья у спортсменов, развитие личности и характера спортсменов [9].

Известный российский спортивный психолог В.Ф. Сопов раскрывает секреты психологической подготовки в спорте. Имея колоссальный опыт подготовки спортсменов в различных видах спорта, он разработал эффективные методики психологической подготовки. Основное внимание автор направляет на спорт высших достижений. Среди факторов, которые исследователь выделяет для достижения максимального спортивного результата, он называет следующие три группы 1) индивидуально-биологические свойства, 2) способность к максимальной мобилизации и 3) способность к психической саморегуляции. На основе выделенных в этих группах подфакторов В.Ф. Сопов строит модель личности спортсмена высокого класса для отдельных видов спорта, и далее показывает особенности тренировочного процесса в спорте высших достижений [8].

Спортивная психология опирается на достижения в других отраслях психологии, прежде всего, общей, социальной, экспериментальной, психологии труда, экстремальной, практической, диагностической и т.д. В частности, для спортивной психологии являются важными положения теории интериоризации и экстериоризации, генезиса психических процессов, теория поэтапного формирования умственных действий и т.д. С одной стороны, процессы интериоризации и экстериоризации являются необходимым и важнейшим элементом спортивной деятельности, их исследование позволяет раскрыть, каким образом формируются спортивные навыки и умения, в дальнейшем применить знания об этом на практике, с другой – теория поэтапного формирования умственных действий представляет собой хорошо методически разработанную технологию по формированию эффективных спортивных навыков и умений [2, 7].

Для решения проблем спортивной деятельности сегодня привлекаются достижения не только других отраслей психологии, но и других профессиональных сфер. Например, в последние двадцать лет большое развитие получило такое направление как применение техник искусства в спорте, в частности, арт-терапии. И.Н. Карицкий и И.В. Лопаткова отмечают, что «искусство и спорт относятся к взаимопересекающимся сферам человеческой деятельности, и это пересечение имеет место в ряде отношений. Существуют виды спорта и искусства, которые одновременно являются и тем и другим: художественная гимнастика, цирковая акробатика, спортивные танцы (танцевальный спорт), боевые танцы, фигурное катание, синхронное (артистическое) плавание, фристайл, бодибилдинг, чирлидинг и т.д. В ряде других видов спорта выражено и определенно присутствует аспект искусства и зрелищности: акробатика, легкая атлетика, борьба,

фехтование, бег на коньках, гребля, прыжки в воду, лыжные гонки, горные лыжи, прыжки на лыжах с трамплина, конный спорт, парусный спорт, прыжки на батуте, паркур, скейтбординг и т.п.». На пересечении искусства и спорта «лежат сокровища научных и практических открытий» [3].

И.Н. Карицкий и И.В. Лопаткова указывают, что связью искусства и спорта в различных отношениях занимается значительное число исследователей: D. Marks (1983), P.S. Holmes & D.J. Collins (2001), R.S. Vealey и C.A. Greenleaf (2006), I. Shrier и M. Hallé (2011), K. Ansari & F. Lalani (2014) и т.д. В российской спортивной психологии методами арт-терапии занимаются А.А. Диденко (2015), Т.Г. Карнаухова (2016), К.И. Королева (2008), В.И. Криличевский (2016), М.В. Мелентьева (2016), М.А. Саморукова (2017) и др. В частности, эти авторы исследуют такие проблемы, как использование схожих техник саморегуляции и их взаимодополнение у артистов и спортсменов, позитивное влияние искусства на спортсменов, особенно в плане развития личности и просоциального поведения, роль техник искусства в повышении спортивной результативности, саморегуляции и реабилитации, совместное использование искусства и спорта для других категорий людей (дети, студенты, инвалиды, пенсионеры, менеджеры, профессионалы в различных областях деятельности и т.д.) [3].

Таким образом, психология спорта за более чем сто лет своего существования накопила значительный объем эмпирических, теоретических и практических знаний, которые успешно применяются в спортивной деятельности. Спортивным психологам сегодня принадлежит важнейшая роль в спорте, в различных отношениях и на различных этапах спортивной деятельности. Если первые исследования в спортивной психологии в конце 19-го века тесно смыкались с исследованиями физиологии спортсменов, то уже в 1920-е гг. спортивная психология стала вполне самостоятельной отраслью психологии, все более влияющей и определяющей спортивные достижения. Сегодня спорт невозможен без спортивной психологии, особенно спорт высших достижений.

Список использованных источников:

1. Волков И.П., Пономарев Н.И. Социально-психологическое воздействие спорта на массовое сознание людей // Теория и практика физической культуры. 1984. №4. С.37-39.

2. Карицкий И.Н. Современные социально-психологические практики (теоретико-методологическое исследование). Дисс… канд. психол. наук / Ярославский гос. ун-т им. П.Г.Демидова. Ярославль, 2002.

3. Карицкий И.Н., Лопаткова И.В. Арт-терапия в спорте: теоретическое введение и обзор исследований // Перспективы

психологической науки и практики: сб. статей Междунар. научно-практ. конф. РГУ им. А.Н.Косыгина, 16 июня 2017 г. / под ред. В.С.Белгородского, О.В.Кащеева, И.В.Антоненко, И.Н.Карицкого. М.: РГУ им. А.Н.Косыгина, 2017. С.709-715.

4. Непопалов В.Н., Сопов В.Ф. Спортивная психология в "зеркале" истории // Спортивный психолог. 2015. №3. С.6-25.

5. Попов А.Л. Спортивная психология. М.: Флинта, 2013.

6. Родионов В.А. История спортивной психологии // Системная психология и социология. 2010. №2. С.104-123.

7. Сенющенков С.П. Проблема генезиса психических процессов в теории поэтапного формирования умственных действий // Методология и история психологии. 2009. Т.4. №2. С.59-75.

8. Сопов В.Ф. Теория и методика психологической подготовки в современном спорте. М.: Москомспорт, 2010.

9. Уэйнберг Р.С., Гоулд Д. Основы психологии спорта и физической культуры. Киев: Олимпийская литература, 2001.

10. Driska A. (2011) A brief history of sport psychology: https://andydriska.wordpress.com/2011/06/26/a-brief-history-of-sport-psychology/

©Понелис О.П., Карицкий И.Н., 2017

УДК 159.9

ПРОЯВЛЕНИЕ СВОЙСТВ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ В СОЦИАЛЬНОМ ПОВЕДЕНИИ

Румянцева А.В., Тимохин В.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Социальное поведение, как совокупность поведенческих процессов человека, возникающих как реакция на воздействие, поступающее от окружающей социальной среды, и ведущих к достижению и удовлетворению физических и социальных потребностей индивида, имеет ряд формирующих его причин. Эти причины делятся на врожденные и приобретенные. К врожденным причинам, в качестве примера, относят условия воспитания ребенка, в то время как функционирование нервной системы причисляется к врожденным [3, с. 237]. Однако, на самом деле, грань между этими двумя категориями весьма условна, тем более, учитывая тот факт, что в психологии мы имеем дело с поведением, являющимся совокупностью всех черт, сформировавшихся в процессе онтогенеза, т.е. с фенотипом. При оценке психофизиологических

особенностей человека нельзя не учитывать компенсаторные эффекты, т.к. генетически заданная конструкция преломляется за счет черт, которые человек приобретает в результате регуляции поведения. В частности, касательно нервной системы, при различных формах патологии поведения нарушены условия возникновения процессов возбуждения и торможения в центральной нервной системе в процессе реализации как генетически обусловленных форм торможения поведения, так и внутреннего торможения, вырабатываемого при обучении [7, с. 27]. Кроме прочего, согласно имеющимся данным, показатели основных свойств нервной системы варьируются у людей в разном возрасте.

Таким образом, существует тесная связь между внутренними и внешними факторами. Необходимо также отметить, что исследования, направленные на измерение основных свойств нервной системы, будут объективными показателями взаимодействия двух этих групп факторов [4, 9].

Среди психологических концепций человеческого поведения, лучше всего для наших целей подойдет концепция Скиннера. По сути, Скиннер выделяет несколько типов поведения: безусловно-рефлекторное, условно-рефлекторное и оперантное. Все проявления поведения, в т.ч. социального, Скиннер сводит к реакциям на внешние обстоятельства. Первые два типа по Скиннеру приводят к реакциям на воздействие определенных стимулов, третий тип ориентирован на адаптацию организма к окружающей среде. Любое решение, шаг становится удачным или неудачным методом адаптации человека к окружающему миру, и удачные далее фиксируются, а неудачные превращаются в негативные способы взаимодействия и угнетаются, избегаются. Столь биологизаторская концепция весьма зависима от данных, касающихся работы нервной системы.

Говоря об основных свойствах нервной системы, а именно о силе торможения, возбуждения, степени подвижности и уравновешенности, стоит понимать, что, несмотря на, казалось бы, очевидное положение о повсеместном распространении и влиянии любой функциональной системы мозга, степень их выраженности в различных мозговых структурах неодинакова. Это представление о парциональных свойствах нервной системы выдвинул Б.М. Теплов. Он писал: «У человека менее всего можно ожидать полного совпадения типологических параметров в разных анализаторах, а также в первой и второй сигнальной системах» [6, с. 52]. Доказав свое суждение на примере распространения деполяризационных потенциалов в зрительной и слуховой системах, Теплов поставил под сомнение уверенность в том, что диагностируемые

свойства нервной системы вообще могут объективно характеризовать НС целиком.

Затем В.Д. Небылицын выдвинул предположение о том, что парциальность может быть обусловлена рядом причин, а именно:

регистрацией разных эффекторных выражений рефлекторной деятельности;

применением раздражителей различной модальности;

использованием подкрепляющих воздействий [1, с. 256].

Таким образом, типологические проявления работы НС, по Небылицыну, обуславливаются разницей в развитии различных структур. Тогда уже Небылицын, а затем и Русалов выдвинули гипотезу о том, что как раз передние отделы кортекса и взаимодействующие с ними образования стволовой части, старой и древней коры головного мозга, как раз отвечающие, в том числе, за поведение, интеллектуальное планирование, эмоции, мотивацию и пр. связаны между собой и имеют общую природу и сходные пути развития [1, с. 258; 4, с. 101].

Подтверждением гипотезы Небылицына послужит статья ученых из Техасского университета. В процессе своей работы, ученые Лорен О'Коннелл и Ганс Хофманн доказали не просто сходную природу глубинных структур, в том числе оказывающих воздействие на принятие социально-ориентированных решений у позвоночных, но и показали их эволюционное развитие, которое, стоит отметить, внесло минимум поправок в структурное разнообразие изучаемых отделов [8].

В данной работе была доказана общность происхождения, схожесть, единство развития таких структур, как: передний гипоталамус, базелатеральная миндалина, гиппокамп, латеретальная перегородка, медиальная миндалина, вентрамедиальный гипоталамус, вентральная область покрышки среднего мозга.

Придя к утверждению о единстве происхождения структур, отвечающих за социальное поведение, о сходстве их развития, об уровне объективности основных свойств нервной системы, настало время наконец поговорить о социально значимых проявлениях исследуемых свойств.

А.В. Курпатов выделяет следующие аспекты поведения, а также наиболее важные психологические механизмы в них:

Поведение тела

а) вегетативные реакции;

б) мышечное напряжение и его корреляция с эмоциональным состоянием человека;

в) спонтанность/естественность дыхательных актов.

Поведение перцепции

а) перцепция времени;
б) перцепция пространства;
в) торможение перцепции
Апперцептивное поведение
а) речевые процессы, обусловленные работой неосознанных динамических стереотипов;
б) тормозное поведение
Речевое поведение
а) прогнозы;
б) требования;
в) объяснения
Социальное поведение
а) инаковость поведения субъекта, основанная на принципе «Другого»;
б) идентичность субъекта своей социальной роли;
в) иерархичность ролевых отношений.

Согласно классификации Павлова, основными свойствами нервной системы являются:
сила возбуждения;
сила торможения;
подвижность нервных процессов;
уравновешенность процессов нервной системы [2, с. 344-345].

Рассмотрим каждый из аспектов в свете проявления основных свойств нервной системы.

1а. Вегетативные реакции. При низких баллах по шкале торможения наблюдаются медленные, расхлябанные движения, реагирование запоздалое, наблюдается склонность к истерии. При высоких баллах по шкале подвижности нервных процессов наблюдается быстрый переход от одних действий к другим, быстрая переключаемость. \

1б. Мышечное напряжение. Наиболее заметно мышечное напряжение при низких баллах по шкале уравновешенности и высоких – по силе торможения, в то время как спонтанные сокращения наблюдаются при сочетании высоких баллов по шкале уравновешенности и высоких – по силе возбуждения.

1в. Спонтанность дыхательных актов. Наблюдается при условиях, совпадающих с проявлением мышечного напряжения.

Прежде чем переходить к следующему пункту, стоит заметить, что любое поведение перцепции тяжело отследить в силу того, что подобный акт поведения скрыт от самонаблюдения, поскольку анализ собственного мышления также находится под влиянием апперцептивного действия.

2в. Торможение перцепции наиболее заметно при высоких баллах по шкале силы торможения, в сочетании с низкими – по подвижности.

3а. Определенные речевые процессы, например, бормотание, частые повторения могут присутствовать при низких показателях по обеим из шкал сил и уровню подвижности.

3б. Тормозное поведение свойственно проявляться при высоких баллах по шкале силы торможения и при низких по шкале уравновешенности в нервной системе. Стоит отметить, что торможение существует внутреннее и внешнее. Внутреннее торможение характеризуется пятью видами торможения, среди которых угасательное, запаздывательное, дифференцировочное торможение, условный тормоз и угашение с подкреплением. Каждый из этих типов несет собственную функцию, так угасательное торможение возникает при повторении условного стимула при отсутствии подкрепления, запаздывательное торможение связано с реализацией недеятельной фазы отставленного рефлекса, дифференцировочное торможение реализует реакцию на раздражитель, активируя процесс не возбуждения, а торможения. Условный тормоз работает при предъявлении условного стимула с неподкрепляемым дополнительным раздражителем, а угашение с подкреплением - особый вид, характеризующийся проявлением тормозных реакций на условный стимул, подкрепляемый, но находящимся в процессе длительного, монотонного предъявления. Внешнее же торможение обычно ассоциируется с проявлением ориентировочного рефлекса, так как являет собой торможение деятельности при предъявлении организму совершенно новых, или уже знакомых, но сильных раздражителей [8, с. 55, с. 204]. Ассоциация свойств нервной системы с каждым из видов торможений и проявлений в рамках его осуществления требует дополнительной работы и исследования.

4а. К прогнозам в речевом поведении склонны люди с низкими баллами по шкале силы торможения.

4б. Требования же скорее зависят от высоких баллов по шкалам подвижности и уравновешенности.

Все механизмы пятого пункта можно объяснить низкими баллами по шкалам сил возбуждения и торможения, идентичность субъекта социальной роли и иерархичность ролевых отношений (пункты 5б и 5в соответственно) объясняются дополнительно низкими баллами по шкале подвижности нервных процессов.

Таким образом, определенные свойства нервной системы оказывают влияние на каждый из аспектов поведения человека.

Список использованных источников:

1. Ильин Е.П., Психология индивидуальных различий. - СПб.:Питер, 2004.
2. Курпатов А.В., Руководство по системной поведенческой психотерапии. - Феникс, 2013.
3. Милорадова Н.Г., Психология и педагогика, 2005.
4. Румянцева А.В., Тимохин В.В. Компьютерная игра Даргиш – метод диагностики основных свойств нервной системы у учащихся всех возрастных категорий // Дизайн и технологии. 2017. № 59 (101). С. 112-118.
5. Русалов В.М., Биологические основы индивидуально-психологических различий. - М.:Наука, 1979.
6. Теплов Б.М., Новые данные по изучению свойств нервной системы и их психологических проявлениях. - М.:Наука, 2004.
7. Шульгина Г.И., Торможение поведения. -М.: Интелл, 2016.
8. Layren A. O'Connell, Hans A. Hofmann, Evolution of a Vertebrate Social Decision-Making Network. - Science, 2012. - V.366.P. 1154 - 1157 p.
9. Timokhin V.V., Rumyantseva A.V. Diagnostic of main characteristics of nervous system - comparison of methods // Psychological science and practice: State of the Art. Collected papers / Ed. Kostrigin A.A. Chicago, 2017. P. 67-70.

©Румянцева А.В., Тимохин В.В., 2017

УДК 159.99

ОСОБЕННОСТИ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПОЛИ- И МОНОКУЛЬТУРНЫХ РЕГИОНАХ

Саакян Д.С., Ягодовская И.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Проблема самоидентичности возникла в психологии на стадии ее перехода от идеалов классической рациональности к идеалам неоклассицизма и с тех пор прочно заняла свое место среди центральных проблем теории и практики. С момента своего возникновения, ее относят к одной из наиболее сложных общенаучных и философских проблем. Данная тема рассматривалась и изучалась последователями как гуманитарных, так и философских наук. Рассматривая данный феномен с разных точек зрения, было создано огромное количество концепций,

объясняющих его. Однако при всем таком разнообразии мы не можем найти однозначный ответ на вопрос «что такое самоидентичность?».

В настоящее время, в связи с развитием СМИ, Интернета, телевидения, а также средств транспортных коммуникаций во всём мире смешение народов, их культур и обычаев проходит значительно проще. Возникают межкультурные и межрасовые семьи, рождаются люди, являющиеся носителями разных культур. Люди переезжают в другие страны в поисках нового места проживания и работы. Всё это приводит к возникновению поликультурных обществ, являющейся некой новой системой. Изучение этнической идентичности таких людей, по нашему мнению, является важным.

В связи с этим нами было проведено исследование с целью выявления особенностей этнической идентичности жителей поли- и монокультурных регионах. Объектом данного исследования являлись психологические аспекты этнической идентичности; предметом – особенности этнической идентичности в поли- и монокультурных регионах. Наша гипотеза гласила: «Особенности этнической идентичности в моно- и поликультурных регионах имеет свои различия».

В первой части нашего исследования мы рассмотрели теоретические аспекты этнической идентичности.

Идентичность, как известно, означает тождественность, соотнесение одного субъекта с другими, она есть результат процесса идентификации, устойчивость индивидуальных, социокультурных, национальных и цивилизационных параметров, их самотождественность.

Тему этнической идентичности в своих работах поднимают многие исследователи (Стефаненко Т.Г., Сухарев А.В., Солдатова Г.У., Лебедева Н.М., Тимохин В.В. и др.). В своей работе «Социальная психология этнической идентичности» Стефаненко Т.Г. определяет этническую идентичность таким образом: «Этническая идентичность индивида формируется в рамках определенной культуры и в процессе межэтнического взаимодействия, но относительно самостоятельна от того и другого. Эта категория, активно конструируемая индивидом на основе аскриптивной, предписываемой обществом этничности, но не сводящаяся к ней».

Этническая идентичность формируется у человека с детства. В качестве основных факторов, влияющих на формирование этнической идентичности, выделяются родной язык, культура, традиции, обычаи, обряды, особенности этнокультурной контактной среды. Развитие этнической идентичности является необходимым условием для нормальной жизнедеятельности человека, так как на этой основе идет

выработка внутренней культуры и ценностных ориентиров. Этническая идентичность как процесс и структура формируется в ходе развития деятельности и общения человека. Осознание этнокультурных особенностей общности обусловливает этническую самоидентификацию.

Основная масса исследований в области этнической идентичности сводится к изучению особенностей формирования самоидентичности человека в рамках определенного этноса с точки зрения этнической парадигмы. Это позволяет изучить отношение групп людей и отдельных личностей к своему родному этносу. Мы считаем, что, исследуя данный вопрос, следует расширить изучаемую область. Необходимо рассмотреть не только особенности формирования этнической идентичности, но и отношение личности к другим этносам. Рассмотреть вопрос отношения личности к различным этносам позволяет этнофункциональная парадигма.

Этнофукциональный подход в отечественной психологии разрабатывался: А.В. Сухарев, В.В. Тимохин, А.А. Шапорева, Е.В. Иванова, С.Л. Бухарева, О.Ф. Щербакова и другие. Результаты эмпирических исследований, проведённых этими учёными, легли в основу этнофункциональной парадигмы. Вопросы этнической идентичности изучали: Г.У. Солдатова С.В. Рыжова, Н.М. Лебедева, Д.П. Горенбург и другие. Их работы послужили основой материала данного исследования.

О таких понятиях как этнос и этничность А.В. Сухарев [1, с. 3] пишет: «…в основе представлений об этносе и этничности в современной науке предполагается определённая целостность, единство условий возникновения конкретного этноса и, соответственно, совокупности признаков, по которым один этнос может отличаться от другого. Являясь «соотносительным» понятием (согласно представлению Ю.В. Бромлея, не существует абсолютных этнических признаков), этнос характеризуется единством территории, социокультурных и расовых особенностей, а этничность (и этническая идентичность), соответственно, системой климато-географических, социокультурных и расово-биологических признаков».

В этнофункциональной парадигме к внутренней среде человека относят его психику и антропо-биологические характеристики, а к внешней – природно-климатические и социокультурные, т.е. мир, данный человеку в чувственном восприятии. Также выделяется трансцендентная сфера – религия, различные духовные феномены. Исходя из этнической парадигмы для обозначения внутренней, внешней и трансцендентной сферы человека вводится таксономическая единица – «этносреда». Понятие этносреды более ёмко и точно описывает этничность человека. Этносреду мы понимаем как систему этнических признаков (в аспекте

развития они же – параметры этногенеза по ЛН. Гумилёву), которая может обладать той или иной степенью целостности.

Одним из основных положений этнофункционального подхода является представление об этнической функции. Выделяются этнодифференцирующая и этноинтергирующая функции. Любой элемент этносреды либо интегрирует, либо дифференцирует человека с тем или иным этносом. Эти процессы могу проявляться, к примеру, в отношении личности к определённому типу питания или в предпочтении тех или иных антропотипических признаков при выборе супружеской пары.

В соответствии с этнофункциональной парадигмой, каждый элемент этносреды (материальный, культурно-психологический или трансцендентный) рассматривается с точки зрения его этнической функции – этноинтегрирующей или этнодифференцирующей. Любая реальная этносреда, как и этнос, вследствие «этнокультурной мозаичности» современного мира, содержит как этноитергирующие, так и этнодифференцирующие элементы. Если этносреда состоит только из этноитегрирующих элементов, то речь идёт о её идеальном прообразе.

