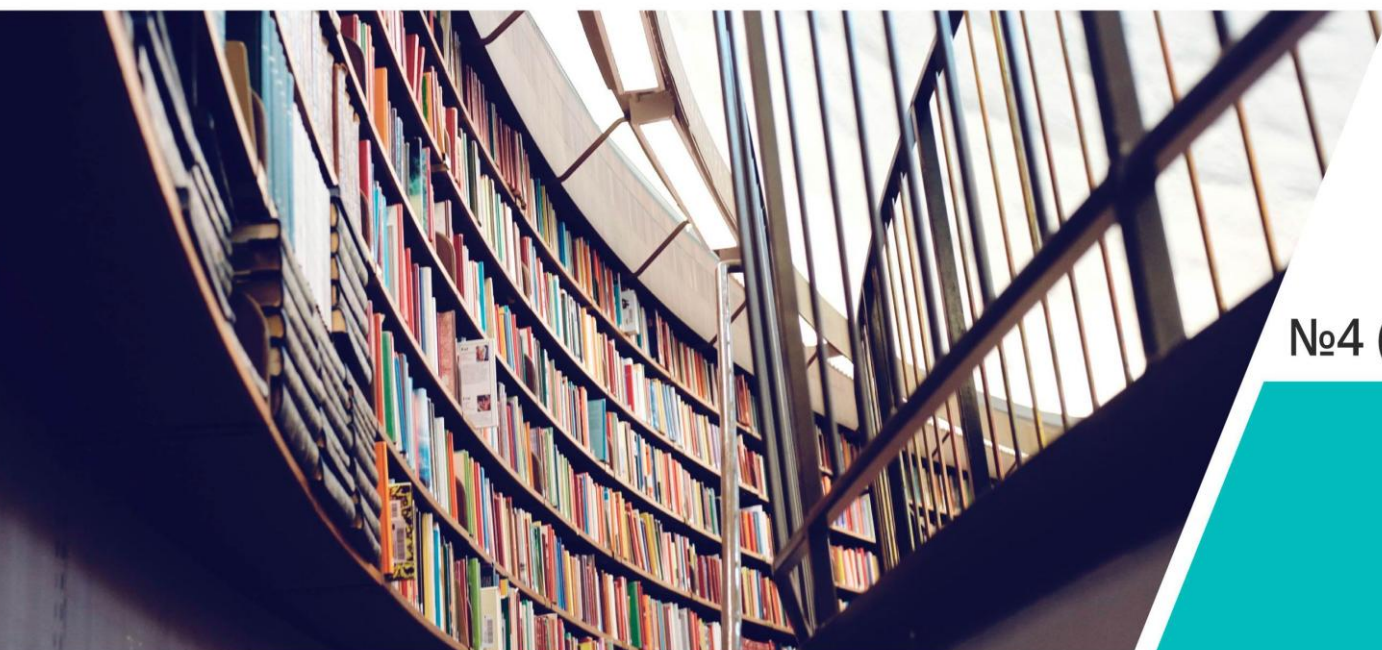


НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



№4 (8) 2018

В НОМЕРЕ:



Психологические науки



Педагогические науки



Социологические науки

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

Свидетельство о регистрации

Эл № ФС77-64254 от 25 декабря 2015 года

Над выпуском работали

Паршина Ю.С.

Макаревич Е.В.

Адрес редакции:

141070, Королев,

Ул. Октябрьская, 10а

Тел. (495)543-34-31

e-mail: sgtjournal@mail.ru

www.sgtjournal.ru

28.12.2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ

В.И. АНТОНЕНКО, А.В. ПАНЯВИН

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН.....3

А.В. ГАВРИЛЕНКО

ВКЛЮЧЕННОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ МОСКОВСКОГО РЕГИОНА В ИНТЕРНЕТ-ФРИЛАНС В ФОРМЕ САМОЗАНЯТОСТИ.....10

И.В. ХРИСТОФОРОВА, М.С. ДЕДЮРИНА

ДИЗАЙНЕР В РЕКЛАМЕ: ТВОРЧЕСТВО, КРЕАТИВ ИЛИ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВОМ?.....18

Т.Ю. КИРИЛИНА, М.А. ТКАЛИЧ, С.В. ЮРИНА

ОСНОВНЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ПОТРЕБЛЕНИЯ.....26

П.В. КОПНИНСКИЙ

ХОЗЯЙСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА И БУРЖУАЗНАЯ ИДЕОЛОГИЯ.....31