Сравнивая содержание понятия этносреда с концепциями Л.Н. Гумилёва, мы пришли к выводу, что «этносреда» по смыслу шире понятия «этнос». Этнос, по Л.Н. Гумилёву, – это «устойчивый, естественно сложившийся коллектив людей, противопоставляющий себя всем другим аналогичным коллективам, что определяется ощущением комплиментарности, и отличающийся своеобразием стереотипа поведения, который закономерно меняется в историческом времени». Данная позиция высказана автором в работе «Этносфера. История людей и история природы». Важно отметить, что понятие «естественное развитие этноса» следует рассматривать лишь в идеале. На практике, оно всегда подвержено различным внешним факторам. С точки зрения этнической парадигмы, мы рассматриваем этнос и этносреду как естественно сложившуюся систему, представляющую собой идеальный прообраз. Введение более широкого по сравнению с «этнической идентичностью» понятия этноида и представления о степени его дефформированности «…позволяет преодолеть недостатки дефиниции классической этнопсихологии» [1, с. 51].

Во второй части нашего исследования мы провели опрос по трем методикам группу людей, проживающих в Москве на как жителей поликультурного региона, и жителей Ташкента как жителей монокультурного региона. Возрастной диапазон составил 17-55 лет. Эта выборка и послужила эмпирической базой для исследования.

Статистический анализ полученных результатов осуществлялся с помощью t-критерия Стьюдента при нормальности распределения по критерию Шапиро-Уилка. Результаты признавались значимыми при значении вероятности ошибки «p» менее 0,05. Расчёт производился с помощью статистической программы STATISTICA 10. В нашем исследовании мы использовали следующие методики для опроса и тестирования испытуемых: Клиническое структурированное этнофункциональное интервью Сухарева А.В. с целью выявления особенностей этноида; Опросник «Типы этнической идентичности» (Г.У. Солдатова, С.В. Рыжова) с целью типов этнической идентичности; Тест Куна (М. Кун, Т. Макпартленд; модификация Т.В. Румянцевой) с целью выявления этнической и национальной идентичности в свободном ряду самоидентификации.

Краткий вывод полученных результатов эмпирического исследования:

В Московской группе превалирует шкалы этноидифферентности и этноэгоизма, что обусловлено смешением культур и размытием этничности в полиэтническом обществе. Это говорит о низком уровне межэтничой коммуникации. Данные индивиды склонны к агрессии и раздражительности при общении с представителями иных этносов.

В условиях поликультурного общества (смешения культур), возможно потеря своей этнической идентичности или её отрицание;

На основании вышеприведенных результатов можно сделать следующий общий вывод: жители монокультурных регионов имеют меньший показатель этнофункциональной рассогласованности, что обуславливается культурными особенностями этносреды. Осознание себя как части этноса не вызывает у них сомнений. Знания о культурно-историческом наследии родного народа, а также показатели позитивной этнической идентичности значительно выше, чем у жителей полиэтнических регионов. Мы можем предположить, что полиэтническое общество является неблагоприятной средой для формирования этнической идентичности, являющейся оптимальной для своей этносреды.

Список использованных источников:

1. Сухарев А. В. Этнофункциональная парадигма в психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.

2. Саакян Д.С., Ягодовская И.В. Этническая идентичность в поликультурном мире // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации сборник материалов Всероссийского научного форума молодых исследователей. 2016.

©Саакян Д.С., Ягодовская И.В., 2017

УДК 159.9.07

ФЕНОМЕН СОЗАВИСИМОСТИ У ЖЕНЩИН, СТРЕМЯЩИХСЯ К МОДНЫМ СТАНДАРТАМ ФИГУРЫ

Саркисян И.К., Артемцева Н.Г.
Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2017-0004

Созависимость достаточно новое понятие в психологии. Началось изучение созависимости примерно с 80-х годов прошлого века и в настоящий момент эта проблема имеет большую популярность. Созависимость изучается многими учеными зарубежными и отечественными, существует огромное количество подходов к изучению этого явления, но единого мнения на этот вопрос нет. Чаще всего, говоря о созависимости, имеются в виду родственники и близкие человека, страдающего химической зависимостью, например, алкоголизмом, наркоманией. Созависимость считают одним из видов зависимости. Но это не совсем полное понимание проблемы.

М. Битти считает, созависимость – это состояние членов семьи или близких людей, на которых воздействует болезнь их близкого. А созависимый – это человек, который позволил, чтобы поведение другого повлияло на него. Созависимый человек поглощен контролем действий этого человека. Другой человек может быть ребенком, взрослым, любовником, супругом, папой, мамой, сестрой, лучшим другом, бабушкой или дедушкой, клиентом, он может быть алкоголиком, наркоманом, больным умственно или физически; нормальным человеком, который периодически испытывает чувство печали [2].

Все созависимые люди обладают похожими характеристиками. Такими как контроль, давление, навязчивые состояния и мысли, низкая самооценка, ненависть к себе, чувство вины, подавляемый гнев, неконтролируемая агрессия, навязчивая помощь, сосредоточенность на других, игнорирование своих потребностей, проблемы общения, замкнутость, плаксивость, апатия, проблемы в интимной жизни, депрессивное поведение, суицидальные мысли, психосоматические нарушения.

Иная точка зрения у Р. Сабби. Созависимостью она считает «эмоциональное, психологическое и поведенческое» состояние. Оно развивается в результате подверженности длительному стрессу и запрета

открыто выражать свои чувства и прямо обсуждать личные и межличностные проблемы [5].

Б. Уайнхолд и Дж. Уайнхолд считают, что созависимость это не первичное заболевание. Это неудачное завершение развивающего процесса в детстве, формирование прочной привязанности ребёнка к матери и связанных с ним развивающих задач. Так же они относят созависимость к общественному явлению, и говорит о том, что все общество можно считать созависимым. Они выделяют следующие характеристики созависимости: 1) заблуждение, отрицание, самообман; 2) компульсивные действия; 3) замороженные чувства; 4) низкая самооценка; 5) нарушения здоровья, связанные со стресс [6].

Отечественная точка зрения на проблему следующая. В.Д. Москаленко считает, что созависимость – это состояние членов семьи больного алкоголизмом или другими формами зависимости. Также она говорит, что созависимоть тяжелее, чем само заболевание. А созависимый – это человек, который стремится управлять поведением другого человека, и его не волнует удовлетворение собственных жизненно важных потребностей. Созависимыми могут быть: 1) лица, находящиеся в браке или в любовных взаимоотношениях с больным зависимостью; 2) родители; 3) взрослые братья и сестры больного; 4) лица, имеющие одного или обоих родителей, больных зависимостью; 5) лица, выросшие в эмоционально репрессивных семьях [4].

Она выделяет следующие характеристики созависимости. Самая главная и основная характеристика созависимых людей это низкая самооценка. Человек не ценит себя, ставит себя ниже всех остальных, позволяет другим дурно обращаться с собой. Следующая характеристика – это ориентация на других, на внешнее мнение, оценки. Для них важно, что о них думают другие люди. Отсюда же вытекает полный отказ от себя, непонимание и нежелание показывать свои настоящие чувства. Постоянные страдания, гнев, страх, отчаяние также присуще созависимым личностям. Высокое напряжение чувств – неотъемлемая часть жизни.

В.Д. Москаленко говорит о том, что появление созависимости может быть обусловлена воспитанием в дисфункциональной семье. В такой семье присутствовала зависимость от психоактивных веществ, либо жестокое обращение: эмоциональное, интеллектуальное, физическое насилие, сексуальное оскорбление и запрет в выражении чувств [4].

С.Н. Зайцев считает, что эмоциональная привязанность к кому-то – это нормально, но в случае созависимости эмоциональная привязанность выражена чрезмерно, преувеличенно и даже болезненно [3].

Н.Г. Артемцева придерживается мнения, что созависимость – это поведение, мотивированное зависимостями от других людей. И говорит о том, что особенности поведения созависимого человека формируются в процессе социализации [1].

Также можно говорить о созависимости в любовных отношениях или «зависимость от любви». Такая созависимость характеризуется отсутствуем способность выявить или разделить свои чувства и ожидания от чувств и ожиданий партнера. Человек фактически не может самостоятельно брать ответственность за свое настроение и реакции.

Существует несколько видов созависимых отношений:

1) первый вариант характеризуется отказом от собственных границ и полным растворением в партнере;

2) второй вариант характеризуется полным подчинением партнера и разрушением его психологически;

3) третий вариант характеризуется полным отражением в своем партнере [1].

Созависимые используют все формы психологической зашиты – рационализацию, минимизацию, вытеснение, но более всего отрицание. Они склонны игнорировать проблемы или делать вид, что ничего серьезного не происходит.

Как мы видим, понятие созависимости очень широко и разнообразно. По нашему мнению, понятие созависимости можно обозначить так: созависимость – это особенное состояние, характеризующееся крайней зависимостью (поглощённость, озабоченность, концентрация мыслей) от человека или предмета. В нашей работе предметом будет выступать мода. Ведь если человек может быть глубоко поглощён другим человеком, то в равной степени может быть поглощен явлением или предметом. Нередко можно встретить человека, слепо следующего моде. Можно предположить, что люди, склонные к такому состоянию как созависимость могут быть более подвержены моде.

Также нами было проведено исследование на определение созависимости у женщин, стремящихся к модным стандартам фигуры и не стремящихся к модным стандартам фигуры. Уровень созависимости женщин диагностировался с помощью опросника «Профиль созависимости» (Н.Г. Артемцева).

Анализ полученных результатов позволяет сделать вывод о том, что женщины, которые не следуют модным стандартам фигуры менее созависимы, чем те женщины, которые подвержены влиянию модных стандартов (T=17,85853 при p=0,00). Это говорит о том, что данные женщины находятся в специфическом состоянии, которое характеризуется

сильной поглощённостью и озабоченностью, концентрацией мыслей, крайней зависимостью от чего-либо. Это может быть явление, например, мода, или предмет одежды. Также такие женщины более подвержены общественному мнению и им важно, что о них скажут в обществе, как их воспримут.

Приведём минимальные и максимальные значения, полученные нашими респондентами по методике. Минимальная сумма баллов равна 135, а максимальная сумма баллов равна 210. Данные значения говорят о разбросе между самой высокой и самой низкой суммой баллов, полученных респондентками в опросе.

Таким образом, мы выяснили, что женщины, которые следуют модным стандартам фигуры, являются более созависимыми по сравнению с теми женщинами, которые не следуют модным стандартам фигуры. Это говорит о том, что созависимые женщины действительно находятся в специфическом состоянии, которое характеризуется сильной поглощённостью и озабоченностью, концентрацией мыслей, крайней зависимостью от чего-то. Это может быть, например, мода, или даже предмет модной одежды. Также эти женщины более подвержены общественному мнению, и им важно, что о них скажут в обществе.

Список использованных источников:

1. Артемцева Н.Г. Феномен созависимости: психологический аспект. – М.: РИО МГУДТ, 2012.

2. Битти М. Алкоголик в семье, или преодоление созависимости. – М.: Физкультура и спорт, 1997.

3. Зайцев С.Н. Созависимость - умение любить: Пособие для родны и близких наркомана, алкоголика. – Н. Новгород: 2004.

4. Москаленко В. Д. Зависимость. Семейная болезнь. – М.: ПЕР СЭ, 2009.

5. Сабби Р. Созависимость, неотложная проблема. - М.: Наука, 1984.

6. Уайнхолд Б., Уайнхолд Дж. Освобождение от созависимости / Пер. с англ. М.: Независимая фирма «Класс», 2003.

©Саркисян И.К., Артемцева Н.Г., 2017

УДК 007.2

ПРОБЛЕМА ВЫЯВЛЕНИЯ ЛЖИ В КОНТЕКСТЕ ТРЕНИНГА «ВЫЯВЛЕНИЕ / МАСКИРОВКА ИНФОРМАЦИИ У ЧЕЛОВЕКА»

Сафронов Е.Н., Калинин И.В.
Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Навык выявления-маскировки информации, несмотря на то, что является востребованным в жизни человека практически каждый день, на уровне публикаций в отечественной и зарубежной психологии оказался оттесненным на задний план тематикой более локального порядка: «Определение лжи у человека». При этом, если в отношении последней из отмеченных тематик разработка ведется по целому вееру направлений: философии [1, 12] юриспруденции [2, 4], психологии и педагогике [3, 9], [11, 13, 14], социологии [8], то в отношении первой – количество публикаций можно пересчитать по пальцам одной руки [5, 6, 7].

Вместе с тем мы полагаем, что ложь, столь часто интересующая исследователей в рамках различных дисциплин, является всего лишь одним из элементов поведения человека, направленного на более общую задачу: не дать возможности субъекту, пытающемуся выяснить правду, установить реальное положение вещей. Другими словами, идентификация лжи является всего лишь частной тактической задачей в рамках более общей стратегии по выявлению информации, которую человек в силу различных обстоятельств и стоящих перед ним задач пытается замаскировать.

При этом, реализуя указанную стратегию, субъект может пытаться не столько пойти на откровенную ложь, сколько использовать более тонкие технологии: 1) уйти от прямо поставленного вопроса; 2) дать правдоподобную информацию, перемешав ей с массой ненужной информации; 3) озвучить только часть информации (Как тут не вспомнить слова, часто приписываемые Иммануилу Канту, который на вопрос: «Всегда ли человек должен говорить правду?» – ответил – «Всегда!», но тут же добавил, «Но ведь никто не обязывает его говорить всей правды») и т.д.

Современная психология накопила в своем арсенале достаточное количество средств, с помощью которых можно с определенной степенью вероятности идентифицировать ложь человека, как с помощью психодиагностических самооценочных технологий, так и технологий поведенческих (тренинго-игрового плана). Это: 1) нейролингвистические

технологии, связанные с микродвижением глаз; 2) приемы, обращающие внимание на расхождение вербального и невербального паттернов поведения человека (профайлинг); 3) разнообразные психодиагностические шкалы достоверности прямого и косвенного типа, а также 4) диагностика лживости, как личностной черты; 5) сопоставление содержательного контекста ответа на вопросы с временными показателями длительности ответа на вопрос при компьютерном тестировании; 6) применение полиграфа; и, в конце концов, 7) фактическая перепроверка показаний человека.

Другими словами, в отношении исследования лжи и её идентификации используется весь спектр источников получения информации о личности: «L»-данные (регистрация поведения человека в повседневной жизни); «Q»-данные (изучение личности с помощью опросников и других методов самооценок); «T»-данные (данные, объективных тестов с контролируемой экспериментальной ситуацией). Тем не менее, зачастую, изучение отмеченных данных происходит в отрыве друг от друга, что в целом ряде случаев ведет к получению весьма противоречивых результатов.

В связи с указанными обстоятельствами в рамках проводимого нами исследования одной из решаемых задач являлось выяснение того, как соотносятся между собой самооценочные («Q»-данные) и поведенческие («T»-данные) индикаторы лжи и какое место занимает «ложь» в рамках более общей стратегии по маскировке информации в ответ на её выявление.

Для выяснения данной задачи после проведения тренинга на «Выявление-маскировку информации у человека» [6, 10] планируется провести обследование испытуемых с помощью специально подготовленных бланков, включающих в свой состав: 1) методику на определение акцентуаций характера Леонгарда-Шмишека, дополненную прямой шкалой достоверности взятой из опросника 17 ЛФ (модификация А.Г. Шмелёвым методики Р. Кеттелла 16 PF); 2) авторскую анкету И.В. Калинина, направленную на оценку участниками тренинга стратегий (прямых, косвенных и контекстных) и тактик (вербальных и невербальных), используемых в процессе участия в обозначенном выше тренинге.

Выбор в качестве одной из составляющих процедуру обследования методики на выявление акцентуаций характера Леонгарда-Шмишека обусловливается несколькими обстоятельствами: 1) широкой известностью; 2) относительной компактностью (88 вопросов) при большой информативности (10 измеряемых шкал), что оказывается более

выигрышным по сравнению с лаконичностью в методике Г.Ю. Айзенка (57 вопросов при наличии всего 3-х шкал), с одной стороны, и избыточностью в методике 16 PF Р. Кеттелла (187 вопросов при выделении 16 личностных факторов); 3) высокой валидностью и надежностью; 4) легкостью в обработке и интерпретации полученных данных; 5) наличием показателей, которые гипотетически могут выступить в качестве косвенных индикаторов неискренности человека: например, одновременные высокие показатели по шкалам «Дистимности» и «Гипертимности» при учете определенной выраженности показателей по шкале «Циклотимность».

Предполагается, что сопоставление косвенных показателей неискренности с прямой шкалой лжи в рамках самооценочных ответов могут подтвердить или опровергнуть гипотезу о возможности рассмотрения сопряжения «дистимности», «гипертимности» и «циклотимности» в качестве индикаторов достоверности.

Авторская анкета И.В. Калинина предполагает выявление склонности испытуемого к предпочтительному использованию в ситуации «выявления / маскировки информации у человека» одной из 3-х стратегий:

Прямолинейной (прямой) стратегии – её суть заключается в том, что поставленный в процессе тренинга в ситуацию «выявления / маскировки информации» субъект, предпочитая вербальную тактику, будет стремиться к задаванию прямых вопросов «в лоб», пытаясь в последствие скрыть свою пристрастность в отношении тех или иных сведений среди похожих в содержательном смысле вопросов.

Косвенной стратегии – её суть заключается в том, что субъект, прибегая к помощи аналогий, проективных вопросов, или тактик какого-то иного плана, избегает при коммуникативном взаимодействии вопросов «в лоб», зачастую делая правильный вывод в результате собственных умозаключений, основанных на ответах своего партнера.

Контекстной стратегии – её суть заключается в избегании каких-либо практик вопросного типа и выражается в рассуждениях на тему, которая может спровоцировать оппонента на включение в разговор в желаемом направлении. При этом предполагается, что оппонент может занимать либо «псевдоактивную» позицию (реагирует на предлагаемый контекст), либо «пассивную» позицию (не реагирует на предлагаемый контекст), либо «неосмотрительно-активную» позицию (предполагающую отсутствие бдительности в отношении действия агента по выяснению информации в рамках собственно заданного контекста).

Следует заметить, что в рамках прямой стратегии можно ожидать превалирования прямых практик лжи в ответ на вопрос «поставленный в лоб». В этом смысле интересным может оказаться сопоставление

показателей лжи полученных по результатам диагностики в «холодной ситуации» (косвенные самооценочные показатели лжи по методике Леонгарда-Шмишека в сочетании с такими же самооценочными показателями прямой шкалы лжи, взятой из опросника 17 ЛФ), с показателями лжи в «горячей ситуации» (индикаторы лжи, полученные в процессе и после участия в тренинге по «выявлению / маскировке информации у человека).

Выделение «холодной» и «горячей» ситуации диагностики лжи и сопоставление результатов в проектируемом нами исследовании представляется в высшей степени актуальным, поскольку приближает нас к более адекватному пониманию феномена лжи, внося ряд новых моментов в тактику и стратегию изучения столь специфического поведенческого акта.

Список использованных источников:

1. Артемьева О.В. Об оправданности лжи из человеколюбия // Логос, 2008, № 5. С. 40-59.

2. Закатов А.А. Ложь и борьба с нею. Волгоград: Ниж. Волж. кн. изд-во, 1984.

3. Красников М.Л. Феномен лжи в межличностном общении //Общественные науки и современность. 1999. № 2.

4. Липман О., Адам Л. Ложь в праве Харьков: Уридическое издательство Украины, 1929.

5. Калинин И.В. Выявление-маскировка информации у человека: Методические рекомендации. Ульяновск: фМГУ, 1995.

6. Калинин И.В. Акмеологические основы построения тренинга по выявлению-маскировке информации у человека // Психологические и акмеологические проблемы управленческой деятельности. / Под ред. Ю. В. Синягина, И. В. Калинина. Ульяновск: Изд-во СВНЦ. 1997. С. 90-104.

7. Калинин И.В., Калинина Н.В. Выявление и маскировка информации как компоненты коммуникативной подготовки будущего специалиста // Психолого-педагогические проблемы: организация и управление воспитательным и учебным процессами / Сборник статей под редакцией Н.Ф.Бородулиной, И.В.Калинина.-Ульяновск, 1995. С. 145-154.

8. Мягков А.Ю. Шкалы лжи из MMPI // Социс, 2002, № 7. С. 117-130.

9. Поддьяков А. Н. Ложь злоумышленнику о местонахождении жертвы и полемика о нравственном принципе правдивости [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2010. № 1 (9).

10. Тарасов В.К. Персонал-технология: отбор и подготовка менеджеров. Л.: Машиностроение, 1989.

11. Фрай, О. Ложь. Три способа выявления. Как читать мысли лжеца, как обмануть детектор лжи / Оддерт Фрай.- СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2006.

12. Шрамко Я. Истина и ложь: что такое истинностные значения и для чего они нужны // Логос. 2009. № 2. С. 96-121.

13. Штерн В., Штерн К. Воспоминание, показание и ложь в раннем детстве. Спб.: Издательство О. Богдановой, 1911.

14. Экман П. Психология лжи. Обмани меня, если сможешь. СПб.: Питер, 2010.

©Сафронов Е.Н., Калинин И.В., 2017

УДК 159.9: 316.6

ЗАВИСИМОСТЬ ВЫБОРА МОДНОЙ ОДЕЖДЫ И ОСОБЕННОСТЕЙ ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ В СОЦИУМЕ

Сенина Л.Г., Лапшина Д.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

«Каков человек, такова и одежда» – эта пословица может лучшим способом отразить роль, которую играет одежда в жизни людей. Одежда – это невербальный инструмент и при этом очень выразительный. Существует три причины, по которым одежда имеет важное значение для исследования:

1) используется в повседневной деятельности
2) достаточно часто меняется
3) выбор одежды является легко манипулируемым символом.

Информация о том, что человек решает носить может предоставить сложный массив информации о том, кто вы для окружающих, передать информацию о возрасте человека, социально-экономическом статусе, о системе ценностей и политических взглядах и т.д. На современном этапе развития социологического знания отдельные аспекты данной проблемы изучались в связи с вопросами социальной моды (Г.М. Андреева, А.А. Бодалев, В.В. Знаков, В.Н. Панферов), формирования модного имиджа (А.Я. Панасюк, В.М. Шепель). Несмотря на развитие этой перспективы в психологии, роль одежды, стиля, наличия / отсутствия аксессуаров и т. п. при представлении себя другим людям остается мало изученной.