С.В. ПЕРСИЯНЦЕВА, М.К. АКИМОВА, Е.И. ГОРБАЧЁВА

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ МОЛОДЁЖИ В ИНТЕРПРЕТАЦИИ ЗНАЧИМОСТИ СИТУАЦИЙ, ТРЕБУЮЩИХ ГРАЖДАНСКОГО УЧАСТИЯ.....42

М.А. ТКАЛИЧ

СОСТОЯНИЕ ПРОЦЕССОВ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ЭКСПЕРТНЫЙ ОПРОС.....48

А.Г. ЧЕРНЫШОВА

СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ОЦЕНКАХ ЭКСПЕРТОВ.....55

ПСИХОЛОГИЯ

Н.Л. ЗАХАРОВА, М.А. ХОРС

ОСОБЕННОСТИ САМОСОЗНАНИЯ И ПРОЯВЛЕНИЯ АГРЕССИИ У ПОДРОСТКОВ С АДДИКТИВНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ.....62

Ю.Н. КАЗАКОВ

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПСИХОТЕРАПЕВТА И ПАЦИЕНТА.....68

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

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

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Барков Сергей Александрович, д.соц.н.,
профессор

Басманова Нина Ивановна, к.псих.н.доцент

Бузмакова Тамара Ивановна, к.пед.н., до-
цент

Гайдабрус Наталья Викторовна, к.фс.н.

Долгорукова Ирина Владимировна, д.соц.н.,
доцент

Казаков Юрий Николаевич, д. мед.
н., профессор

Капранова Марина Валерьевна, к.псих.н.

Ковалев Вячеслав Григорьевич, к.пед.н.

Красикова Тамара Ивановна, к. филол. н.,
профессор

Лапшинова Кира Викторовна, к.соц.н.

Ларионов Алексей Эдиславович, к.и.н.

Магомедов Керем Османович,
д.соц.н., профессор

Морозюк Светлана Николаевна, д.псих.н.,
доцент

Морозюк Юрий Витальевич, д.псих.н, про-
фессор

Романов Петр Сергеевич, д. пед.н., доцент

Старцева Татьяна Евгеньевна, д.пед.н.,
профессор

Флоря Василий Михайлович, д.соц.н., про-
фессор

ПЕДАГОГИКА

Е.А. АКБИЛЕК, Л.М. КАЗНАЧЕЕВА, Ю.М. ЗИНИНА
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕН-
ТОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В
НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ.....90

Т.Н. АРХИПОВА
АНАЛИЗ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ СТУДЕНТОВ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА.....94

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

В.И. Антоненко, кандидат философских наук, доцент,
А.В. Панявин, старший преподаватель кафедры
 гуманитарных и социальных дисциплин,
 Государственное бюджетное образовательное
 учреждение высшего образования Московской области
 «Технологический университет» г. Королев, Россия

В статье представлена концепция, смысл которой заключается в утверждении, что в основе всех достижений человечества лежит сознание, важнейшим проявлением которого является разум людей. В античной Греции он породил геометрию Евклида и логику Аристотеля. В них в наибольшей степени проявилось существо естественного научного интеллекта, его рационально-теоретический характер. Эволюция науки привела, в конечном итоге, к ЭВМ, компьютерам, Интернету, появлению элементов нейронета, коллективного и искусственного интеллекта.

Естественный интеллект, компьютеры, Интернет, искусственный интеллект.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A SOCIAL PHENOMENON

V.I. Antonenko, candidate of philosophical Sciences, associate Professor
A.V. Panyavin, Senior Lecturer of the Department of Humanitarian and Social Sciences
 State educational budget
 higher education institution Moscow region
 «Technological University» Korolev, Russia

The article presents a concept, the meaning of which is the statement that the basis of all the achievements of mankind is consciousness, the most important manifestation of which is the mind of people. In ancient Greece, he gave birth to the geometry of Euclid and the logic of Aristotle. In them the essence of natural scientific intellect, its rational and theoretical character was manifested to the greatest extent. The evolution of science eventually led to computers, computers, the Internet, the emergence of elements of neuronet, collective and artificial intelligence.

Natural intelligence, computers, Internet, artificial intelligence.

Исходным пунктом сложного и длительного пути развития, который привел к современным ЭВМ, кибернетике, робототехнике, компьютерам, интернету и искусственному интеллекту был древнегреческий Логос, означающий связь слова и мысли, речи и рассуждения. Идея логоса как единства слова и смысла содержалась в рассуждениях Сократа, Демокрита и Платона. Однако, лишь Аристотелю удалось воплотить эту идею в науку о способах мышления, приводящих к истине. Неслучайно формальная логика по праву называется аристотелевской. Главным ее достижением считается силлогистическая теория, развертывающаяся как дедуктивно-аксиоматическая система, превосходящая по своей строгости даже математические теории того времени.