Е.А. Петрова разработала теорию визуальной психо-семиотики общения, в рамках которой изучается проблематика визуализации образа

«Я», связанного с установками поведения человека в социуме [8]. Внешний облик рассматривается автором как «средство объективации и интерпретации субъекта, как орудие развития и формирования его личностных структур, в первую очередь образа Я, и как экспрессивно-импрессивного проявления личности» [8, с. 223].

Одной их основных целей любого социального поведения – сообщить собеседнику необходимую информацию через внешнее самопредъявление. И можно отметить, что одним из важных средств самопредъявления является выбранный стиль, и в частности стиль одежды, поскольку посредством ее возможно создать визуальный образ в глазах других людей.

Самопредъявление или самопрезентация – это конструирование образа социального себя для других или переструктурирование образа себя у других и у самого себя о себе [5, с. 236]. Другими словами, самопрезентация является не только управлением впечатлениями других людей, но и способом получения субъектом знаний о себе.

Изучая функции одежды исследователи как правило отмечают и социально-коммуникативной функции одежды (М.И. Килошенко, А.Б. Плаксина) [9, с. 4], и информационно-символические (М.И. Килошенко) [6]. М.И. Килошенко выделила особую значимую роль модной одежды в жизни молодых людей, как санкционированное средство личностной идентификации. И в том числе влияние модной одежды на их формирующееся самосознание и на определение своей социальной роли в структуре общества [6, с. 103].

Таким образом, мы полагаем, что стиль одежды, выбираемой молодыми людьми, является важной детерминантой их социального поведения, оказывая влияние на процессуальные и содержательные характеристики создания своего образа. Важно отметить, что современные молодые люди при выборе стиля в одежде руководствуются и опираются на модные тренды. «Потребляя определенные товары, как необходимые для существования, так и своего рода «излишества», – пишет А.А. Попсуева, – человек тем самым конструирует свой уникальный образ, складывающийся из множества деталей. Так как потребляемые объекты заключают в себе не только практические, но и символические свойства, это позволяет индивиду удовлетворить основную потребность и продемонстрировать что-либо себе и окружающим» [10, с. 71]. В своей работе по влиянию моды на современных молодых людей Гимаева Р.М. выделяет психосемантические понятия-мотивы, определяющие выбор стилей одежды: следовать моде, статус, престиж, желание соответствовать

определенной социальной группе, желание выразить свою индивидуальность, создать привлекательность [4].

Выбор стильной одежды, желание выбрать модные бренды классического стиля, спортивный стиль, повседневный стиль, обычно связанный с модными тенденциями. По данным опроса В.О. Щегловская отмечает возрастающую роль моды среди молодежи как выражение уникальности индивидуума, его неповторимости и в то же время установление идентичности с определенным видом индивидов. Молодые люди характеризуют моду как стиль жизни, как источник самовыражения и манеры общения. Выбор модных тенденций формируется при помощи их знакомых или родных. Для того чтобы совершить какую-либо покупку, не всегда молодые люди опираются на собственные предпочтения. 24% обращается за советом к друзьям. В этом случае мотивацией является необходимость в одобрении со стороны членов группы, разделяющей те же ценности [11, с. 31].

Как известно, одежда, несомненно, играет важный фактор в создании социального образа. В различной деятельности людей часто присутствуют такие понятия, как «униформа» и «дресс-код», которые по многим параметрам ограничивают выбор одежды. Исследуя вопрос взаимосвязи модных предпочтений и ориентаций социального поведения молодых людей, можно открыть новое слово в изучении моды в рамках социально-психологического исследования. При этом следует заметить, что не только выбираемый стиль одежды характеризуют современный потребительский стиль молодежи. Российское образование, которое сегодня предоставляется по сути, как сфера услуг, также рассматривается современным молодежным обществом как объект потребления, а его социальная ценность в общественном сознании молодежи заменяется экономической. Ценности современной эпохи «общества потребления» сами диктуют ценности демонстративной траты, обладания статусным объектом как атрибутом престижа. Уходящее поколение уносит с собой и иные ценности, такие как альтруизм, человеколюбие и аналогичные. Современная молодежь социализируется и реализует усвоенные социокоды консьюмеристкой культуры в условиях «ценностной тесноты» [3]. В данной связи можно сослаться на исследование Д.Е. Овчинникова, согласно которому, значительная часть опрошенных школьников считают, что поведение человека в значительной степени определяется модой. [7, с. 62].

Исходя из всех вышеперечисленных высказываний, мы имеем представление, что на сегодняшний день мода играет важную роль в социальной жизни молодых людей, позиционировании себя в социуме,

является массовым социально психологическим явлением. Различные опросы показывают, что этому феномену более подвержены именно молодые люди. Поэтому именно они и являются объектом данного исследования. Часто молодые люди выбирают стиль одежды, чтобы подражать своим кумирам из мира поп-музыки, спорта и т.д. Здесь мы видим современное явление размывания границ между массой и элитной культурой, в основном за счет развития и доступности технологических новшеств.

Мода на сегодняшний день диктует стиль или тип одежды, идей, поведения, этикета, образа жизни человека. В применении понятия «мода», а вместе с ней «стиль» рассматриваются как социальный феномен, отражающий ментальные, национальные, социальные и духовные характеристики людей, социальные установки и стереотипы, присущие данному обществу [1,]. Одежда выполняет функцию внешнего представления внутреннего содержания общественной жизни, формируя ценности и вкусы в соответствии с требованиями времени и существующими в настоящее время тенденциями в искусстве.

В проведенном исследовании Артемцевой Н.Г., Грековой Т.Н. концепция «стильного человека» оказалась особенно важной [1]. Оно содержит большое количество (75%) характеристик, связанных с индивидуальным осознанием себя как личности и использующиеся субъектами в составлении психологический портрета стильного человека. Люди, обладающие высокими значениями «шкалы отношения к моде» отмечены такими чертами личности, как удовлетворение потребностей в области безопасности, признании, самооценки, высокой мотивации к самореализации и самовыражению.

Современная историческая сфера, характеризующаяся широким разнообразием стилей одежды, тенденцией к конвергенции и размыванием стилей на основе массовой культуры и появлением универсального стиля, Своя мода есть и в определенной субкультуре. Также интересно для исследования представляется предмет гендерной унификации моды с целью повышения спроса на объекты потребления. «Грань различия между образами «мужского» и «женского» в современной культуре, в том числе и в моде, стирается», – пишет И.В. Боровкова [2, с. 132]. «Унисекс» как стиль сулит гораздо большие прибыли ввиду массовости потребления унифицированности товара или услуги в рамках такого стиля жизни.

На основании вышесказанного, мы можем сделать следующие выводы. Современная одежда является достаточно важным маркером социального поведения молодых людей. Одежда, ее стиль реализует не просто утилитарные функции – защитные и физиолого-гигиенические, а

еще более сложные социальные функции, которые мы можем назвать социально-эстетическими и социально-коммуникативными. Это те функции, которые связаны с социальными механизмами идентификации и самопрезентации личности. И они так многогранны, что на сегодняшний день выработан подход к одежде не просто как к символьной системе, а как к «языку». Социально-эстетические функции одежды породили такое явление, как мода, которая во многом определяет социальное поведение молодежи.

Список использованных источников:

1. Артемцева, Н. Г., Грекова Т. Типологическая детерминанта восприятия моды// Человек. Искусство. Вселенная -2016 – С. -32-53

2. Боровкова, И.В. Амбивалентность мужского образа в современной моде // Культура и цивилизация. – 2012. – № 2-3. – С. 131–139.

3. Буданов, В.Г. Образование эпохи большого транзита: риски, формы, технологии // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2015. – Т. 31. – № 2 (199). – С. 37-51.

4. Гимаева, Р.М. Мотивы выбора одежды и категоризация семантического пространства, связанного с выбором одежды у женщин // Вестник Московского государственного областного университета. Серия Психологические науки. – 2007. – № 2. – С. 178–183.

5. Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических концепций / О.Ю. Гурова // Социологические исследования. – 2011. – № 8. – С. 72-82.

6. Килошенко, М. И. Психология моды. – СПб.: Речь, 2001.

7. Овчинников, Д.Е. «Мода на профессию» как фактор выбора образовательной стратегии учащихся // Вестник Самарского государственного университета. – 2010. – № 1 (75). –С. 57- 63.

8. Петрова, Е.А. Знаки общения. – М.: ГНОМ и Д, 2001.

9. Плаксина, Э. Б. История костюма. Стили и направления. – М.: Академия, 2004.

10. Попсуева, А.А. Мода как социальный фактор демонстративного потребления в процессе общественного развития // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 1. – С. 71-73.

11. Щегловская, В.О. Влияние моды на формирование потребительского поведения молодежи // Вестник магистратуры. – 2016. – № 9 (60). – С. 31-33.

©Сенина Л.Г., Лапшина Д.В., 2017

УДК 316.6

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ИМИДЖЕВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ МОЛОДЁЖНЫХ СУБКУЛЬТУР

Слепухова А.И., Тимохин В.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Изучение субкультур началось с 1950-х годов и до сих пор остаётся актуальным. Изначально термин «субкультура» означал группу людей, преднамеренно избирающий стиль и ценности, предпочитаемые меньшинством. По А.В. Мудрику, субкультура – это «совокупность специфических социально-психологических признаков (норм, ценностей, стереотипов, вкусов и т.п.), влияющих на стиль жизни и мышления, определенных номинальных и реальных групп людей и позволяющих им осознать и утвердить себя в качестве «мы», отличного от «они» [4, с. 71].

Существование признаков субкультур можно заметить в группах дошкольников, подростков, молодежи и даже взрослых и пожилых людей [2, с. 476]. Следует отметить, что особенно ярко признаки субкультур прослеживаются у молодежных групп. Выделяют несколько отличительных признаков, без которых существование целостной субкультуры невозможно:

Носители каждой субкультуры имеют свои ценностные ориентации, которые характеризуют направленность и содержание деятельности человека, определяют общий подход человека к миру, к самому себе, помогают понять смысл и направление поведения, личностных позиций, поступков [4, с. 75];

Нормы поведения, взаимодействий и взаимоотношений, которые гласно или негласно устанавливаются в каждой субкультуре;

Предпочитаемые носителями субкультуры источники информации. Это могут быть определенные телевизионные каналы, журналы, колонки газет, определенные сайты Internet-сети, такие как группы «Вконтакте», «Twitter», «Instagram», «Tumblr», при чём, новости, которые публикуются в этих источниках являются основными темами для общения носителей субкультур;

Язык (жаргон, сленг), отличающей носителей субкультуры от других людей;

Стиль одежды (имидж);

Атрибутика (символика).

Далее, употребляя слово «субкультура», речь будет идти преимущественно о молодежных субкультурах, т.е. субкультурах, участники которых находятся в возрастном диапазоне от 14 до 30 лет.

Несомненно, субкультуры играют огромную роль в самоопределении, самоидентификации, социальной идентификации. Человек, как часть субкультуры, может присвоить себе черты этой группы, то есть, задавая себе вопрос «Кто я?», он может ответить «Я такой же, как Мы» [3, с. 84]. При этом он будет чувствовать себя частью группы, менее одиноким, более понятым, более защищенным. Субкультура также участвует в социализации человека, является средством самореализации и самовыражения. Главным способом самовыражения посредством субкультур является стиль одежды. При этом сам стиль является своеобразным маркером субкультуры. Каждая субкультура имеет свой имидж, который будет отличать её от других субкультур, движений и остального большинства людей. Говоря об имидже, стоит определить, что имидж – это некий образ, который складывается в сознании людей относительно конкретного человека или группы лиц, говорящий о его\их внешних символах и поведенческих установках.

У каждой субкультуры различный подход к одежде и стилю. Одни уделяют этому большое внимание, другие выступают за отсутствие стиля, что также можно рассматривать как некий стиль. Одним словом, одежда является отображением внутренних ценностей, присущих субкультурам. Например, представители субкультуры хиппи, получившей свой расцвет в 60-х годах прошлого века, желали жить свободно от общественных установок и традиций, поэтому предпочитали свободную, не стесняющую движений одежду из недорогих тканей. Часто эта одежда делалась самостоятельно из подручных материалов. Женщины носили свободные юбки, майки, футболки, мужчины – свободные рубахи навыпуск. Одежда была в большинстве своем разноцветная, ярких цветов. Но также не считалось неприемлемым ходить без одежды вовсе. Для хиппи была также характерна своя атрибутика. Фенечки, ленты и цветы в волосах, знак «пацифик» / «крест мира» отражают стремление хиппи к миру, ненасилию. Весь имидж субкультуры хиппи оставляет впечатление о них, как о людях, для которых испытание радости, любви и спокойствия является целью и смыслом жизни. Все их имиджевые аспекты нужны для того, чтобы подавить переживания и отрицательные эмоции – печаль, гнев, отчаяние, тревогу и т.д.

Другая субкультура, панки, возникла после хиппи, изначально основана на увлечении панк-роком, затем переросла в идеологию и в субкультуру. Панки выступали за абсолютную свободу: свободу мыслей,

действий, взглядов, слова. Эта свобода выражалась в их стиле: прически (ирокезы, прическа «помойка»), которые создавались нарочито небрежно, рваная одежда со множеством заклепок, нашивок, целей, булавок и т.д., отличительной частью одежды была черная косуха, которая раскрашивалась баллончиками с краской, демонстрировался отказ от чистоты. Всё это было необходимо, чтобы показать свой протест против общества со своими правилами, а также показать, что несмотря на то, что государство дает свободы, люди, которые их используют, могут стать изгоями в обществе, ведь панки, используя свои свободы самовыражения, свободу слова (в песнях, в речи), подвергались осуждению со стороны этого общества и государства [1]. Их стиль отражал их бунтарство, агрессию, раздражительность, поэтому превалирующими эмоциями, свойственными панкам, принято считать гнев, злость, раздражение. Панки в большинстве своём эмоционально лабильны, эмотивны.

Появившаяся в 1970-х годах готическая субкультура отошла от идеологии открытого бунта панков, и основой субкультуры стал «пассивный» протест. Главным элементом и основой готического имиджа преобладание черного цвета в одежде, прическах и макияже. Преобладает одежда, стилизованная под моду викторианской эпохи. Среди атрибутивных элементов можно выделить анх – древнегреческий символ бессмертия, кресты, различные изображения черепов, гробов, летучих мышей и других символов смерти. Готов можно описать как одиноких, закрытых людей, склонных к переживаниям и размышлениям. Готическая музыка очень эмоциональна, поэтому и люди, относящие себя к субкультуре готов также эмоциональны, хотя не проявляют свои эмоции, а подавляют их, стараясь сохранить внешнюю холодность. Депрессивное психологическое состояние очень характерно для готов, и они должны либо быть в депрессии, либо симулировать её, показывая свою отстраненность, равнодушие к происходящему. Сознательный или бессознательный выбор ребенка присоединиться к этой субкультуре может быть связан с различными психологическими проблемами, проблемами с семьей, окружением, чувством одиночества, потребностью в самовыражении и внимания.

Следующая субкультура, являющаяся логическим продолжением субкультуры готов, это – «эмо». Само слово «эмо» произошло от английского слова «emotion» – эмоция. В первую очередь, эта субкультура базируется на эмо-музыке, которой присущи тексты, отображающие духовные переживания автора, не затрагивающие социальные темы общества, экспрессивное поведение на сцене участников групп и своеобразный эмоциональный вокал, включающий зачастую в себя визг,

рёв, стоны, шёпот. Большой составляющей субкультуры является её имидж. Характерна одежда черно-розовых расцветок, футболки с символикой рок-групп, отрезанные чёлки, иногда крашеные в розовый цвет, обилие значков, разноцветных браслетов, заколок и т.д. Люди, являющиеся частью эмо-культуры, обычно ранимые, чувствительные и в большинстве своем депрессивные, иногда суицидальные. Представителями субкультуры являются подростки и им комфортно быть частью эмо-субкультуры, которая позволяет проявлять все виды своих эмоций – радость, печаль, гнев, тревогу, страх и т.д., это дает разрешение подростку быть буйным, конфликтным, инфальтильным. Но сама субкультура не отличается агрессивностью и конфликтностью, хотя и «легализует» их.

Если говорить о субкультурах, популярных в 2010-х годах, стоит упомянуть хипстеров. Это не старые хипстеры 1940-х годов, а совершенно новая волна, мало чем похожая на волну хипстеров прошлого века. Сейчас это группа молодых людей, обычно социально обеспеченных, аполитичных, которые пытаются отделить себя от серой массы общества, они, как субкультура, не имеют четкой идеологии, обычно не задумываются о глобальных проблемах и живут, чтоб получать удовольствие от жизни. Наверное, идея, в которой сходятся все хипстеры, это идея о внешней и внутренней свободе, независимости, отказа от слепого потребительства. Хипстеры имеют свои характерные увлечения, стиль. Предпочитают малоизвестных художников, музыкантов, авторское независимое кино. Мода является неотъемлемой частью субкультуры, и, несмотря на то, что задачей ставится небрежный вид, будто они надели на себя первое, что им попалось, они очень ответственно подходят к своему гардеробу, сочетают старые винтажные вещи с брендовыми. В этом заключается их противоречие: любовь, бережливость и уважение к старым вещам и необходимость иметь новую брендовую одежду или вещь. Так как субкультура не имеет четко выраженной идеологии, базируясь на желании отличаться от большинства, то у них не существует правил поведения, правил определенного мышления, они могут во многом отличаться друг от друга, иметь различные цели в жизни, но в большинстве своем они эмоциональны, любят выказывать свои эмоции, но в отличии от готов, где присутствовало стремление испытать отрицательные эмоции, стиль жизни хипстеров построен на получении радости, удовлетворения, здесь нет какой-либо преобладающей эмоции, все они существуют в равном количестве независимо от знака.

Таким образом, можно видеть, что субкультуры существуют в неразрывном единстве имиджевой составляющей (одежды, аксессуаров,

предпочитаемой музыки) и предпочитаемых их апологетами эмоциональных состояний.

Список использованных источников:

1. Hebdige D. Subculture: The meaning of style / D. Hebdige. London; New York: Routledge, 1981. (New Accents)

2. Абрамова, Г. С. Возрастная психология: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. С. Абрамова. – 2-е изд., испр. и доп. –М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2014.

3. Баева И.А. Психология молодежной субкультуры (социально-психологический аспект молодежной политики) // Вестник практической психологии образования. 2007. № 1. С. 82–92.

4. Мудрик А. В. Социальная педагогика: Учеб. для студ. пед. вузов / Под ред. В.А. Сластенина. - 3-еизд., испр. и доп. - М.: Издательский центр «Академия», 2000.

©Слепухова А.И., Тимохин В.В., 2017

УДК-575:355.01

ГЕННОЕ ОРУЖИЕ И ЕГО РАЗРАБОТКА СЕГОДНЯ

Степанова Е.А., Дашкевич И.П.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Совсем недавно широко обсуждалась новость о сборе некими американскими некоммерческими организациями биоматериалов этносов, проживающих на территории России. В народе, как водится, тут же разошлись слухи о разного рода заговорах, намерении западных военных создать генетическое оружие, нацеленное на русских и народы, проживающие на территории нашей страны. Не смотря на довольно оперативный ответ со стороны учёного сообщества, призванный понизить градус дискуссий на эту тему и опровергнуть гуляющие в народе слухи, шумиха вокруг этой новости не утихает и по сей день. Учёные заверяют нас, что бояться не стоит и создание оружия, которое было бы способно уничтожить один этнос, пощадив при этом другой, невозможно даже в теории, т.к. геном человека, пусть даже и принадлежащий представителям разных этнических групп, слишком схож между собой. Но так ли это? Была ли это лишь попытка успокоить напугавшихся граждан? Итак, попробуем разобраться, что же такое генетическое оружие и есть ли реальная угроза его создания и применения. Википедия гласит: «Генетическое оружие или этническое оружие – гипотетическая

разновидность биологического оружия, предназначенная для избирательного поражения населения по расовому, этническому, половому или иному генетически обусловленному признаку.

Действие гипотетического генетического оружия основано в первую очередь на избирательном поражении (истреблении) искусственно выведенными патогенными микроорганизмами избранной части населения – мужчин, как потенциальных солдат, или определённые нации целиком, а также носителей определённых аллелей в хромосомах или иных генетических отличий. На «нецелевых» людей действует гораздо меньше или не действует совсем...Патогенный эффект целенаправленно усилен. Лекарственные препараты, существовавшие до создания любой из разновидностей генетического оружия, против них практически неэффективны». [1]

То есть, для обладателя такого оружия война из масштабных сражений современной военной техники на земле, в воде и воздухе, превращается в войну микроорганизмов, бактерий и вирусов, помещённых внутрь человеческого организма. Более того, эффект от такого оружия может быть отсрочен во времени, растянут на определённый временной интервал, что даёт возможность агрессору напасть незаметно и остаться нераскрытым.

Есть ли предпосылки для создания и применения такого рода оружия? Эксперты сходятся во мнении, что в ближайшем будущем человечество столкнётся с проблемой исчерпания природных ресурсов, а это влечёт за собой новые проблемы – экологические и экономические. Обеспечить всё из года в год увеличивающееся население планеты ресурсами уже не будет представляться возможным и начнётся передел сфер влияния, войны за ресурсы. Привычные ядерные и неядерные виды оружия не самые лучшие инструменты для ведения таких войн потому как агрессор виден сразу, и он рискует навлечь на себя осуждение и консолидированный ответ со стороны мирового сообщества, перед таким оружием все равны и оно способно нанести вред в том числе своим и союзным войскам, разрушить имеющуюся инфраструктуру, что влечёт за собой траты на её восстановление, а если говорить о ядерном оружии, то последствия его применения ещё долгие годы сделают территорию непригодной для проживания и ведения какой-либо деятельности, связанной с добычей полезных ископаемых. Генетическое оружие с его возможностью гибкой настройки, точностью в выборе цели, безопасностью для всех, не являющихся целью, неспособности нанести ущерб инфраструктуре, в таких условиях для многих правителей выглядит

привлекательным инструментом, способным решить несколько проблем сразу.

Впервые информация о попытках создания столь экзотического оружия появилась в мировой прессе в середине 80-х годов XX столетия. Из Южной Африки пришло сообщение, что местные ученые, выполняя заказ правительства, пытаются создать биологическое оружие избирательного типа. Доктор Даан Гузен, бывший в то время главой южно-африканского центра химической и биологической войны, недавно подтвердил, что именно он заказал разработку «оружия по цвету кожи», нацеленного против чернокожих людей. Его подчиненные обсуждали распространение болезни через пиво, кукурузу и даже прививки, но уровень знаний в области генетики не позволил им тогда создать принципиально новое оружие. Хотя именно тогда были сформулированы его основные поражающие факторы. Справедливости ради надо сказать, что первым идеологом нового средства убийства был нацист, доктор Йозеф Менгеле, проводивший генетические эксперименты над людьми в лагере «Освенцим», а потом ставший руководителем американской программы по обеспечению биологического выживания человека в космосе и на луне.

В качестве ещё одного примера реальных и губительных свойств генетического оружия, ученые приводят болезнь Тея-Сакса, смертельное наследственное заболевание нервной системы. На протяжении более чем 10 веков это заболевание избирательно поражало евреев-ашкенази, то есть европейских, российских и североамериканских евреев. По данным Британской медицинской ассоциации, болезнь Тея-Сакса еще недавно убивала от 4 до 5 процентов представителей именно этой этническо-конфессионной части еврейства. Евреи же сефарды, иранские, йеменские и североафриканские, болезнью Тея-Сакса щадились. Ее атака вызывала прогрессирующее разрушение центральной нервной системы и проявлялась у детей еще во чреве матери. Такие дети после рождения редко дотягивают до 4 лет. Но сегодня болезнь Тея-Сакса практически побеждена. Это результат комплексной разработки, медикаментозной и социальной. Медикаментозная составляющая разработана в тель-авивском институте «Нес – Цион», социальная же заключается в том, что если мать принадлежит к группе опасной наследственности, то ребенок в ее чреве диагностируется. В случае обнаружения болезни Тея-Сакса беременность прерывается.

Но с институтом «Нес-Цион» связана версия разработки в нем патогенных штаммов генетического оружия. Бывший министр обороны США Уильям Коэн еще в 1998 году делал сенсационные заявления о том, что в его распоряжении имеются материалы о работах по созданию

«определенных типов патогенов, которые могли бы быть этническим оружием». И среди 7 стран, которым было предъявлено обвинение, числился и Израиль, а конкретно – «Нес – Цион» [2].

В 1990 г. ученые считали, что человеческий геном удастся расшифровать к 2025 году. Однако научные организации США и Англии уже прошлым летом успешно завершили программу «Геном человека», дополнительно расшифровав структуры десятков патогенных бактерий. Как несложно догадаться, большинство результатов этой программы закрыто – она позволяет перейти к работам над новым поколением высокоточного генетического оружия, которое может появиться в ближайшие 5-10 лет. Теперь генная инженерия попутно способна раскрыть механизм действия токсинов и обеспечить производство избирательно действующих токсичных продуктов, ничем не отличающихся от обычных, без трудоемкой генетической экспертизы. Сегодня разрабатывается программа «Протеом человека» по расшифровке назначения и взаимодействия белков, открывающая путь к получению абсолютного оружия, позволяющего за любой выбранный срок – от нескольких часов до десятков лет – планомерно уничтожать любые человеческие популяции, заданные по ключевым генетическим признакам. Британская медицинская ассоциация была настолько обеспокоена сообщением о смертельном потенциале биологического оружия, основанного на генетике, что один из ее членов, доктор Вивьен Натансон, был вынужден заявить: «С помощью этнически нацеленного оружия можно выбивать даже отдельные группы внутри популяций. История войн, в которых многие конфликты имели этническую подоплеку, свидетельствует, сколь опасно это могло бы быть».

Однако генетическое оружие вовсе не обязательно должно быть «бомбой», которую нужно сбрасывать с самолета, или действовать в виде неких «лучей». Генная «бомбардировка», писал АИФ еще около десяти лет назад, может осуществляться банально просто – через продукты питания. У каждой нации можно выделить некий круг пищевых предпочтений. Применительно к русским это хлеб, картофель и ряд других овощей, молоко, масло, сметана, гречка и т.п. В Европе и США гречку вообще никто не ест. Продукты, входящие в этот перечень, модифицируются сообразно с генетическими особенностями, присущими сугубо русским. Поев «минированного» хлеба, вы не сразу обнаружите связь между ним и вдруг появившимся у вас смертельным заболеванием. Есть и второй вариант – «подсадка» на изначально несвойственные данной нации продукты питания. Настойчивые призывы шире возделывать пресловутую сою, например, – косвенное тому доказательство. Возможно, японцам и китайцам соя идет на пользу. Культура потребления сои у них

складывалась тысячелетиями, и они генетически предрасположены к её усвоению. А вот русские – нет. И их можно именно «подсадить», то есть долго и целенаправленно внедрять в ежедневный пищевой рацион еду, содержащую непривычные специфические соединения. И вот уже не вы («бомба» действует постепенно), а ваши дети, а потом внуки не могут обходиться без навязанного продукта, который постепенно запускает в организме механизм разрушения. Японец или китаец – в порядке, а «осоенный» русский подвержен напастям – по выбору иностранного «программиста». Известный генетик, академик РАН Сергей Инге-Вечтомов вообще утверждал, что этническое оружие уже давно существует и это – водка. Алкоголь блестяще прошёл испытания на американских индейцах, которых сознательно десятки лет спаивали «огненной водой», фактически истребив их чуть ли не полностью. У многих народов существуют «слабые» гены. Например, у грузин и негров практически не встречается защитный ген против вируса СПИДа, зато он есть у 25% русских и татар, почти у 15% узбеков и 10% казахов, азербайджанцев, уйгур и тувинцев. И его обладатели ВИЧ-инфекцией практически не болеют. А значит, на основе вируса СПИДа можно попробовать создать этническое оружие [3].

Академик РАМН и РАН Михаил Пальцев считает, что «биооружие может распространяться через воду, продукты питания, а гены-агрессоры могут встраиваться в пищевые растения. Результат подобных вторжений может проявляться даже в последующих поколениях, приводя к росту числа инсультов, инфарктов, злокачественных заболеваний» [2].

Как тогда биологическое оружие может применяться на практике? Например, диверсии, направленные на подрыв экономики, применение вирусов, поражающих определенные типы животных или растений, причем все это будет похоже на естественные эпидемии. Целью может быть и человек: как считает Онищенко, эпидемии вирусов Зика и Эбола – дело рук американцев. Кстати, многие эксперты полагали, что прокатившаяся по миру в начале 2000-х годов эпидемия птичьего гриппа и атипичной пневмонии – также рукотворная. Кстати, именно страх перед американским биологическим оружием толкает многих адептов конспирологических теорий отказываться от импортных вакцин, лекарств и продуктов. Мол, через иностранные лекарства в ваш организм попадет избирательно действующее вещество, и – привет, например, рак. Довольно веским аргументом за такую теорию можно считать то, что многие лидеры стран Латинской Америки – региона, лежащего в сфере экономических интересов США под номером один, больны или уже скончались от рака, как, например, бывший президент Венесуэлы Уго Чавес или прежний

глава Аргентины Нестор Киршнер, умерший от рака в 2010 году. Его супруга Кристина Фернандес де Киршнер, также занимала президентский пост и тоже больна раком. Как говорится… совпадение? Да кто его знает… Отвлекаясь от конспирологических страшилок, к вопросу национальной безопасности всем странам стоит подходить крайне серьезно. Это касается и контроля за биотехнологиями. Нормы, на международном уровне регулирующие их разработку и применение, существуют, однако на практике почти не работают. Зато за разработки в области ядерной энергетики в обход кассы можно получить по шапке, а пробирки… да мало ли, что в них? Тем не менее, начинать стоит с защиты отечественной фарминдустрии, заняться разработкой действительно эффективных и, главное, качественных лекарств и вакцин для населения. Применять собственные технологии в животноводстве и растениеводстве, а не пользоваться импортными. Восстанавливать разрушенную после крушения СССР систему биологической защиты. И, разумеется, поднимать вопрос ребром хотя бы на уровне Европы. Если американские военные и впрямь будут ориентироваться на образцы РНК русских – Европе тоже мало не покажется.

Список используемых источников:

1. https://versia.ru/geneticheskoe-oruzhie-predmet-politicheskix-spekulyacij-shans-nabit-karman-ili-perspektiva-massovogo-ubijstva
2. https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%93%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%B6%D0%B8%D0%B5&stable=1
3. http://rusplt.ru/policy/russkie-probirke-31277.html

©Степанова Е.А., Дашкевич И.П., 2017

УДК 316.477

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ БАКАЛАВРОВ СТАРШИХ КУРСОВ ОБУЧЕНИЯ

Тихонова Е.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Проблематика профессиональных приоритетов выпускников вузов и построения профессиональной карьеры в соответствии с базовой специальностью, приобретенной в процессе обучения, является крайне актуальной. Наибольший интерес представляет получение ответа на

вопрос, какое место в структуре жизненных приоритетов занимает профессиональная деятельность и собираются ли выпускники бакалавриата углублять полученные знания в магистратуре того же профиля или реализовывать их в непосредственной работе по специальности. Заявленные в нормативных документах Министерства образования и науки РФ требования к обязательному соответствию полученного образования сфере профессиональной деятельности существенно сузили пространство потенциального трудоустройства выпускника вуза и одновременно поставили его перед выбором типа профессиональной карьеры – высококвалифицированный профессионал узкого профиля или мультиспециалист, имеющий несколько различных профессий. Оба направления деятельности имеют свои плюсы и минусы. В первом случае на первый план выходят приоритеты профессиональной карьеры, которая может прерваться при невостребованности обществом данной профессии. Выпускник теряет возможности профессионального роста, а в общественной структуре возрастает число профессиональных маргинальных групп. Во втором случае выпускник вуза, имеющий несколько подтвержденных дипломами разнонаправленных специальностей, не может трудоустроиться в силу недостаточного профессионализма. В таком случае рынок труда наполняется большим количеством дилетантов, последствия деятельности которых будут ощущаться во всех сферах общественной жизни.

В 2015-2017 г.г. в Государственном Университете Управления (ГУУ) в режиме мониторинга было проведено социологическое исследование профессиональных приоритетов студентов управленческих специальностей 3 и 4 курсов, поскольку именно в этот период формируются основные жизненные планы, и определяется место профессиональной деятельности в их структуре. На вопрос, какие приоритеты в целом выбирают современные студенты («Что важнее – жить, чтобы работать, или работать, чтобы жить»), ответ был однозначным – все опрошенные относят трудовую деятельность к инструментальным ценностям. В качестве ценностей терминальных, ради которых человек должен трудиться, выступают родительская и собственная семья, а также здоровье личное и близких людей. Материальное благополучие, самореализация, а также интересная и творческая работа занимают, соответственно, третье, четвертое и пятое места в иерархии жизненных приоритетов. Такое согласие, независимо от курса обучения, свидетельствует об устоявшейся системе приоритетов, не подвергающейся существенной трансформации в процессе обучения. Интересно, что

вариант ответа «работа по конкретной специальности» не был отмечен ни одним респондентом.

При этом любимая работа для выпускников-бакалавров – не просто сфера трудовой деятельности, обеспечивающая «материальную независимость, постоянный высокий доход». Это инструмент, позволяющий построить успешную карьеру, добиться высокого социального статуса и общественного уважения. Именно в этом контексте работа понимается как «любимая». Значение учебы в университете как элемента профессиональной социализации на четвертом курсе снижается практически в два раза по сравнению с аналогичным показателем на 3 курсе (24,4% против 41,0% на третьем курсе), что характеризует изменение оценки необходимости высшего образования для занятия «любимой работой». Усиливается прагматическая направленность в профессиональной сфере. Соответственно, отношение к преподавателям перемещается в сферу потребительских установок. Если для третьекурсников свойственно уважительное отношение к преподавателям в целом как референтной группе, на выпускном курсе роль преподавателя как носителя и транслятора знаний заменяется ролью активного практика, имеющего собственные разработки, проекты, программы (68%), которые успешно внедрены и приносят ощутимый финансовый доход. (76%). В таких проектах студенты готовы участвовать (57,14% – 3 курс, 40% – 4 курс), но только до окончания обучения в вузе. Оставаться в системе высшего образования и делать карьеру преподавателя или вузовского ученого преобладающее большинство студентов не согласно (86,7%). Лишь отдельные студенты включают сферу научной деятельности в систему профессиональных приоритетов (2,9% – 3 курс, 5% – 4 курс). Но даже в этой группе преобладающая часть будущих магистров и аспирантов ориентирована на применение полученных знаний (и статуса кандидата наук) в реальном секторе экономики или политики, не связанном с научно-исследовательской деятельностью.

В целом научная и научно-исследовательская деятельность находится на самом последнем месте в структуре профессиональных приоритетов. Молодые ученые, по мнению участников исследования, комплектуются из двух категорий студентов. Либо это неудачники, не имеющие шансов на трудоустройство в престижной сфере, либо материально обеспеченные дети богатых родителей, не желающие заниматься конкретной практической деятельностью.

Прагматическая направленность интересов бакалавров проявляется в их недовольстве отсутствием или слабыми контактами вуза с бизнес-структурами и работодателями, связи с успешными выпускниками,

которые могли бы помочь в трудоустройстве, и практически полной индифферентностью вузовских структур в отслеживании послевузовской карьеры выпускников. 22,8% студентов третьего и 40% выпускного курса считают, что вуз должен оказывать своим студентам помощь на первом этапе построения профессиональной карьеры.

Почти половина (42,3%) студентов третьего курса считает крайне сложным устройство на работу по специальности. Это мнение поддерживают 69,0% студентов четвертого курса. Такая ситуация приводит к замещению в структуре профессиональных приоритетов студентов вузов ценность работы по специальности деятельностью, близкой к профессиональной, либо не связанной с базовой специальностью совсем. Значительное число студентов очной формы обучения, совмещающих учебную деятельность с трудовой, совершенно не связанной с будущей профессией, остаются в этой сфере и после получения диплома.

Полученные данные позволяют сделать вывод об изменении содержания процесса профессиональной социализации обучающихся в системе высшего образования. Если ранее социальная среда ВУЗа активно участвовала в формировании профессиональных планов студентов, а преподаватели являлись для студентов, обучавшихся по форме специалитета, референтной группой [1], то на формирование системы профессиональных приоритетов бакалавров значительно большее влияние оказывают внешние факторы – поддержка и материальное положение родителей; престижность получаемого образования; наличие связей, обеспечивающих возможность последующего трудоустройства. Соответственно, будущие специалисты рассматривают высшее образование как самодостаточный процесс, итогом которого является приобретение не профессии, а диплома как документа, подтверждающего право его обладателя на трудовую деятельность определенного уровня, не ограниченную полученной специальностью. Такое отношение к профессии проявляется в выборе направления магистерского образования, не связанного или противоположного специальности, приобретенной в системе бакалавриата.

При построении иерархии сфер профессиональной деятельности (профессиональных приоритетов) основной акцент делается на возможность материального и статусного обеспечения достойной личной жизни, благосостояния семьи и сохранения здоровья. Пребывание в ВУЗе в значительной степени оценивается как общение с одногруппниками, организованный досуг и участие в развлекательных мероприятиях, не имеющих прямого отношения к будущей профессиональной деятельности.

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод об изменении критериев формирования структуры профессиональных приоритетов бакалавров старших курсов по сравнению с их ровесниками, обучавшихся по прежней программе подготовки специалистов. Студенты-специалисты ориентировались на содержание профессии и ее соответствие личным интересам и качествам, профессиональная деятельность занимала достаточно высокое место в структуре терминальных ценностей наравне с семейными ценностями и ценностями самореализации и саморазвития. Такое отношение в настоящее время сохраняется у выпускников общеобразовательных учреждений, представляющих контингент абитуриентов вузов [2]. Однако после некоторого, весьма короткого этапа обучения в вузе мнение о будущей профессии и, соответственно, расстановка профессиональных приоритетов, существенно меняется, а вуз воспринимается не как «alma mater», а рядовое учреждение сферы услуг, с которым устанавливаются четко фиксированные коммерческие отношения.

Современная студенческая молодежь относит профессиональную деятельность к инструментальным ценностям и исходит из ее возможности обеспечить личное благоденствие. Ни саморазвитие, ни самореализация не связываются выпускниками с профессиональным ростом и повышением квалификации. Коммерческая ориентация системы высшего образования, постоянное расширение спектра платных услуг, стремление к увеличению коммерческих студентов переносит ответственность за трудоустройство и результат дальнейшей профессиональной деятельности на самих обучающихся и их семьи. Расширение перечня сфер профессиональной деятельности, работать в которых разрешается только специалистам с соответствующим базовым образованием, вынуждает выпускников вузов постоянно включаться во все новые формы образовательного процесса и, соответственно, оплачивать такое обучение.

В таких условиях постепенно формируется массовая установка на процесс получения разнообразного образования как образ жизни. Для нынешнего поколения молодежи такая ситуация не может считаться массовой, но она свидетельствует о несбалансированности общественных реформ и отсутствии достаточно обоснованной и продуманной стратегии модернизационного процесса системы высшего образования.

Список использованных источников:

1. Тихонова Е.В., Мишина Г.Н. Профессиональная социализация студентов в современном российском вузе. М.: Издательство Московского Гуманитарного Университета, 2014.

2. Тихонова Е.В., Дианина Е.В. Профессиональное самоопределение московской учащейся молодежи: социологический анализ// Вестник университета (Государственный университет управления) – М.: ГУУ. - 2016. - №10 с.243-248.

©Тихонова Е.В., 2017

УДК 159.922.7

ВЛИЯНИЕ ИГРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПСИХИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕБЕНКА

Уколова Ю.В., Тимохин В.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Проблема детской игры всегда была актуальной. Игра всегда применялась в качестве одного из главных и важнейших средств обучения ребёнка, задолго до того, как стала предметом научных исследований и экспериментов. Опыты и исследования зарубежных и российских специалистов по психологии выявили, что игра является основной деятельностью, которая обеспечивает многостороннее развитие ребёнка дошкольного возраста. В роли интенсивного средства обучения и воспитания продолжают выступать игровые технологии.

Игровые технологические процессы являются одной из уникальных и выдающихся форм обучения, которые позволяют сделать увлекательными, интересными и захватывающими работу детей. Игры, направленные на психические процессы, делают положительно окрашенной и эмоционально выраженной однообразную, монотонную деятельность ребёнка по закреплению, повторению и запоминанию информации. Эмоциональность игрового явления, пробуждает все без исключения психологические функции дошкольников. Дети усваивают главные стороны человеческих отношений, сформировав игровую ситуацию, которая будет реализована на протяжении взросления ребёнка вплоть до подросткового возраста.

Игра рассматривается с разных научных позиций. Например, влияние игры с позиции психологии направлено на психическое развитие дошкольника с помощью психических процессов, от простых до самых сложных, таких как: внимание, воображение, память и мышление.

Игровые технологии, направленные на развитие внимания у ребёнка, подразделяются на формирующие произвольное и непроизвольное внимание. При выполнении игровых правил и условий у детей возникает

потребность концентрации на определенном виде деятельности. Подвижные и дидактические игры, требуют от ребенка сконцентрированного внимания в течение целой игры вплоть до завершения. Безусловно, потеря внимания приводит к проигрышу, либо недовольству детей, что сказывается на его социальном статусе. Продолжительность внимания и формирование объема совершается постепенно и непосредственно связано с интеллектуальным и умственным развитием детей. При этом очень важно развивать именно произвольное внимание, как волевой компонент. На уровне интереса детей применяется непроизвольное внимание, которое обусловлено тем, что проявляется без усилия и без наличия поставленной цели и, как правило, связано с рефлекторными установками. Так же оно поддерживается и устанавливается независимо от сознательного намерения ребёнка.

Поэтапный переход от непроизвольного внимания к произвольному совершается в дошкольном возрасте. Способность сосредоточиться на задании, даже если оно не интересно ребёнку подразумевает произвольное внимание, но этому необходимо обучать детей, в частности используя игровые приемы. Произвольное внимание обычно представляется как активное, а непроизвольное – как пассивное.

Игровые технологии так же могут быть направлены на развитие мышления. Мышление – это развитие, целенаправленное использование, возможное лишь в том случае, если оно направлено на разрешение каких-либо идей и задач. Игра оказывает постоянное влияние на интеллектуальное и умственное развитие детей. Воспитанник, действуя с предметами-заместителями, наделяет их новым названием и действует с ними в соответствии с названием, а не по прямому назначению. Предмет-заместитель считается опорой для мыслительной работы. Основой для познания реальных предметов служат действия с заместителями.

Формирование мышления ребенка совершается 3-мя главными формами мышления: наглядно-образным, наглядно-действенным и логическим.

Наглядно-образное мышление – это когда дошкольник научился выделять, сопоставлять самое существенное в предметах и может осуществлять свои действия, ориентируясь не на ситуацию, а на образные представления.

Наглядно-действенное – это мышление в действии. Оно формируется в ходе применения игровых приемов и методов обучения в процессе реализаций действий, игр с предметами и игрушками.

Многочисленные дидактические игры ориентированы на развитие логического и образного мышления. В ходе обучения детей создается

логическое мышление и выявляется способность находить и распознавать причинно-следственные взаимосвязи, выводы.

Процесс мышления взаимосвязан с таким психическим процессом как память, так как мышление опирается на опыт ребенка, воспроизведение которого невозможно без образов памяти.

В технологии игры у ребенка возникает потребность в запоминании и воспроизведении информации: распределение ролей, условия и принципы игры, игровые действия. В случае если дошкольник никак не может запомнить правила и условия игры, он будет негативно восприниматься и оцениваться ровесниками, что приведет к «изгнанию» из игры. В течение всего дошкольного возраста происходит формирование памяти.

Так же ещё один психический процесс, такой как воображение, не может обойти стороной игровые технологии. Чем больше у ребёнка развито воображение, тем сложнее и интереснее становятся образы, создаваемые им. При этом сверстники часто дают друг другу независимую оценку, распределяя роли так, чтобы всем было интересно играть. Это означает одно: проявление воображение приветствуется, а значит, происходит его развитие.