Для логики, как специфического компонента мышления и языка, безразлично что выражается в содержании слов, предложений, текстов. Будучи средством представления содержания языка логика к нему безразлична. Для нее, также как и для математики, смысл заключается в форме. Автоматизм логики и ее содержательное безразличие подводил к мысли о некоем механическом устройстве, с помощью которого

можно было бы получать достоверное знание. Математика, оперируя числами путем определенных правил, получает посредством вычислений истинный результат. Может быть, это возможно и в языке? В средневековой схоластике сложилось убеждение, согласно которому в системе знаний имеется некоторое число исходных положений, с помощью которых устанавливаются самоочевидные, бесспорные положения, не нуждающиеся в обосновании.

Представитель позднего средневековья Раймунд Луллий, исходя из указанного предположения, обосновал мысль о возможности получения истинных знаний путем комбинации исходных понятий. Свой метод он назвал "Великим и Окончательным Искусством". Несмотря на мистический характер происхождения идеи о механическом получении достоверных знаний Раймунд Луллий может считаться дальним предтечей "искусственного интеллекта".

Следующий шаг в направлении искусственного интеллекта был сделан в XVII веке сторонником Раймунда Луллия Готфридом Лейбницем. Согласно выдвинутого им проекта "универсального языка" все человеческое знание, включая философские представления и эстетические нормы, может быть получено автоматически. Идея "универсальной характеристики" содержала в себе мысль о "всеобщей науке", объединяющей в себе дедуктивно-выводные и символично-выразительные возможности.

Согласно проекта "универсальной характеристики", все человеческое познание должно быть коренным образом преобразовано. В итоге предполагалось получить два теоретических инструмента: искусственный язык науки и исчисление умозаключений. Универсальный и совершенный язык науки должен служить средством выражения не только научных терминов, но и мыслей естественного языка, способствовать распространению научных идей, преодолевать преграды разноязычной речи, быть надежным орудием решения сложных проблем.

В универсальном языке науки выражения естественного языка должны быть заменены однозначно понимаемыми знаками-"характерами". В процессе замены предполагалось все понятия свести к некоторым элементарным терминам, образуя, таким образом, своеобразный алфавит, азбуку человеческих мыслей. Далее предполагалось, что правила оперирования со знаками будут заданы в исчислении умозаключений. Как видим, здесь содержится понимание взаимосвязи логики и математики. Лейбниц придавал большое значение арифметизации логики. Считал, что с ее помощью можно получать достоверные знания путем вычисления.

Вклад Лейбница в область "думающих машин" основатель кибернетики Норберт Винер оценил следующим образом: "Философия Лейбница концентрируется вокруг двух основных идей, тесно связанных между собой: идеи универсальной символики и идеи логического исчисления. Из этих двух идей возникли современный математический анализ и современная символическая логика. И как в арифметическом исчислении была заложена возможность развития его механизации от абака и арифмометра до современных сверхбыстрых вычислительных машин, так и в (исчислении умозаключений)" содержится в зародыше думающая машина. Сам Лейбниц, подобно своему предшественнику Паскалю, интересовался созданием вычислительных машин в металле. Поэтому тот же самый умственный импульс, который привел к развитию математической логики, одновременно привел к гипотетической механизации процессов мышления [4, С.57]. Здесь, как видим, прямо указывается на то, что Лейбниц создал некоторые логико-математические предпосылки для формирования в будущем направления исследования искусственного интеллекта.

Связь между "аналитическим" и "механическим" путями развития логики, между логической символизацией и автоматизацией вычислений улавливал и английский исследователь и инженер Чарльз Бэббеджа. Он воплотил эту мысль в идею механизации вычислений. С именем Бэббеджа связан и проект цифрового счетного устройства универсального назначения, названного им "аналитической" машиной. Данный проект предвосхитил в XIX веке устройство и логическую архитектуру универсальных быстродействующих цифровых вычислительных машин. Современные универсальные ЭВМ выполняют роль автоматизирующих рассуждение логических устройств.

Воссоздание общей картины подготовки и развития логико-математических аспектов искусственного интеллекта с необходимостью выводит на современную математическую логику, у истоков которой стоят Дж.Буль и А.Де Морган. Это связано с тем, что логика как наука приобрела свой символический язык и правила обращения с его высказываниями. Благодаря трудам Дж.Буля "Математический анализ логики" (1847 г.) и "Исследование законов мысли" (1854 г.) в