Игра оказывают огромное влияние на воспитание характера, ума, создает духовный настрой, способствуют воспитанию дисциплины, воли, настойчивости в преодолении трудностей. Игры приучают детей к честности и правдивости, формирует высокую нравственность. В играх проявляются самые лучшие качества: благородство, доброта, самопожертвование ради других, взаимовыручка.

Таким образом, если с ребёнком занимаются игровой терапией регулярно, он приобретает умение распоряжаться собственным поведением, проще переносит запреты, становится наиболее гибким в общении и менее застенчивым.

Игра – главный развивающий фактор, направленный на психологическое формирование детей. Для играющих игра всегда радостна, если в игре возникают отрицательные эмоции, то она прекращается. Игра позволяет установить, к чему же ребёнок стремится и в чём же нуждается. Индивидуальное становление ребенка непосредственно происходит в игре, развитие абсолютно всех его психических процессов, усваивание общественных взаимоотношений. Игровая деятельность оказывает воздействие на произвольность деятельности, что напрямую сопряжено с волевыми функциями.

Список использованных источников:

1. Брунер Дж. Психология. -М.: изд. Прогресс. 1997.

2. Васильева Н.Н., Новоторцева Н.В. Развивающие игры для дошкольников. – Ярославль.: изд. Академия развития, 2001.

3. Выготский Л. С. Игра и ее роль в психическом развитии ребенка. Вопросы психологии. – Ленинград.: изд. Спб, 1966. - №6. 516 с.

4. Губанова О.В., Левкина И.С. Использование игровых приемов на уроках. Начальная школа, 1997, №6. 46с.

5. Игра как нестандартная форма учета знаний. Начальная школа, 1994, №12. 11с.

6. Карпова Е.В. Дидактические игры в начальный период обучения. – Ярославль.: изд. Академия развития, 1997.

7. Минский Е. М. От игры к знаниям. - Москва.: Просвещение, 1986.

©Уколова Ю.В., Тимохин В.В., 2017

УДК 316.772.2

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ VS ОБРАЗ В РЕКЛАМНОЙ ФОТОГРАФИИ: ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ

Филенко Ц.С., Тимохович А.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Рекламную фотографию можно рассматривать как отдельный вид фотоискусства, а также как инструмент маркетинговых коммуникаций. Традиционно рекламная фотография может быть использована в печатных СМИ, в наружной рекламе, в корпоративной продукции компании, в каталогах, буклетах, проспектах, в постерах, при оформлении упаковки товаров. С развитием интернет-коммуникаций рекламная фотография проникает в пространство интернет, в частности, начинает использоваться на сайтах компаний, в баннерной рекламе, в рекламе в социальных сетях.

Остановимся на социально-психологических особенностях конструирования и восприятия образа в рекламной фотографии.

Любое направление искусства связано с созданием художественного образа. Образ в рекламной фотографии имеет общее с художественным образом в плане отображения эстетических категорий, однако, отличается от художественного образа по смыслу и обозначенным целям [1].

Разработка художественного образа опирается на эстетические категории. Эстетические категории прекрасного, возвышенного, комического, трагического, безобразного могут иметь место в рекламной фотографии, однако, имеют некоторые ограничения, связанные с

особенностями восприятия рекламного контента. Следует отметить, что наиболее эффективными для рекламной фотографии с точки зрения коммуникативной эффективности являются категории, которые вызывают положительные эмоции и создают благоприятный психологический фон восприятия рекламной фотографии [2]. Категории трагического и безобразного в определенных случаях уместны в рекламной фотографии, в частности, при отображении социальных проблем. Однако в большинстве случаев данные категории вызывают барьеры восприятия, отторгаются реципиентами.

Остановимся на общих чертах художественного образа и образов, конструируемых в рекламной фотографии.

Во-первых, художественный образ соединяет в себе отображение объективной реальности и субъективного восприятия творца. Данный феномен свойственен и рекламной фотографии, в рамках которой художник конструирует свое видение, свой подход к отображаемым объектам.

Во-вторых, независимость от времени. Произведения искусства могут быть востребованы в течении неограниченного отрезка времени, быть актуальными и привлекающими внимание людей в течении длительного периода времени. В рекламной фотографии мы также замечаем ситуацию актуальности и востребованности фотопродукта в неограниченном временном промежутке. Следует отметить, что рекламная фотография формирует лояльность к бренду. В связи, с чем можно предположить, что рекламная фотография связана с этапами жизненного цикла товара, и по мере спада присутствия товара на рынке актуальность рекламной фотографии будет снижаться. Однако опыт российской и зарубежной практики показывает, что в ряде случаев рекламная фотография остается актуальной и привлекающей внимание потребителей даже после ухода бренда с рынка [8]. Речь идет о высокохудожественных рекламных фотографиях, которые по согласованию с компанией-производителем бренда могут быть экспонированы в качестве объектов искусства.

В-третьих, условная связь с реальностью. Действительно, художественный образ и рекламный образ не являются тождественными действительности. Они лишь обобщают, типизируют, конкретизируют отображаемые объекты действительности. Существует стереотипное представление о том, что в процессе фотографирования осуществляется точное копирование объекта действительности. С данным стереотипом можно не согласиться по причине активной деятельности фотохудожника, который подбирает место съемки, ракурс, позиции, световое оформление,

дополнительные атрибуты, то есть конструирует особую реальность для фотосъемки.

В-четвертых, саморазвитие художественного и рекламного образов. На первом этапе образ, как художественный, так и рекламный, можно рассматривать в качестве квази-объекта, полностью соответствующего авторской идее. На втором этапе этот объект начинает развиваться самостоятельно: объект экспонируется разным группам людей, воспринимается ими с различных точек зрения, интерпретируется по-разному. Исследования доказывают, что часто бывают значительные расхождения между идеей, заложенной автором в созданное произведение, и тем, как представители целевых групп трактуют смысл произведения, наделяя его новыми аспектами и нюансами [9].

В-пятых, историческая вариативность. В процессе создания произведений искусства внешняя среда, исторические реалии оказывают воздействие на деятельность творца и на особенности отношения к создаваемому произведению в разные периоды времени [3]. В ходе работы над рекламной фотографией фотохудожник также испытывает влияние со стороны внешнего окружения, общественные ситуации активизируют специфику создаваемых фотопродуктов. Можно сделать вывод о том, что создаваемые художественные и образы в рекламной фотографии по-разному воспринимаются в разные исторические периоды, то есть обладают исторической вариативностью.

Рассмотрим основные этапы развития образа в рекламной фотографии.

На первом этапе фотохудожник работает над образом-замыслом, то есть непосредственно над идеей, которая в дальнейшем будет воплощена в фотопродукте [5]. Образ-замысел в рекламной фотографии связан с целью создания рекламного продукта, которую обычно диктует заказчик, однако, фотохудожник с помощью различных креативных техник, творческого мышления определяет основную идею и подходы к ее воплощению.

На втором этапе фотохудожник применяет различные средства для достижения обозначенной цели, то есть образ-замысел трансформируется в образ-реализацию. Воплотить идею в образ для рекламной фотографии можно посредством различных приёмов и техник: ретуширование, использование разного типа освещения, в том числе софтбокса, работа с отражателем, использование длинной выдержки, съемка с квадрокоптера, применение фильтров, работа с разным углом обзора, композиционные техники. Данный этап сопровождается визуализацией и опредмечиванием разработанной на предшествующем этапе идеи [6].

Поскольку в рекламной фотографии отсутствуют слоган и другие элементы вербальной коммуникации, то перед фотохудожником стоит непростая задача с помощью изображения донести смысл рекламного сообщения до представителей целевой аудитории [7]. На третьем этапе на первый план выходит образ-восприятие, который должен быть адаптирован под особенности конкретной целевой группы, на которую будет направлено рекламное сообщение. Действительно, восприятие образа в рекламной фотографии представителями целевых групп зависит от психологических особенностей людей, от их способности воспринимать информацию в образном виде, от особенностей интерпретации символов, запечатленных в рекламной фотографии [10]. Немаловажными являются факторы, оказывающие влияние на состояние человека в конкретный момент времени, в котором происходит контакт реципиента с рекламной фотографией, а также социокультурные факторы, оказывающие влияние на предшествующий опыт человека. То есть человек, сталкиваясь с рекламной фотографией, воспринимает ее сквозь призму тех знаний, идей, образов, с которыми он имел дело в прошлом [4]. Человек демонстрирует индивидуальность восприятия, которое выражается в различных эмоциональных откликах на рекламное сообщение.

В заключении отметим, что конечной реакцией на восприятие коммерческой рекламной фотографии, ожидаемой от представителей целевых групп, является принятие решения о покупке изображенного в фотографии товара. Однако принятие решение о покупке и совершение покупки может быть опосредовано промежуточными реакциями, являющимися не менее значимыми, с точки зрения создания и коммуникативной эффективности рекламного образа. Здесь мы можем говорить о привлечении внимания к рекламной фотографии (способность реципиента выделить конкретную рекламную фотографию среди других), о формировании интереса к рекламному образу (способность реципиента удерживать внимание на изображении, различать детали изображения), о формировании отношения (актуализации дополнительных эмоций под воздействием рекламной фотографии). Данные реакции требуют дальнейшего изучения.

Список использованных источников:

1. Анашкина Н.А. Рекламный образ. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

2. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. -М.: Архитектура – С, 2012.

3. Иттен И. Искусство формы. Мой форкурс в Баухаузе и других школах. -М.: Изд-во Д. Аронов, 2016.

4. Кандинский В.В. О духовном в искусстве. -М.: Эксмо, 2016.

5. Косенко П. Живая цифра. Книга о цвете, или как заставить дышать цифровую фотографию. -М.: Тримедиа контент, 2013.

6. Назайкин А. Н. Иллюстрирование рекламы. -М.: Эксмо, 2005.

7. Петерсон Б. Как фотографировать людей. За рамками портрета. -СПб: Питер, 2013.

8. Тангейт М. Всемирная история рекламы. -М.: Альпина Паблишер. 2016.

9. Тимохович А.Н. Особенности восприятия антитабачной социальной рекламы молодежью в зависимости от ценностных ориентаций // Материалы 21-й международной научно-практической конференции «актуальные проблемы управления 2016». М.: ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2016, с.78-82

10. Aaron Asadi. Senior’s Edition Digital Photography. Imagine Publishing, 2014.

©Филенко Ц.С., Тимохович А.Н., 2017

УДК 316

НАЦИОНАЛИЗМ И ПАТРИОТИЗМ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Филимонова А.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Формирование национализма в России в различные исторические периоды ее развития; современное поколенческое восприятие явлений патриотизма и национализма; необходимость патриотического воспитания современной молодежи – это вопросы наиболее ярким подтверждением актуальности, которых являются всевозможные обсуждения в обществе и на различных интернет-ресурсах. Если говорить только о Российской Федерации, то особенно часто подобные «дискуссии» можно наблюдать в безнравственном отношении к гражданам бывшего СССР, представителям кавказских и прибалтийских национальностей, а в последнее время к ним также прибавились агрессивные выпады в сторону украинского народа. Характерной особенностью нашего времени стали ксенофобия, враждебность в отношении других этнических групп, неаргументированная ничем агрессивность, которые не вырабатывались автономно, а построены исключительно на определенных стереотипах [1, с. 29-31].

Возникнув в глубокой древности, в различные исторические эпохи патриотизм носил соответственно различное социальное содержание [2, с.

160]. Со своей точки зрения его рассматривали история и политология, социология и этнология, а также отдельные направления в психологии, что позволило описать этот феномен как самостоятельный комплексный объект, входящий в структуру общественного сознания.

Так, патриотизм упоминается в связи с любовью к отечеству, гордостью за него, преданностью его традициям, культуре и истории, с ощущением морального долга встать на защиту его и его интересов. Кроме того, он признает право на самобытность других обществ, их собственную ценность и возможность существовать, избегая любой конфронтации между собой. Под патриотизмом также понимается ощущение необходимости включения индивида в народную сообщность, его ценности. Одна из сторон патриотизма – сохранение народом своей самобытности и индивидуальности, поэтому среди его функций особенно важны следующие:

объединение государства;

сохранение нации единой и целостной с территориальной, культурной, государственной и экономической точек зрения.

Феномен патриотизма весьма разносторонен и проявляется в высших чувствах. Если рассматривать его на примере отдельно взятого индивида, то становится очевидно, что патриотизм является особенностью личности, такой же, как поведенческие нормы, ценности, параметры оценивания различных социальных явления и т.д. [3, с. 1312].

Иными словами, патриотизм является чувством привязанности, сопровождается общностью идеалов и интересов, готовностью все свои силы и ресурсы отдать во благо Родине [4, с. 736].

Современный нашему поколению российский патриотизм сопровождается формированием чувства толерантности, стремлением к открытому межкультурному диалогу с целью сохранить страну единой и в гармоничном согласии между гражданами. Он нацелен на то, чтобы создать и закрепить в мире образ «мы – россияне», а также сформировать единую нацию и сплотить российское население, невзирая на его этническую и конфессиональную принадлежность.

Самостоятельное угасание патриотизма можно рассматривать как наиболее верный признак кризиса в социуме, а действия по его разрушению искусственным путем приведут к уничтожению народа.

Национализм в том виде, в котором его понимают сегодня, сформировался примерно в XVIII в. в качестве протеста против национального угнетения и бесправия вследствие расширения возможностей для коммуникации между этническими представителями и возникновения у них единой национальной идентичности. В этом случае

национальная идеология действительно играла прогрессивную роль и всячески способствовала объединению нации и созданию автономных государств, а также развитию национальных интересов и культуры. Но в современном нам мире государство уважает человеческие права и свободы, а нации между собой равноправны, поэтому национализм постепенно утрачивает любой гуманный и прогрессивный смысл.

Словари дают следующие варианты толкования понятия «национализм» [3, с. 1312]:

идеология и политика, которая исходит из позиции национального превосходства и противопоставления собственной нации иным;

система ценностных и идейных ориентаций, которые сходятся в том, что национальные идеи доминируют в политической жизни общества;

идеология и политика, проводимая в национальном вопросе, которая базируется на толковании нации в качестве высшей ценности и действительной основы автономного государства.

В случае, когда национализм сопровождается идеей превосходства и исключительности отдельной нации, он часто может принимать свои крайние формы (как например шовинизм) и по содержанию своему приближается к расизму, а также может сравнительно быстро привести к различным уровням по остроте и масштабности конфликтам внутри государства и за его пределами.

Крайней степени радикальности является такая форма национализма, как фашизм. Здесь нация есть наивысшая и вечная целостность, которая основана на единстве крови; при этом есть нации низшие и высшие – вторые обязаны господствовать над первыми и подавлять все их попытки к сопротивлению. Примером этому может служить итальянская идеология, которую продвигал в первой половине XX в. Муссолини.

Как правило, идеи и ценности национализма получают распространение через действия политической и правящей элиты, поскольку таким образом можно отвлечь народ от сделанных ими неудач и ошибок, а также от освещения корыстности поставленных ими целей. В наше время национализм проявляется в формах изоляционизма и сепаратизма, которые рвут естественные связи между отдельными народами и приносят урон составляющим их гражданам [5, с. 174].

Изложенное выше показывает, что национализм и патриотизм представляют собой понятия сложные, многогранные и могут быть истолкованы самым нестандартным образом, зачастую – не то что некорректным, а в корне неверным. Поэтому возникает вопрос о том, как же связаны и как соотносятся между собой феномены патриотизма и национализма.

В общем смысле патриотизм необходимо понимать, как любовь к Родине, преданность ей и стремление своими действиями служить на благо её интересов. Он базируется на следующих тезисах: государство превыше всего, ничего против государства и все для него, поскольку для истинного патриота это есть наивысшая ценность, а нация представляет собой лишь средство его создания.

Национализм в свою очередь понимается как политическая идеология, которая базируется на убеждении о том, что нация составляет главную ценность и высшую форму общественной цельности. Эта идеология подразумевает верность и преданность граждан относительно своей нации и их стремление сберечь свои территорию, систему ценностей (нравственных и духовных) и ресурсы.

Для этих понятий характерны две общие черты:

неприятие позиции космополитизма, который ставит интересы человечества выше интересов отдельно взятых государств;

любовь к собственной истории, родной культуре и языку, интерес к фольклору.

Различия между ними заключаются в отношении к нации, государству, его территории и политике действий.

И патриоты, и националисты сходятся в том, что коммуникация в обществе должна происходить на родном для него языке. Таким же образом необходимо организовать политику в образовании. Они замечают, что, когда многие великие литераторы и учёные проявляют интерес к национальной культуре, это благотворно сказывается на развитии популяризации истории и литературного языка.

Если рассматривать проявления патриотизма в современной России, можно заметить, что бурный всплеск его в молодежной среде вызван скорее фактом противостояния России, Европы и Запада и обладает направленностью на «внешнего врага». По этой причине необходимо давать показателям патриотизма максимально объективную и трезвую оценку, поскольку в данном случае патриотизм не пропущен сквозь призму преемственности поколений и исторической памяти. Он по сути своей ситуативен и может исчезнуть с такой же самой легкостью, как и возник.

В случае российской молодежи нашего времени тяжело найти эффективные механизмы наращивания уровня патриотизма, поскольку единая система, нацеленная именно на патриотическое воспитание молодых людей, сегодня разрушена практически до основания и восстановить ее будет сложно как на организационном, так и на ресурсном уровнях [6, с. 84-88]. Как правило, личностные убеждения усваиваются

большей частью в детстве и юном возрасте, по причине чего эта категория чаще попадает под негативное воздействие окружения (и разнообразных национальных движений в том числе). Сперва это может проявиться в нежелании идти на контакт с другими этносами и проведении четких границ между собственной и любой другой нациями; после этого возникает этноцентризм; в финале ситуация выходит за рамки мирных отношений и начинаются межнациональные конфликты различного характера и степени накала. Такое поведение может присутствовать только в начальных стадиях, а может быстро развиваться из одной стадии в другую. Причинами ускорения развития национофобизма у российской молодежи называют следующие:

Исторические противостояния между русскими и представителями иных этносов (например, чеченский конфликт);

Недостаточность знаний о происходящих процессах в стране;

Рост миграционных процессов и приток мигрантов из других стран;

Неуважение со стороны мигрантов к коренному русскому этносу;

Новые конфликты политического и террористического характера;

Ухудшение условий жизни в России в последние годы.

Кроме особенностей российской повседневности, необходимо отметить еще одну важную причину: государственная молодежная политика практически не развита в стране. Организации молодежного досуга уделяется совсем мало внимания (там, где оно вообще ему уделяется) и он, как правило, требует определенных финансовых возможностей, которых у молодого человека просто нет в силу некоторых обстоятельств. Недовольство качеством жизни, наличие устоявшейся ценностной системы и умение анализировать текущую обстановку приводит к тому, что молодежь все чаще вступает в ряды националистов, которые под эгидой патриотического, физического и духовного развития направляют их на путь радикализма [7, с. 137-147].

Причины развития национализма среди молодежи следующие:

1) Исторические противостояния между русскими и представителями иных этносов (например, чеченский конфликт);

2) Недостаточность знаний о происходящих процессах в стране;

3) Рост миграционных процессов и приток мигрантов из других стран;

4) Неуважение со стороны мигрантов к коренному русскому этносу;

5) Новые конфликты политического и террористического характера;

6) Ухудшение условий жизни в России в последние годы;

7) Отсутствие адекватной молодежной политики в государстве.

При этом в целом для России сегодня свойственно национально-патриотические подъемы и порывы.

Национализм и патриотизм в современном нам мире играют особенно важную роль, по причине чего необходимо тщательно разбираться в их особенностях и существующих проблемах. Особенно остро проявляется национализм и патриотизм в молодежной среде, поскольку именно молодые и не до конца сформировавшие свое мировоззрение личности являются наиболее легко внушаемой частью общества и запросто присоединяются к различным массовым движениям. Поэтому необходимо дополнительно и всесторонне освещать и повышать уровень образования в националистических и патриотических вопросах.

Список использованных источников:

1. Воспитание патриотизма в молодежной среде // Пресс-конференция В. Сундакова в РИА НОВОСТИ от 29.10.2014. – 2014. – URL: http://sundakov.ru/vospitanie-patriotizma-v-molodezhnoy-srede-press-konferentsiya-v-sundakova-v-ria-novosti-polnaya-versiya/ (дата обращения: 13.11.2017); Шуберт Ю. Ф., Феоктистова М. М. Что такое патриотизм и патриотическое воспитание // Среднее профессиональное образование. – 2011. – № 8. – С. 29–31.

2. Аксенова А. Г., Слаутина М. В. Исторический словарь. – Екатеринбург: Урал. изд-во, 2002.

3. Современная энциклопедия. 2000. URL: http://slovariki.blogspot.com/2015/08/2000.html (дата обращения: 13.11.2017).

4. Социология: Энциклопедия. / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. – Мн.: Книжный Дом, 2003.

5. Карамзин Н. М. О любви к Отечеству и народной гордости / Сост. А. Ю. Минаков, С. В. Хатунцев, Н. Н. Лупарева; под ред. О. А. Платонова. – М.: Институт русской цивилизации, 2013.

6. Учебный социологический словарь / Под ред. С. А. Кравченко. – М.: Анкил, 1997.

7. Насибова И. Н. Формирование патриотизма в молодежной среде российского общества: теоретические проблемы исследования // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 6-1. – С. 84–88.

8. Пинаев П. В., Яцкевич Ю. Ю. Национализм в молодежной среде современного российского общества // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2014. – № 3 (19). – С. 137–147.

©Филимонова А.В., 2017

УДК 332: 159.9

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗРАБОТКИ УПАКОВКИ ТОВАРОВ

Царева А.А., Черноусова Н.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

При выборе товара покупатель в первую очередь обращает внимание на саму упаковку изделия, смотрит на ее целостность, читабельность текста, но помимо этого важную роль играет композиция и цветовое сочетание изображения. Эти факторы зачастую влияют на выбор покупателя значительнее, чем реклама. Восприятие упаковки задействует разные каналы коммуникации потребителей: зрение, слух, вкус, обоняние, тактильные ощущения, температурные ощущения, вибрацию, боль, положение тела в пространстве (вестибулярные ощущения), кинестетические ощущения, ощущение внутренних органов. Многие из атрибутов упаковки вызывают у потребителей скрытые ассоциации и являются инструментом психологического воздействия упаковки на потребителя. Выбор композиционного решения должен быть осознанным. Есть два основных типа композиции [4]:

1. симметричная – базируется на устойчивом равновесии составляющих элементов. Она внушает:

приверженность производителя традициям, соблюдение старинных рецептов и способов изготовления товара; консерватизм, не подвластность изменчивой моде;

любовь к порядку, серьёзность, продуманность;

постоянство и ответственность, солидность, надёжность, требовательное отношение производителя к своей продукции, устойчивое положение на рынке;

официальность, идеи государственности (большинство государственных гербов симметричны).

2. асимметричная – основана на динамическом равновесии, когда динамика одного элемента уравновешивается динамикой другого. Она ассоциируется со следующими образами:

свобода, раскованность, динамичность, энергия, напор, активность;

сила, агрессивность;

новизна, революционность.

Немаловажную роль играет то, как написано и что на нашем продукте написано, поэтому есть определённые закономерности влияния

графики на восприятие человека. Самый простой способ привлечь внимание – это большой размер надписи. Также нужно правильно расположить текст в пространстве, если он расположен по восходящей линии, то это воспринимается как нечто позитивное, а если с нисходящим наклоном, то воспринимается подсознательно негативно, как линия пессимизма, упадка. Обычно важная информация может быть отображена в круге, в фигуре в виде «солнца» или «ромашки». Данные графические образы воспринимается позитивно, как нечто радостное, теплое и легкое.

Многие компании уделяют большое внимание цвету упаковки, так как именно он в первую очередь привлекает покупателя. Изучение физиологических процессов человека показывает, что цвет вызывает самый быстрый и широкий отклик на бессознательном уровне. Цвет существенно влияет на психоинтеллектуальное состояние человека. Исследования показывают, что 80% цвета и света «поглощаются» нервной системой и только 20% – зрением [2]. Самые главные цвета – это белый и чёрный. Белый цвет ассоциируется с чистотой, следовательно, вызывает положительные эмоции. Обычно он является хорошим фоном для хроматических цветов. Чёрный цвет вызывает негативные эмоции, чувства опасности и настороженности, так как ассоциируется с мраком, тьмой, цветом ночи. Он также является хорошим фоном для хроматических цветов, как и белый. Красный настраивает на решительность, активность. Этот цвет в первую очередь вызывает возбуждение, беспокойство. Розовый – цвет любви, усиливает чувства, люди становятся более внимательными. Голубой – цвет мира и гармонии. Зелёный – воспринимается как свежий, ассоциации с природой, олицетворяет гармонию. Этот цвет расслабляет и уравновешивает [1]. Но необходимо учитывать, что у каждого цвета есть большое количество оттенков, а каждый оттенок различен в восприятии. В целом эти цвета являются более «съедобными» и их активно используют в оформлении упаковок продуктов питания.

Так, например, морепродукты ассоциируются с зелёным, синим цветом; овощи – зелёным, жёлтым, красным; мясные продукты – красным. Красный цвет в упаковке пищевой продукции, может выражать от сладкого до острого вкуса. Все зависит от оттенка и от продукта, который мы хотим продать. Зелёный активно применяется в молочной промышленности, как сигнал биопродукта. А в табачной продукции оттенки этого цвета означают наличие ментолового свежего вкуса. Разные оттенки желтого ассоциируются с разными продуктами, от вкусного «хлебного», до чего-то кислого «лимонного». Этот цветовой разброс удивителен и коварен одновременно. Неточное «попадание» цвета

мгновенно изменит ощущение от приятного пищевого до химического «несъедобного».

Цвета влияют не только на восприятие вкуса товара, но и на качество. Например, использование золотого цвета на упаковке обычно говорит о высоком качестве товара, но если явно «переборщить» с ним, то продукт будет казаться наоборот дешёвым. При создании упаковки дизайнер должен учитывать географический, культурный, национальный и возрастной уровень того рынка, для которого предназначен товар. Так, например, в основном в товарах для младенцев используется голубой (для мальчиков) и розовый (для девочек) цвета. Женщин сильнее привлекает жёлтый и красный тона, а мужчин – синий. Кроме цвета, соблазняют покупателей изображения на упаковке, например, уже готовой «тёплой» пищи, которая как бы ненавязчиво рекламирует этот товар [1].

Также необходимо учитывать сочетаемость цвета упаковки и цвета шрифтов (особенность, выявленная психологом Т. Кенигом) [5]. Наиболее эффективные сочетания цвета фона и шрифта, выявленные Т. Кенигом приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Наиболее эффективные сочетания цвета фона и шрифта

Цвет букв	Цвет фона
черный	желтый, белый
зеленый, красный, синий, черный	белый
белый	синий
белый	красный

Если поговорить немного об упаковке и целевой аудитории, то сразу хочется сказать, что упаковка должна точно соответствовать товару и ассоциациям с этим товаром.

В последнее время есть несколько особенно актуальных факторов, которые необходимо учитывать, чтобы вашу продукцию покупали:

Экономия времени. Каждый понимает, что в нынешнем мире каждая минута на счету, поэтому человеку проще купить товар быстрого приготовления в удобной упаковке, нежели тратить время на приготовление ужина на кухне.

Специальная упаковка для разных ситуаций. Потребитель хочет получить упаковку, которая необходима в данный момент потребления. Все начиналось с прохладительных напитков в стеклянной бутылке 0,5 л, но для индивидуального потребления удобнее использовать меньший объем (например, 0,33 л), поэтому сейчас растёт доля продажи напитков в более мелких упаковках.

Потребление в офисе. Главное требование: легко открывается, не пачкается, содержит одну порцию продукта.

Здоровое питание. Сейчас люди готовы доплачивать за упаковку, сохраняющую свойства продукта.

Таким образом, создание упаковки требует слаженной работы маркетолога-психолога и дизайнера. Грамотно выбранные и подобранные элементы оформления упаковки: шрифты, композиция, цвет – являются мощными психологическими стимулами, влияющими на формирование мнения о товаре у потребителя.

Список использованных источников:

1. Бреслав Г.Э. Цветопсихология и цветовлечение. -М.: Б.С.К, 2000.
2. Голубкова Е. Н. Психологическое воздействие света, цвета, формы и корпоративной символики на восприятие рекламируемого продукта / Е.Н.Голубкова, Ю.А.Мартынцева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2005. - №4. - С. 50-51.
3. Гуревич П. С. Психология рекламы: Историко-аналитическое и философское содержание / П.С. Гуревич. -Ростов н/Д: Из-во «Феникс», 2009.
4. Канаян Р.М., Канаян К.А. Создание упаковки товара // Маркетинг в России и за рубежом -2001. №6. - С.43-47.
5. Кёниг Т. Психология рекламы: ее современное состояние и практическое значение / пер. с нем.-М.: Из-во «Современные проблемы», 1925. -270 с.

©Царева А.А., Черноусова Н.В., 2017

УДК 796:378

ОСОБЕННОСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ, ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ, ТЕХНИЧЕСКОЙ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СПОРТСМЕНОВ В АЭРОБНОЙ ГИМНАСТИКЕ В ПРЕДСОРЕВНОВАТЕЛЬНЫЙ ПЕРИОД

Черноусова Д.С., Андреасян К.Б.
Российский государственный университет
физической культуры спорта, молодежи и туризма

Эффективное управление тренировочным процессом в современном спорте невозможно без четкого представления о структуре соревновательной деятельности и ее компонентах [1]. В литературе по видам спорта со сложной координацией движений встречается определение понятия «соревновательная деятельность» (СД) в узком и широком смысле слова. В узком смысле под соревновательной деятельностью понимают собственно соревновательную деятельность

спортсменов в период непосредственного выполнения соревновательного упражнения. В широком смысле соревновательная деятельность – это целостная динамичная система (часть общей системы подготовки спортсмена), направленная на достижение максимального спортивного результата, который является определяющим фактором ее построения и реализации, включающая ряд взаимосвязанных компонентов: подсистему мотивации, готовности, соревновательных действий, соревновательной нагрузки, поведения [2].

Подсистема мотивации. Она состоит из следующих частей:

а) потребностей в соревновательных отношениях; б) мотивов; в) целей; г) стратегии и тактики, которые вырабатываются исходя из конкретных условий. Подсистеме мотивации отводится одна из ведущих ролей в системе СД.

Подсистема готовности. Среди множества компонентов следует выделить основные: а) техническую готовность – умение выполнять соревновательные упражнения, композиции; б) тактическую – умение вести борьбу в условиях соревнований; в) функциональную – определенный уровень развития физических качеств, функций и систем организма; г) психическую – комплексное состояние боевой готовности к выполнению соревновательных упражнений. Оптимальное соотношение всех компонентов подсистемы готовности обеспечивает необходимый уровень развития спортивной формы.

Подсистема соревновательных действий. Собственно, соревновательные действия (ССД) – это подготовленная в соответствии с правилами соревнований программа упражнений, выполняемых на оценку и определяющих спортивный результат. Основными компонентами ССД в спортивных видах гимнастики являются: а) сложность программы; б) техника выполнения отдельных элементов и всего упражнения в целом; в) выразительность движений; г) ритмическая структура комбинации; д) композиционное построение упражнения.

Подсистема соревновательных нагрузок. В процессе соревновательной деятельности на организм спортсменов воздействует множество факторов, которые определяют направленность, характер и величину соревновательных нагрузок. Основными составляющими данной подсистемы являются показатели физической, физиологической и психической нагрузок.

Подсистема поведения. Информация о восприятии среды, поведении участников соревнований, динамике собственного состояния также во многом обусловливает эффективность соревновательной деятельности.

Среди множества компонентов подготовленности спортсмена к соревнованиям необходимо выделить наиболее значимые: а) соревновательную адаптацию; б) накопленный индивидуальный опыт СД; в) поведение болельщиков; г) соперников; д) партнеров; е) судей; ж) тренера.

Готовность к выполнению соревновательных упражнений, целесообразно оценивать посредством характеристик основных сторон подготовки спортсмена. Физическая, психологическая, функциональная, техническая подготовленность и является компонентами подсистемы готовности спортсмена к соревнованию [3].

Одной из основных задач технической подготовки высококвалифицированных спортсменов является формирование высокоразвитого технического мастерства, т.е. это умение вести успешную соревновательную борьбу в условиях обостренной конкуренции вопреки сбивающим факторам и неблагоприятным обстоятельствам. Его характеризует такой уровень подготовленности, при котором обнаруживается способность технически совершенно (грамотно, стабильно) выполнять гимнастические упражнения различной сложности – от элементарных до сложнейших. Совершенствование технического мастерства – один из важнейших компонентов в технологии интегральной подготовки гимнастов. Техническое мастерство невозможно без овладения оптимальной техники [4].

Каждая из сторон подготовленности формируется специфическими и узконаправленными средствами и методами. Вследствие этого, отдельные качества способности и умения, проявляемые в тренировочных упражнениях, часто не могут проявиться в соревновательных упражнениях. Поэтому необходим особый подход подготовки, обеспечивающий согласованность и эффективность комплексного проявления всех компонентов подготовленности в соревновательной деятельности, отмечает Курамшин Ю.Ф. [5].

Именно интегральная подготовка направлена на объединение и комплексную реализацию различных сторон подготовленности спортсмена – технической, физической, тактической, психологической, теоретической в процессе тренировочной и соревновательной деятельности.

Психологическая подготовка заключается в систематическом использовании средств, формирующих личность спортсмена, его эмоциональную сферу и волевые качества для обеспечения успеха в порте.

Теоретическая подготовка заключается в формировании у спортсменов знаний, касающихся вопросов гигиены, правил поведения на

учебно-тренировочных занятиях и соревнованиях, видах тренировки и их влиянии на организм, разнообразии средств и методов обучения и т.п.

Роль тактической подготовки возрастает по мере повышения квалификации спортсмена, и ее результат проявляется в поведении спортсменов во время соревнований (режим дня, питания в дни соревнований, характер разминки, особенностей «настраивания» на выступление и т.п.) [6].

Интегральная подготовка заключается в объединении различных видов подготовки в одном тренировочном процессе (могут смещаться акценты в связи с преимущественным проявлением двигательной, функциональной или интеллектуальной активности).

Тенденция развития спортивной аэробики заключается в неуклонном росте уровня технического мастерства, высший уровень которого может быть определен как способность безошибочно выполнять конкурентоспособное упражнение в условиях соревновательной деятельности на основе рациональной по форме и эстетичной по содержанию техники. Объективная и субъективная трудность упражнения зависит от ряда факторов, связанных с требованием к подготовленности спортсмена. Это моменты, связанные с техникой и технической подготовленностью, с требовательностью к двигательным (физическим) качествам, к его функциональным возможностям. Только при правильно спланированной (в том числе и индивидуализированной) подготовке по СФП потенциал двигательных возможностей спортсменов будет постоянно улучшаться в соответствии с принципом опережающего развития и эффективно сопрягаться с технической подготовкой на каждом виде деятельности.

Список использованных источников:

1. Еремина Е.А., Критерии оценки соревновательных нагрузок и моделирование предсоревновательной подготовки акробатов высокой квалификации, диссертация Дис. канд. пед. наук: 13.00.04: Краснодар, 2002 160 с. РГБ ОД, 61:03-13/68-0).

2. Пилюк Н. Н. Система соревновательной деятельности в спортивных видах гимнастики// Теория и практика физической культуры. 1998.- № 2. -С.9- 11.

3. Пилюк Н.Н. Мотивация соревновательной деятельности акробатов высокой квалификации // Актуальные вопросы физической культуры и спорта.

4. Смолевский В.М. Нетрадиционные виды гимнастики: Метод.рек. / В.М. Смолевский, Б. К. Ивлев. – М.: Просвещение, 1992.

5. Курамшин Ю. Ф. Спортивная рекордология: теория, методология, практика / Ю. Ф. Курамшин. - М.: Советский спорт, 2005.

6. Андреасян К.Б. Моделирование годичного цикла подготовки в спортивной аэробике: диссертация ... кандидата педагогических наук: 13.00.04. -Москва, 1996. - 180 с.: ил. РГБ ОД, 61 96-13/385-4

©Черноусова Д.С., Андреасян К.Б., 2017

УДК 316.322

ВОЗМОЖНОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ МЕДИЦИНСКОЙ ОДЕЖДЫ

Шенцева Д.О., Бутко Т.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В мировой и отечественной практике моделирования одежды динамично развивается проектирование на основе метода трансформации. Многовариантные модельно-конструктивные и технологические решения швейных изделий позволяют создавать различные виды трансформируемой одежды [1, 2].

Это направление проектирования одежды особенно актуально для медицинской одежды, поскольку такая одежда должна отличаться многообразием функционального назначения и многовариантностью использования. Это связано с необходимостью широкой унификации изделий по размерно-ростовочному ассортименту, а также обеспечения легкого доступа к разнообразным возможным местам выполнения медицинских манипуляций, таких как инъекции, перевязки и т.п.

Предварительный анализ позволил выявить, что в настоящее время метод трансформирования используется главным образом путем применения мелких функционально-отделочных элементов и деталей. Однако, границы метода трансформирования могут быть расширены при условии постановки задачи создания трансформируемых систем изделий медицинского назначения [3, 4].

С целью обобщения характеристик современных аналогов медицинской видоизменяемой одежды и выявления основных элементов для реализации трансформации проведен патентный поиск существующих решений полезных моделей и изобретений одежды.

Поиск проведен в базах данных информационно-поисковой системы ФИПС и российского сегмента интернет-сервиса esp@cenet, локализующегося на сервере Роспатента и включающего источники

патентной информации 72 патентных ведомств мира. Границы поиска лежат в пределах 2009-2017 г.г. Поиск осуществлен по международным классификаторам: A41D 1/00 (одежда), A41D 15/00 (видоизменяемые элементы одежды) [5].

Проведенный патентный поиск российских полезных моделей одежды для сферы медицины с возможностью трансформации позволил выделить следующие направления разработок, как:

предметы одежды для пациентов;

предметы одежды для медицинского персонала.

Анализ работ в направлении создания одежды для пациентов в свою очередь позволил выделить следующие направления деятельности:

разработка разного рода одежды для людей с ограниченными возможностями, в том числе после ампутации верхних/нижних конечностей;

разработка одежды для лежачих больных;

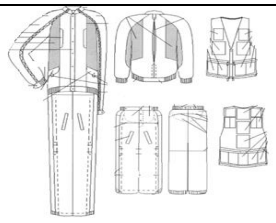
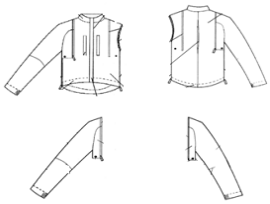
разработка одежды для людей с ДЦП;

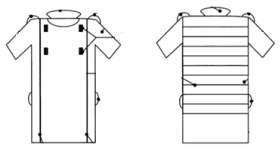
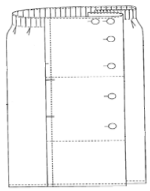
разработка одежды для больных до, вовремя и после операции.

Проведенный анализ современных предлагаемых решений трансформируемой медицинской одежды [5] позволил выявить и систематизировать основные элементы для реализации трансформации в изделиях медицинской одежды (см. табл.).

Таблица

Элементы реализации трансформации медицинской одежды

Наименование элемента	Технический результат использования	Схема элемента
Настрочные ленты-ремни	Образование дополнительных петель-захватов для перемещения колясочников	
Застежки-молнии на рукавах	Обеспечение свободы движения при самостоятельном управлении коляской	
Наличие магнитоэластов в конструкции	Для реабилитационного воздействия на биологически активные зоны инвалида	
Внутренние и внешние предохранительные планки для застежек-молний	Для расположения утяжелителей для детей с ДЦП	

Специальная стежка полотна для расположения в нем резервуаров с воздухом	Для реализации комфортного пребывания лежачих больных	
Пластмассовые замки (фастексы, карабины); фиксаторы застежки на текстильную ленту «велкро»	Для обеспечения оптимальной фиксации брюк на фигуре	
Глубокие бантовые складки по среднему шву спинки и обхвату локтя	Обеспечение эргономики пациента	
Магнитная застежка	Максимальная простота и удобство использования кармана	

Как видно из таблицы, возможности трансформации при проектировании медицинской одежды могут быть реализованы как за счет конструктивно-декоративных элементов изделий – защипов, складок, специализированных застежек-молний, предохранительных планок, настрачных лент-ремней, застежки на текстильную ленту «велкро», так и физико-механических технических устройств – резервуаров с воздухом, магнитоэластов в конструкциях.

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить средства трансформации, на использование которых можно опираться при проектировании новых усовершенствованных моделей медицинской одежды.

Список использованных источников:

1. Звягинцев С.В. Разработка методов комплексного проектирования комплектов взаимозаменяемых и трансформируемых предметов одежды. Дис. … канд. тех. наук-М.: МГУДТ. 1999.

2. БуткоТ.В. Разработка коллекции меховых жилетов и аксессуаров: МНТФ Первые Косыгинские Чтения – 2017. ТОМ 1. Товары народного потребления - М. ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017- с.173-176.;

3. Петушкова Г.И. Трансформативное формообразование в ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА: Дизайн костюма: Теоретические и экспериментальные основы [Текст]/ Г.И. Петушкова, 2015.

4. Гончарова С.А. Развитие приемов морфологической трансформации при проектировании одежды для детей. Дис. … канд. тех. наук – Шахты 2011.

5. Информационно-поисковая система ФИПС. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru.

©Шенцева Д.О., Бутко Т.В., 2017

УДК 37.013

ОЗНАКОМЛЕНИЕ С ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЯМИ СТОЛИЦЫ КАК СРЕДСТВО ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ

Юдина Е.С., Ганичева А.Н.
Московский городской педагогический университет

Патриотизм, как нравственное качество, является результатом целенаправленного воспитания. Поэтому, дошкольное детство – благоприятный период для приобщения ребёнка к национальной культуре.

Патриотизм (греч. patris – отечество) – нравственный и политический принцип, социальное чувство, содержанием которого является любовь и преданность Отечеству, гордость за его прошлое и настоящее, стремление защищать интересы Родины [1].

Патриотическое воспитание – это систематическая и целенаправленная деятельность органов государственной власти и организаций по формированию у граждан высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины [2].

Исходя из вышеперечисленных определений, мы можем сделать вывод, что понятие «патриотическое воспитание» включает в себя разное содержание. Патриотическое воспитание осуществляется с помощью определенных средств и методов. Но главное, что есть в этих определениях – это обогащение знаний о своей Родине, освоение своей культуры и традиций.

В федеральном государственном образовательном стандарте дошкольного образования ставятся цели по патриотическому воспитанию:

создание условий для становления основ патриотического сознания детей, возможности позитивной социализации ребенка, его всестороннего личностного, познавательного развития, развития инициативы и творческих способностей на основе соответствующих дошкольному возрасту видов деятельности. В содержании данного документа отмечается необходимость активизации процесса воспитания патриотизма дошкольника. Дети в этом возрасте очень любознательны, отзывчивы, восприимчивы, способны принимать и понимать информацию, сочувствовать и сопереживать. Для воспитателя это время благодатной почвы. Ведь в этом возрасте происходит формирование духовной основы ребенка, эмоций, чувств, мышления, процессов социальной адаптации в обществе, начинается процесс осознания себя в окружающем мире.

Патриотическое воспитание подрастающего поколения – одна из актуальных задач нашего времени. В настоящее время в России происходит процесс формирования новой системы образования молодежи, переориентация на социализацию личности, формирование активной гражданской позиции, патриотического сознания.

На основе главных целей и задач, стоящих в сфере дошкольного образования, определяется перечень ключевых образовательных компетенций в дошкольном возрасте, среди которых патриотическое и гражданское воспитание дошкольников, приобщение воспитанников к общечеловеческим ценностям: природе, произведениям искусства, являющимся результатами труда и творчества. Особый акцент при этом делается на воспитании любви к родному краю, природе, приобщении подрастающего поколения к культуре, обычаям и традициям народа, его духовным и нравственно-эстетическим ценностям. Ведь, как говорил академик Д.С. Лихачев, «если человек не любит старые улицы, пусть даже и плохонькие, – значит, у него нет любви к своему городу. Если человек равнодушен к памятникам истории своей страны, – он, как правило, равнодушен к своей стране» [3].

Путь воспитания любви к Отечеству выстраивается в логике «от близкого к далекому» – от любви к родителям (к родному дому), к детскому саду, к улице, к городу до любви к родной стране. Важным условием для формирования у детей эмоционально насыщенного образа родного дома и детского сада, который, по сути, должен являться вторым домом для ребенка, могут стать:

эмоционально благополучная атмосфера дома и в детском саду, где взаимоотношения между людьми (взрослыми и детьми) построены на основе доброжелательности и взаимоуважения, господствует личностно-

ориентированный способ общения, ребенок чувствует себя желанным и защищенным;

соблюдение прав ребенка на игру, на досуг, на национальную самобытность, на свою территорию, а также уважение права на собственность;

представление дошкольнику права участвовать в обсуждении программ семейных праздников, некоторых проблем семьи и детского сада;

интересная, содержательная жизнь ребенка в семье и детском саду, предоставление ему возможности быть инициативным, оборудовать свою библиотеку, свой игровой уголок.

бережное отношение взрослых и сверстников к результатам творческой деятельности детей;

упражнение ребенка в проявлении сострадания, заботливости, внимательности к родным и близким, друзьям и сверстникам, к тем, кто о нем заботится в детском саду, и сам нуждается в его участии;

побуждение детей к выполнению общественно значимых заданий, к добрым делам для семьи, родного дома, детского сада;

самостоятельность ребенка в пределах разумного и ответственность за выполнение взятых на себя обязанностей;

предоставление ребенку возможности разнообразно и свободно проявлять свои интересы, иметь личное время для занятий любимым делом;

активное вовлечение родителей в совместную деятельность с ребенком в условиях семьи и детского сада [4].

Таким образом, систематическая работа, проводимая в дошкольных образовательных организациях, позволяет привить дошкольникам первичные знания истории, географии родного края, его особенностей развития и становления. Чувство Родины начинается с восхищения, тем, что видит перед собой малыш, чему он изумляется и что вызывает отклик в его душе. И хотя многие впечатления еще не осознаны им глубоко, но, пропущенные через детское восприятие, они играют огромную роль в становлении личности патриота.

Список использованных источников:

1. Алёшина, Н.В. Патриотическое воспитание дошкольников [Текст]/Н.В. Алёшина. - М.: ЦГЛ, 2005. - 256 с.

2. Халикова Р.Ш. Народное творчество как средство воспитания любви к родному краю //Дошкольное воспитание. - 1988. - № 5

3. Рагимова Л.И. Патриотическое и гражданское воспитание дошкольников в соотвествии с требованиями Федерального

Государственного Образовательного Стандарта [Электронный ресурс], - https://cyberleninka.ru/article/n/patrioticheskoe-i-grazhdanskoe-vospitanie-doshkolnikov-v-sootvetstvii-s-trebovaniyami-federalnogo-gosudarstvennogo-obrazovatelnogo

4. Коваленко О.В. Патриотическое воспитание дошкольников через знакомство с «Малой Родиной» [Электронный ресурс], - https://cyberleninka.ru/article/v/patrioticheskoe-vospitanie-doshkolnikov-cherez-znakomstvo-s-maloy-rodinoy

©Юдина Е.С., Ганичева А.Н., 2017

УДК 316.322

МЕТОД ТРАНСФОРМАЦИИ В ФОРМООБРАЗОВАНИИ ПРЕДМЕТНОГО МИРА

Шенцева Д.О., Бутко Т.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Сведения о трансформации находят свое отражение в технической литературе самых разных областей знаний. Это позволяет судить о том, что создание предметов со структурой, способной к видоизменению, всегда составляло одно из существенных направлений в формообразовании предметного мира. Трансформация существует как часть художественной модели мира и как одно из звеньев творческого метода [1].

Целью работы является исследование многообразия приемов и способов трансформации в различных инженерных областях для их использования с целью расширения и обогащения ассортимента бытовой одежды.

Анализ информации, полученной в результате изучения литературных источников, дает представление о многообразии видов трансформации, используемых в различных инженерных областях, и позволяет составить классификацию приемов и методов трансформации, которая является важной частью исходной информации для проектирования [2].

Основой разработки методов трансформации применительно к дизайну костюма послужили работы ученых-исследователей Колейчука В.Ф., Лаврентьева А.Н., Семкина В.В., Гончаровой С.А. и др. В работах рассмотрены технологические, образно-художественные и историко-теоретические аспекты экспериментального дизайнерского

моделирования, раскрыты методы и средства формообразования, трансформации и морфологии объектов предметного мира. В результате обобщения результатов предшествующих разработок введено понятие «морфологическая трансформация», что явилось методической базой последующих разработок в области теории и практики дизайна. Вопросы морфологической трансформации как средства решения художественно-конструкторских задач дизайна становятся отдельной темой исследования, обобщившего опыт проектирования 1960-1970-х г.г. Трансформирующаяся вещь становится символом современной культуры, а сама трансформация – фундаментальным принципом формообразования современной культуры. Выделены основные методы и приёмы проектирования изделий-трансформеров. Основным элементом проектирования является процесс трансформации и конечная форма предмета одежды. Полученная новая форма есть отражение дизайнерской концепции. Значение трансформации заключается в преобразовании формы и (или) изменении существенных свойств изделия, когда функция замещается или изменяется, развивается, добавляется или убавляется, совмещаются разные функции [1].

В процесс трансформации включаются такие элементы, как: исходная форма, процесс преобразования и новая форма. Трансформация приводит к изменению формы изделия, его силуэта; величины и степени объёмности; изменению места расположения конструктивных, конструктивно-декоративных и декоративных элементов. Это расширяет набор творческих приёмов дизайнера и позволяет изменять цветовые, фактурные, пропорциональные сочетания элементов конструкции и создавать новые варианты моделей одежды из существующего набора стандартных и унифицированных деталей изделия-трансформера [3].

На основе морфологической трансформации в проектировании используют следующие принципы организации пространственной структуры одежды:

принципы преобразования исходных форм: перестановка, замещение, добавление-убывание, развёртывание-свёртывание, исчезновение-появление, совмещение-складывание, ориентация. Принцип перестановки предполагает изменение пространственного положения элемента или его части относительно исходного. Принципы добавления-убывания, развёртывания-свёртывания, исчезновения-появления, совмещения-складывания, ориентации раскрывают способы трансформации готового изделия. Все эти приемы осуществляются благодаря различным способам соединения и фиксации деталей и элементов изделия, таким, как кулисы, шнуровка, эластичные и липкие ленты, кнопки, пуговицы, крючки и многие другие;

принципы и свойства морфологии, обеспечивающие трансформативность формы изделия: метод агрегатирования; принцип унификации; модульное развёртывание; комбинаторная игра; топологические, метрические, конструктивные свойства. На уровне производства трансформативное формообразование представлено классификацией основных принципов трансформации деталей конструкции, которая включает следующие направления:

преобразование деталей конструкции: базовых, традиционных, неосновных мелких, целого куска материала (деталь изделия), нетрадиционных;

преобразование поверхности детали: драпировка, защипы, складки, буфы, рюши, плетение, выстёгивание, оборки, воланы, перфорация, вышивка;

преобразование на основе технологии: соединение деталей одежды, влажно-тепловая обработка. Каждое из направлений является самостоятельным принципом преобразования исходной формы развёртки применительно к проектированию одежды в условиях промышленности [1].

Для расширения границ поиска промышленных трансформируемых объектов был осуществлен патентный поиск полезных моделей одежды с возможностью трансформации [4].

На рис. 1, 2 приведены примеры полезных моделей трансформируемой одежды. На рис. 1 представлена трансформируемая одежда в виде пальто со съемными карманами, поясом и декоративным шарфом, при соединении которых посредством кнопочных соединений между собой образуется рюкзак.

Рисунок 1 – Трансформация за счет принципа перестановки.

На рис. 2 представлено разработанное автором техническое решение многофункционального свитера с потайными застежками на кнопки, при функциональном использовании которых объект трансформируется в сумку [5].

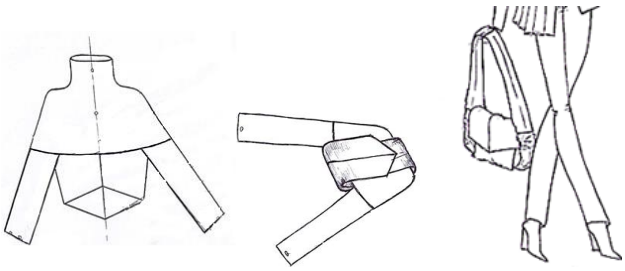


Рисунок 2 – Трансформация за счет принципа совмещения-складывания.

Методы трансформации широко применяются и в промышленном дизайне. В процессе трансформации изделие может быть, как увеличено, так и уменьшено в отношении своих первоначальных размеров в зависимости от поставленной задачи, например, для удобного хранения или транспортирования; для увеличения своих функциональных возможностей; для уменьшения объема занимаемого пространства; эргономического изменения.

Трансформация промышленных изделий должна осуществляется в соответствии с алгоритмом трансформации, основными этапами которого являются анализ объекта или группы объектов на выявление основных узлов; определение их значимости и функций; выбор способа трансформации.

На основании проведенного исследования установлено, что принципы организации пространственной структуры и методы трансформации объектов в различных инженерных областях схожи. Однако при трансформации промышленных изделий и архитектурных сооружений преобладает изменение объектов с целью увеличения функциональных возможностей. В одежде трансформация связана, в большей степени, с эстетическим преобразованием, достижением многовариантности художественно-композиционных решений и, в меньшей степени, с изменением функционального назначения. Результаты работы позволяют определить возможные направления разработки новых моделей одежды для расширения ее ассортимента с применением разнообразных принципов трансформации.

Список использованных источников:

1. Петушкова Г.И. Трансформативное формообразование в Дизайне Костюма: Дизайн костюма: Теоретические и экспериментальные основы [Текст]/ Г.И. Петушкова, 2015.-464 с.

2. Гончарова С.А. Развитие приемов морфологической трансформации при проектировании одежды для детей. Дис. … канд. тех. наук – Шахты 2011. – 167 с.

3. БуткоТ.В. Разработка коллекции меховых жилетов и аксессуаров: МНТФ Первые Косыгинские Чтения – 2017. ТОМ 1. Товары народного потребления - М. ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017- с.173-176.;

4. Информационно-поисковая система ФИПС. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru;

5. Описание полезной модели к Патенту № 170755. Авторы: Данилова Светлана Анатольевна, Шенцева Дарья Олеговна. Многофункциональный трансформируемый свитер. [Электронный ресурс]. Режим доступа:http://www1.fips.ru/wps/portal/IPS_Ru#1511352165505.

©Шенцева Д.О., Бутко Т.В., 2017

УДК 37.064.1

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К РАБОТЕ С РОДИТЕЛЯМИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Блошенкова Н.А.
Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского

К решению проблем обучения и воспитания детей все больше привлекаются родители. Однако работа часто носит несистемный, стихийный характер. Причем порой такое взаимодействие является «приказом» от администрации, а не инициативой педагогов или самих родителей. Такой порядок вещей не дает почувствовать родителям свою роль, свою важность, свою равность в обучении и воспитании. Взаимодействие родителей и педагогов должно строиться таким образом, чтобы родители поняли, что они союзники, и без их помощи работа педагога не является эффективной. Родители также нуждаются в помощи педагога, так как не являются профессиональными воспитателями и не всегда понимают свою ответственность.

Стоит отметить, что формы работы с родителями достаточно многообразны – этот и групповые, и индивидуальные, и коллективные. Все они направлены на всестороннее развитие детей [2, с.63-64]. Но ведущая роль при работе с родителями за свою эффективность отдается индивидуальной форме работы, которая представляет для нас наибольший интерес.

Задачей реализации индивидуального подхода является наиболее полное выявление возможностей личности, индивидуальных способов развития, укрепление активности личности и раскрытие ее неповторимости. Задачей же взаимодействия с родителями будет

обеспечение целесообразных (в т.ч. педагогических) условий для развития личности ребенка.

Современные родители совершают все больше ошибок в семейном воспитании ребенка. Некоторые авторы отмечают, что многие родители не создают дома необходимые условия для занятий ребенка, не осуществляют какой-либо контроль за поведением и режимом дня обучающегося. В ряде семей не заботятся об организации досуга, не прививают вкус к искусству, к чтению, проводят большое количество времени за просмотром телевизора. Кроме того, некоторые родители пытаются полностью переложить ответственность за воспитание на образовательное учреждение. Это все требует необходимости подключения к ситуации педагога, проведения индивидуальной работы с родителями и семьей в целом [9, с. 500-501].

Кроме того, индивидуальная работа часто носит консультативный характер взаимодействия родителей со специалистами. Однако это не единственная форма работы, которые мы рассмотрим ниже. Родители редко становятся инициаторами взаимодействия, редко отвечают на стремление учителя сотрудничать. Особенно это относится к семьям, имеющим проблемы с проявлением интереса к воспитанию. Взаимодействие семьи и педагогов будет эффективным только в том случае, если все участники будут в нем заинтересованы. Педагогам необходимо устанавливать партнерские отношения с родителями каждого обучающегося, создавать атмосферу общности интересов и взаимоподдержки. Именно семья, родители, с самого раннего детства должны заложить в ребенка различные нравственные ценности, основу для развития личности [10, с. 25]. М.П. Осипова советует педагогам убедить родителей, что без их помощи работа школы и педагогов по воспитанию детей будет не такой эффективной [4, с. 18].

Стоит отметить, что успешность взаимодействия педагога и родителей во многом зависит от позиции педагога. В его позиции не должно быть надзирательности и поучений. Он должен оказывать помощь и направлять родителей, используя педагогический такт. И.Ф. Харламов считает, что особенно непедагогично ведут себя те учителя, которые жалуются родителям на детей. Такие жалобы не приносят пользы взаимодействию и лишь ухудшают общение с родителями [9, с. 502]. Педагог при взаимодействии должен быть учтив, корректен, кроме того он должен уметь контролировать свои эмоции.

С.Р. Бутрим отмечает, что общение (в т.ч. индивидуальное) родителей и педагогов должно основываться на следующих пяти элементах, исключение которых недопустимо [1, с. 24]:

Педагог должен выражать позитивное отношение к обучающемуся. Может быть использована фраза: «Что хорошего я могу сказать…». Здесь он перечисляет позитивное о ребенке (качества личности, поступки и прочее), затем только можно перейти к пункту 2.

Педагог должен уметь конкретно определить проблему. Здесь может быть использована фраза: «Но меня беспокоит…». Здесь педагог излагает суть того, из-за чего произошла встреча с родителями.

Затем совместно с родителями происходит выявление и анализ возможных причин такого негативного поведения обучающегося.

Далее опять же вместе с родителями происходит поиск вариантов решения данной проблемы.

Последним элементом выступает выработка единого тона и стиля, а также общих критериев оценки личности и поступков ребенка.

Использование данных элементов в общении педагога и родителей меняет их отношения, они становятся более эффективными, гармонизируют отношения.

Л.П. Шаулко в своей работе выделяет правила эффективного взаимодействия педагога с родителями обучающихся. Например, не беседовать второпях, а выделить на это спокойное время, умение терпеливо слушать, уметь контролировать свои эмоции, не делать поспешных выводов, соблюдать конфиденциальность и другие [11, с. 11].

В педагогической литературе различными авторами называются следующие формы индивидуальной работы с родителями учащихся: переписка с родителями; посещение семьи ребенка; беседа; анкетирование или тестирование; консультации; привлечение родителей к выполнению разовых поручений; индивидуальные приглашения родителей для выступлений на родительских собраниях, для проведения бесед и т.д.; обсуждение с родителями обучающихся состояния дел; привлечение семей к планированию и проведению учебно-воспитательного процесса; выражение благодарности родителям за воспитание детей, успешно обучающихся и активно участвовавших в жизни школы; индивидуальная работа с родителями обучающихся, имеющих проблемы в учебе, пропуски занятий по уважительным или неуважительным причинам; индивидуальная коррекционная работа с одаренными детьми; родительские тренинги и др.

Педагоги не всегда знают, как ведут себя дети дома, а родители – в школе. Все это не позволяет увидеть ребенка целиком, в то время как эффективное взаимодействие родителей с педагогами позволяет лучше его узнать, понять, увидеть с разных позиций и в разных ситуациях, помочь друг другу в понимании индивидуальных особенностей ребенка, развитии

его способностей, в формировании ценных жизненных ориентаций, в преодолении негативного поведения и поступков [3, с. 74].

Как уже было отмечено С.Р. Бутрим, педагог во время общения с родителями должен учитывать определенные этапы решения задач взаимодействия. А.Г. Каухова и Г.С. Мальморкина выделили два обязательных этапа [6, с. 112]:

достижение взаимопонимания между педагогами и родителями;

совместное планирование воспитательных действий, которые ориентированы на личность ребенка ради его же интересов.

Проанализировав психолого-педагогическую литературу, мы выявили два основных фактора, влияющих на успешное взаимодействие семьи и школы [9, с. 490; 10, с. 25]:

родители должны выступать субъектами, а не объектами педагогического взаимодействия;

взаимодействие должно носить системный и комплексный характер. Кроме того, педагогическое сопровождение семьи по вопросам воспитания детей должно носить программную форму организации.

Именно второй этап подтверждает тот факт, что невозможно решить проблемы семейного воспитания за счет эпизодических и разрозненных мер. Необходима хорошо продуманная система по организации совместной работы родителей и педагогов. И главенствующую роль здесь занимает образовательное учреждение, именно оно создает базу взаимного и заинтересованного сотрудничества всех участников образовательного процесса, а также способствует успешности воспитания и обучения [1, с. 23].

Важно, чтобы педагог мог найти такую форму взаимодействия с семьей, где будет взаимопомощь и взаимопонимание при решении каких-то сложных задач обучения, воспитания [5, с. 91]. Такой формой может выступить один из разновидностей клубных образований в школе – семейный клуб. Стоит отметить, что семейный клуб не является индивидуальной формой работы с родителями как таковой, однако индивидуальная работа здесь является основой (индивидуальный запрос, консультации, беседы, работа с проблемами, оказание помощи и пр.). Семейный клуб позволяет интегрировать различные формы индивидуальной работы с семьей в единую систему, и носит, как правило, программный характер. Кроме того в данной системе используются и групповые и коллективные формы работы, что является несомненным плюсом.

Семейный клуб выступает одной из форм кооперации и сотрудничества специалистов, детей и их родителей. Семейный клуб можно определить как [7, с. 702-705]:

сообщество людей, которых объединяют общие взгляды на то, какую роль играет семья в развитии и воспитании детей. Кроме того, сообщество обладает общностью интересов членов клуба, а также потребностей их в совместной деятельности;

место для совместной деятельности семей, приходящих в клуб и специалистов. Здесь дети и взрослые могут получить возможность развиваться, продуктивно проводить свое свободное время. Кроме того они могут приобщаться к ведению здорового образа жизни (далее – ЗОЖ), а также получить возможность изменить отношения «отцов и детей». Здесь родители могут проявить себя и как родитель, и как личность, и как наставник ребенка. Занятия (заседания) семейного клуба помогают осознать родителям свою ответственность за образование и воспитание собственного ребенка.

Семейный клуб является одной из эффективных форм взаимодействия школы и семьи. Такая форма не является традиционной. В таком клубе происходит передача опыта в воспитании детей. Сама работа интересна, она может учитывать актуальные потребности семьи, способствовать формированию образованных, инициативных, активных участников процесса обучения и воспитания [7, с. 702-705].

Подводя итог, можно заключить, что для организации наиболее эффективного взаимодействия с родителями педагогам необходимо реализовывать индивидуальный подход. Только индивидуальные формы работы, которые носят системный и программный характер, способны создать атмосферу доверия и сотрудничества между субъектами образовательного процесса.

Список использованных источников:

1. Бутрим, С. Р. Современные подходы в работе с родителями [Текст]: методические рекомендации / С. Р. Бутрим // Вестник образования. – 2003. – № 6. – С.22-28.

2. Воликова, Т. В. Учитель и семья [Текст] / Т. В. Воликова. – М.: Педагогика, 1987. – 160 с.

3. Воронов, В. В. Педагогика школы в двух словах [Текст] / В. В. Воронов. – М.: Академия, 2002. – 390 с.

4. Воспитание. Первый класс [Текст]: Пособие для педагогов / М. П. Осипова, С. И. Козлович, Е. Д. Король и др.; под общ. ред. М. П. Осиповой. – Мн.: Народная асвета, 2002. – 240 с.

5. Даринская, В.М. Радость семейного общения [Текст] / В.М. Даринская. – Воронеж: Издательство им. Е.А. Болховитинова, 2000. – 128с.

6. Каухова, А. Г. Содержание, формы и методы работы с родителями [Текст] / А. Г. Каухова, Г. С. Мальморкина // Классный руководитель. – 2000. – № 5. – С.111-114.

7. Овчинникова, Н. В. Семейный клуб – одна из эффективных нетрадиционных форм взаимодействия семьи и школы [Текст] / Н.В.Овчинникова // Молодой ученый. – 2016. – №27. – С. 702-705.

8. Управление качеством образования [Текст]: практикоориентированная Монография и методическое пособие / Под ред. М.М. Поташника. – М.: Педагогическое общество России, 2000. – 448 с.

9. Харламов, И. Ф. Педагогика [Текст] / И. Ф. Харламов. – Мн.: Университетское, 2014. – 560 с.

10. Фалькович, Т. А. Методические рекомендации о взаимодействии образовательного учреждения с семьей [Текст] / Т. А. Фалькович // Вестник образования. – 2001. – № 8. – С.24-28.

11. Шаулко, Л. П. Организация сотрудничества классного руководителя с родителями учеников [Текст] / Л. П. Шаулко // Классный руководитель. – 2002. – №4. – С.10-12.

©Блошенкова Н.А., 2017

УДК 811

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБУЧЕНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Вдовина Л.Н., Волкова И.В.
Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского

Владение одним или несколькими иностранными языками в современном мире дает человеку ряд преимуществ, позволяет реализовать себя в полной мере, расширяет возможности профессионального и личностного роста. Иностранный язык как учебный предмет является обязательным компонентом учебного процесса. Иностранный язык рассматривается как средство общения, взаимодействия, приобщения к другой национальной культуре, а также как средство развития общеобразовательного потенциала и интеллектуальных особенностей школьников.

Особенности раннего обучения иностранному языку, начиная со второй половины 20-го века, изучают психологи, методисты, учителя иностранного языка. На наш взгляд, обучение иностранному языку будет

эффективно в случае использования преимуществ сензитивного периода, который соответствует возрасту 4-7 лет. Для детей этого возраста характерно стремление познавать новое. Дошкольники усваивают языковой материал быстро, им свойственна высокая чувствительность к восприятию звуков и способность к их имитации. С возрастом эти способности постепенно утрачиваются. Кроме того, дошкольники этого периода, обладают природной расположенностью к языкам, а также они эмоционально готовы овладеть языком. Этим и обосновано введение раннего обучения иностранному языку.

У детей дошкольного и младшего школьного возраста наблюдается высокий уровень игровой мотивации. В учебном процессе организуются специальные игры, с помощью которых различные языковые единицы приобретают коммуникативную ценность. В течение сензитивного возрастного периода дети успешно овладевают безакцентным произношением звуков, слов, правильной интонацией. При этом процесс овладения должен сопровождаться постоянным прослушиванием и имитацией аутентичной иноязычной речи.

Для доказательства необходимости приобщения детей в раннем возрасте к иностранному языку следует привести тот факт, что в процессе иноязычного общения происходит социализация личности. Через иностранный язык ребенок приобщается к иным культурам. Это происходит благодаря природной восприимчивости и открытости ребенка ко всему новому. Чаще всего ребенок получает социальный опыт в одноязычной среде. Но он может сталкиваться с лингвокультурными особенностями других стран, а также с их представителями. Этим можно объяснить необходимость изучать иностранный язык для того, чтобы преодолеть неприятие чужой культуры, страх перед другим языком, адаптироваться к современному миру.

Обучение иностранному языку в дошкольном возрасте важно еще и потому, что от того, как идет обучение на начальном этапе, зависит успех в овладении предметом на последующих ступенях. Английский методист Г. Пальмер придавал большое значение началу изучения иностранного языка: «Take care of the first two stages and the rest will take care of itself» Именно на начальном этапе реализуется методическая система, положенная в основу обучения иностранному языку.

Начальная школа – первая ступень в реализации основной цели учебного предмета «Иностранный язык», здесь закладываются основы коммуникативной компетенции. У детей еще нет психологических барьеров в использовании иностранного языка как средства общения, поэтому у них формируется готовность общаться на языке и

положительная установка к его изучению в дальнейшем. При обучении иностранному языку в начальной школе необходимо применять дидактические методы, которые учитывают возрастные особенности, интересы и потребности младших школьников. У детей происходит интенсивное формирование познавательных процессов, они быстро запоминают языковую информацию, у них отсутствует языковой барьер и имеется особая способность к имитации.

Раннее обучение иностранным языкам оказывает благоприятное влияние на развитие психических функций, стимулирует речевые способности детей.

Несмотря на то, что обучение происходит в искусственно созданной языковой среде, оно влияет на формирование положительной мотивации и создает прочную базу для последующего изучения иностранного языка. Развивается фонематический слух, внимание, речь, мышление, зрительная и слуховая память. Обучение проходит эффективно, когда происходит интеграция игровой деятельности с реальной деятельностью. При изучении иностранного языка ребенок осваивает культуру другой страны и, таким образом, формируется как языковая личность.

В заключении можно сделать вывод о том, что раннее обучение иностранному языку оказывает положительное влияние на становление личности ребенка.

Список использованных источников:

1. Гальскова Н. Д., Никитенко 3. Н.– Теория и практика обучения иностранным языкам. Начальная школа: Методическое пособие [Текст]. - М.: Айрис- пресс, 2004. – 240 с.

2. Крайг Г., Бокум Д. Психология развития [Текст]. - 9-е изд. СПб., 2007.

©Вдовина Л.Н., Волкова И.В., 2017

УДК 159.9 316.6

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ ГРУППЫ РИСКА

Коротаева А.И., Дудкина В.А.
Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского

Под интеллектуальным развитием понимается формирование способности к овладению и пользованию различными типами мышления (эмпирическим, образным, теоретическим, конкретно-историческим, диалектическим и т.д. в их единстве).

Дети группы риска – дети, которые испытывают трудности в социальной и школьной адаптации, проявляющихся, в первую очередь, в неуспешности в обучении, но которые являются интеллектуально сохранными.

Актуальность настоящей работы обусловлена, с одной стороны, большим интересом к теме проблемы детей группы риска в современной науке, с другой стороны, ее недостаточной разработанностью.

В современном образовательном пространстве наблюдается тенденция увеличения детей «группы риска» в начальной школе, что выражается, в первую очередь, в появлении большого количества дезадаптантов.

Объект исследования – психическое развитие младших школьников группы риска.

Предмет исследования – интеллектуальное развитие младших школьников «группы риска» (1-4 класс).

Цель исследования – рассмотреть своеобразие интеллектуального развития младших школьников «группы риска».

Гипотеза: интеллектуальное развитие младших школьников группы риска различаются в зависимости от вида нарушения: леворукость, гиперактивность, медлительность и агрессивность и в то же время присутствуют схожие черты.

В исследовании принимали участие 15 учеников (1«А» и 2«Б» классы), среди которых 6 – гиперактивные, 3 ребенка – леворукие, 2 – медлительные и 4 – агрессивных. Диагностический инструментарий составили следующие методики: на определение объема внимания у школьника (Методика «Объем внимания»), на определение коэффициента смысловой и механической памяти школьника (Методика «Логическая и механическая память», на определение особенностей зрительной памяти у ученика (Методика «Зрительная память»), на исследование кратковременной и долговременной памяти у ученика (Методика «Заучивание 10 слов» А.Р. Лурия), на выявление общей осведомленности учащегося, выявление навыков дифференциации существенных и несущественных признаков предметов и простейших понятий (Методика «Продолжи предложение» Э.Ф. Замбацявичене.

Проанализировав результаты проведенных методик мы отметили в каждой этом типе свои характерные особенности и сравнили их по выбранным критериям.

Особенности интеллектуального развития гиперактивных детей: рассеянность внимания, отвлекаемость на посторонние предметы, неумение удерживать внимание на мелких деталях, частая утомляемость,

сниженная работоспособность под конец урока, слабая слуховая память (кратковременная и долговременная). Отмечен либо высокий уровень интеллектуального развития, если ребенок склонен к одаренности, либо низкий.

Особенности интеллектуального развития леворуких детей: сниженная способность зрительно-моторной координации, пространственного восприятия, хорошее развитие зрительной и механической памяти, слабость внимания, неряшливый почерк, медленный навык письма и низкий темп работы. Отмечен высокий уровень интеллектуального развития.

Особенности интеллектуального развития медлительных детей: очень медленный темп работы (продуктивность работы в 2 раза меньше , чем у нормального ребенка), в 2 раза длиннее время от сигнала к действию, усвоение на треть меньше информации их сверстников при одинаковой скорости подачи, низкие показатели точности и качества выполненной работы, хорошее развитие зрительной и смысловой памяти, хуже слуховой. Отмечен средний уровень интеллектуального развития.

Особенности интеллектуального развития агрессивных детей: заторможенность в выполнении заданий, низкие показатели любого вида мышления и памяти, замкнутость в выполнении заданий, частая отвлекаемость на посторонние предметы, медленное выполнение работы. Отмечен низкий уровень интеллектуального развития.

У гиперактивных и агрессивных детей наблюдаются самые низкие показатели внимания (высокая отвлекаемость на уроке) и самые низкие показатели мышления (за исключением гиперактивного ребенка, способного к одаренности).

У агрессивных и медлительных детей наблюдается медлительность (заторможенность в действиях), но при этом на учебную деятельность агрессивных детей это оказывает пагубное влияние по сравнению с медлительными детьми.

У леворуких детей отмечены самые низкие показатели зрительной памяти ввиду особенности большего развития них правого полушария коры головного мозга, в то время как у медлительных детей отмечены самые высокие показатели этого вида памяти. Также мы видим высокие показатели всех остальных видов памяти, внимания и мышления.

У агрессивных детей отмечены самые низкие показатели почти всех видов познавательных процессов.

Таким образом, в ходе работы были полностью реализованы поставленные цели и задачи, и подтвердилась предложенная гипотеза.

Проведя исследование по заданной мною проблеме, были подведены некоторые итоги.

Мы не выявили каких-либо ярко выраженных трудностей в школьной адаптации леворуких детей. Их познавательные процессы ничем не отличаются от познавательных процессов праворуких детей. Отмечен высокий уровень интеллектуального развития.

У других детей «группы риска» действительно отмечены трудности в обучении. Например, медлительные дети учатся, в основном на «3» и «4». Однако все дети данной группы признаны педагогом с недостаточным уровнем овладения программами по большинству дисциплин, они не успевают за общим темпом класса, им приходится доделывать классные задания дома.

Агрессивные дети, стоят на самой низкой ступени интеллектуального развития в классе. Эти дети замкнуты и безразличны к процессу обучения [4, с. 283]. Гиперактивные и агрессивные дети имеют общую характеристику некоторых познавательных процессов. Так, эти младшие школьники имеют довольно низкие показатели уровня развития внимания и мышления. Младшие школьники этой группы имеют невысокую академическую успеваемость и демонстрируют малую произвольность поведения и деятельности, частые нарушения дисциплины. Среди группы гиперактивных младших школьников можно выделить девочку, чьи показатели интеллектуального развития находятся на достаточно хорошем уровне, что отражается на высоких школьных достижениях и академической успеваемости на «4» и «5».

Агрессивные дети, наряду с группой медлительных, на уроках обнаруживают невысокий темп учебной деятельности, однако их показатели школьной успеваемости ниже, чем у медлительных детей (можно предположить, что существует взаимосвязь с низким уровнем учебной мотивации). Дети данной группы очень долго выполняет задания, медленно записывают, имеет неразборчивый почерк, При этом задания, вызывающие истинный интерес выполняются такими ребятами тщательно и на хорошем уровне. Медлительные дети под конец выполнения задания устают, наблюдается замедленный темп речи и медленный темп письма. Выполняют задания намного позднее других, но при этом имеет хорошие результаты по окончанию работы. Ученик долго «вливается» в общий темп класса, часто переспрашивает учителя. Медлительные младшие школьники имеют наиболее высокий уровень развития зрительной и смысловой памяти. Агрессивные дети [5, с. 101] эмоционально нестабильны, поэтому и их работа в школе и дома во многом объясняется сиюминутным настроением. Данная группа школьников группы риска

имеет в целом самый низкий уровень интеллектуального развития в сравнении с другими группами.

Леворукие дети показывают уровень интеллектуального развития выше, чем младшие школьники других групп. Данная особенность отражается и на успеваемости, она достаточно высокая. Однако низкие показатели уровня развития зрительной памяти. Леворукие младшие школьники, которые принимали участие в нашем исследовании, участвуют в различных олимпиадах и интеллектуальных играх, они в большой степени слышат похвалу педагога в свой адрес.

Список использованных источников:

1. Долгова, А.Г. Агрессия у детей младшего школьного возраста. Диагностика и коррекция. [Текст]/ А.Г. Долгова-М.:Генезис, 2009. - 216с.

2. Захаров, А.И. Психотерапия неврозов у детей и подростков. [Текст]/ А.И. Захаров - Л., 1982. - 216 с

3. Корнеева Е.Н., Коротаева А.И., Содержание учебно-методических комплексов как условие формирование гендерной идентичности [Текст]/ А.И. Коротаева, Е.Н. Корнеева // Ярославский педагогический вестник – 2015 – № 1 – Том II (Психолого-педагогические науки), с. 106- 110.

4. Коротаева, А.И. Динамика взаимоотношений младших школьников в контексте гендерных установок [Текст] / А.И. Коротаева // Ярославский педагогический вестник – Ярославль, 2012 - №2 – С.281-284.

5. Чижова, С.Ю., Калинина О.В. Детская агрессивность. [Текст]/ С.Ю. Чижова, О.В. Калинина - Ярославль: Академия развития: Академия Холдинг, 2002. - 160с.

©Коротаева А.И., Дудкина В.А., 2017

УДК 159.9

СПЕЦИФИКА ПРОЦЕССОВ ПАМЯТИ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ОБУЧАЕМОСТИ

Коротаева А.И., Сидорова К.А.

Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского

В настоящее время нет единогласно принятого определения понятия «обучаемость», его компонентного состава, что создает объективные трудности в осуществлении развития обучаемости учеников в рамках образовательного процесса (не ясно, что именно и как конкретно следует предпринимать для формирования и развития данной способности).

Методологическая позиция научного направления, изучающего обучаемость в общем виде, оформилась в советской психологии в 20-30-е гг. в трудах ее основоположников П.П. Блонского и Л.С. Выготского, доказавших, что обучению принадлежит ведущая роль в психическом развитии ребенка.

Рассмотрим основные определения понятия «обучаемость» в отечественной литературе. Впервые понятие «обучаемость» было введено Б.Г. Ананьевым (1969), который определил ее как восприимчивость к обучению, которая характеризуется ростом готовности к дальнейшему обучению и свидетельствует о подготовленности психики человека к быстрому ее развитию в процессе обучения. Развивая эту мысль, Н.А. Менчинская и Д.Н. Богоявленский понимают обучаемость как способность ученика достигать в более короткий срок более высокого уровня усвоения учебного материала, так как в обучаемости проявляются потенциальные возможности мышления человека, его умение организовать свою познавательную деятельность, направлять её на решение определённых познавательных задач.

Н.А. Менчинская и З.И. Калмыкова выделяют общую и специальную обучаемости (по аналогии с общими и специальными способностями), а также ее уровни: низкий, средний и высокий. Н.А. Менчинская также характеризовала обучаемость как восприимчивость (индивидуальную чувствительность) к усвоению знаний и способам учебной деятельности, однако она связывала данный феномен с такими характеристиками, как обобщенность мыслительной деятельности, экономичность мышления, самостоятельность мышления, гибкость мышления, смысловая память, характер связи наглядно-образных и отвлеченных компонентов мышления. Вслед за Н.И. Менчинской З.И. Калмыкова определила обучаемость как систему интеллектуальных качеств ума, от которых зависит продуктивность учебной деятельности при прочих равных условиях (минимум знаний, мотивации): глубина (противоположное качество – поверхностность), осознанность (противоположное качество – неосознанность), гибкость (инертность), устойчивость (неустойчивость), самостоятельность (подражательность) и др. [4, с. 77].

З.И. Калмыковой была разработана диагностика обучаемости на основе системы проблемных задач (нетиповых) в различных областях знаний (физике, геометрии, английском языке), а также проведено множество исследований обучаемости у школьников различных возрастных групп.

В.Н. Дружинин определяет место обучаемости при рассмотрении процесса познания. Он выделяет следующие компоненты процесса

познания: приобретение знаний, применение знаний, преобразование знаний. В своей монографии [1, с. 15] он отмечает, что, связывая все три составляющие со способностями, можно выделить способность к обучению, интеллект и творчество: обучаемость характеризует систему приобретения знаний, интеллект – способность к применению знаний (решение задач), креативность (общая творческая способность) – процесс преобразования знаний (с ним связаны воображение, фантазии, порождение гипотез и пр.). В.Н. Дружинин высказывает предположение о том, что обучаемость (как общий интеллект) и креативность имеют уровневую структуру, которая включает в себя первичную имплицитную обучаемость и вторичную эксплицитную, или «сознательную», обучаемость (систему отдельных факторов обучаемости). Эксплицитная обучаемость, как и общий интеллект, связана с доминированием сознательного над бессознательным в процессе регуляции. Имплицитная обучаемость, наряду с креативностью, обусловлена доминированием бессознательной активности психики. Более того, наблюдается определенное сходство между имплицитным обучением и подражанием.

Большинство исследователей изучали обучаемость в русле культурно-исторической теории Л.С. Выготского. На наш взгляд, наиболее близкими к культурно-исторической психологии являются взгляды на обучаемость Б.В. Зейгарник, А.Я Ивановой, Е. Кравцовой, И.А. Корепанова, М.А. Сафронова.

Б.В. Зейгарник в предисловии [3] отмечает, что обучаемость – это диапазон потенциальных возможностей детей к овладению новыми знаниями в содружественной со взрослыми работе. В исследовании А.Я. Ивановой понятие «зона ближайшего развития» (ЗБР) и «обучаемость» пересекаются и определяются одно через другое. Основным показателем зоны ближайшего развития ребенка в исследовании выступила обучаемость. И.А. Корепанова, М.А. Сафронова полагают, что обучаемость – один из компонентов уровня актуального развития, создающий возможность осуществления и продвижения в пространстве ЗБР ребенка. То есть обучаемость – это способность, присущая субъекту и создающая возможность осуществления и продвижения в пространстве ЗБР ребенка, которая проявляется в особых условиях [5].

И.А. Зимняя связывает обучаемость с готовностью ученика получать помощь от взрослого (учителя) в решении учебных задач.

О.М. Морозов указывает следующие признаки обучаемости: быстрота формирования новых понятий, обобщений, гибкость мыслительных операций, способность решать задачи разными способами,

память на общие понятия, обобщенные знания, интеллектуальная активность.

И.И. Ильясов, рассматривает учение как самостоятельную деятельность, реализующуюся в рамках предметной деятельности, но не сводимую к ней. Это является принципиально важным положением для понимания обучаемости, формирования и развития умений учиться.

Существенны предложенные А.К. Марковой показатели обучаемости: активность ориентировки в новых условиях; инициатива в выборе необязательных заданий, самостоятельное обращение к более трудным заданиям.

В целом, наиболее часто повторяющимися в этих работах признаками обучаемости являются: активность ориентировки в новых условиях; перенос известных способов решения задач в новые условия; быстрота образования новых понятий и способов деятельности; темп, экономичность (количество материала, на котором решается задача, число шагов), работоспособность, выносливость; восприимчивость к помощи другого человека, которая может быть измерена количеством дозированной помощи, необходимой ребенку для выполнения задания.

Г.П. Антонова и И.П. Антонова рассматривали уровни обучаемости младших школьников с учетом их внушаемости.

Следует отметить, что среди исследователей пока еще не достигнуто единство в понимании структуры данного психологического феномена. Так, некоторые исследователи утверждают, что восприимчивость к обучению во многом зависит от активности личности, в том числе степени внушаемости детей как свойства личности поддаваться внушению. Предполагается, что внушаемость в некоторой степени способствует повышению уровня обучаемости, она позволяет быстрее и легче получать знания, вырабатывать навыки и умения.

Список использованных источников:

1. Дружинин, В.Н. Психология общих способностей / В.Н. Дружинин. – СПб.: Питер Ком, 1999., с.15

2. Зимняя И. А. Педагогическая психология: Учебник для вузов. – Издание второе, дополненное, исправленное и переработанное. – М.: Издательская корпорация «Логос», 2000 – 384 с.

3. Иванова А. Я. Обучаемость как принцип оценки умственного развития детей. М., 1976. / Предисл. Б. В. Зейгарник. М., 1975.

4. Калмыкова З.И. К проблеме диагностики умственного развития школьников. / З.И. Калмыкова // Вопросы психологии. – 1982. - № 2.- с. 77

5. Корепанова И. А. Сафронова М. А. Три понятия о реальности детского развития: обучаемость, зона ближайшего развития и скаффолдинг (электронный ресурс) https://elibrary.ru/item.asp?id=17035028

6. Плигин А. А. Обучаемость как психологический феномен и его развитие у школьников (электронный ресурс) https://elibrary.ru/item.asp?id=14315636

©Коротаева А.И., Сидорова К.А., 2017

Авторский указатель

А

Авдеева А.П., 3
Алешина А.С., 6
Алмазов Д.В., 10
Аляутдинова В.Р., 14
Андреасян К.Б., 199
Антоненко И.В., 27, 95, 99, 108
Арсланьян В.П., 123
Артемцева Н.Г., 3, 86, 90, 105, 156

Б

Баймуратова Т.Т., 18
Баулин С.М., 22
Белоброва А.П., 27
Блошенкова Н.А., 213
Борисова Т.П., 33
Буткеева В.С., 37
Бутко Т.В., 203, 209

В

Вдовина Л.Н., 218
Волкова И.В., 218

Г

Ганичева А.Н., 206
Ганьжина Е.В., 41
Горбунова Е.С., 45
Городничева Е.Г., 48

Д

Давыдкин И.А., 51
Дашкевич И.П., 173
Дудкина В.А., 220

З

Забродина А.А., 55
Земцова С.А., 59

И

Иванов А.С., 62
Иллензеер Э.Е., 67

К

Каграманян А.В., 72
Кайтукова З.Х., 76
Калинин И.В., 102, 160
Калинина Н.В., 48, 114, 130
Караулов С.П., 82
Карицкий И.Н., 22, 67, 141
Карпова Е.Г., 33, 59
Коротаева А.И., 220, 224
Костина А.А., 86
Костригин А.А., 6, 14, 62, 136
Круглякова Е.А., 90, 119

Л

Лапшина Д.В., 41, 82, 164

М

Мамедова Г.А., 95
Маржин А.Г., 99
Мельников И.А., 102
Михеева В.О., 105
Мореева Е.В., 126
Москалев С.В., 108

Н

Никитина К.В., 114
Никольская А.В., 72

П

Панченко А.В., 119
Парамзина М.В., 123
Пашинская В.Г., 126

Петрова А.И., 130
Пискарева Н.А., 133
Плякин И.А., 136
Понелис О.П., 141

Р

Румянцева А.В., 146

С

Саакян Д.С., 151
Саркисян И.К., 156
Сафронов Е.Н., 160
Сенина Л.Г., 164
Сидорова К.А., 224
Слепухова А.И., 169
Степанова Е.А., 173

Т

Тимохин В.В., 10, 45, 51, 146, 169, 183
Тимохович А.Н., 186
Тихонова Е.В., 178

У

Уколова Ю.В., 183

Ф

Филенко Ц.С., 186
Филимонова А.В., 190

Ц

Царева А.А., 196

Ч

Чернов П.М., 76
Черноусова Д.С., 199
Черноусова Н.В., 196

Ш

Шенцева Д.О., 203, 209

Ю

Юдина Е.С., 206

Я

Ягодовская И.В., 55, 151

Научное издание

Всероссийская конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2017»
ЧАСТЬ 3.

В авторской редакции
Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.
Все материалы отображают персональную позицию авторов.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Усл.печ.л._____Тираж 30 экз. Заказ №___

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина
115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1
тел./ факс: (495) 955-35-88
e-mail: riomgudt@mail.ru
Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина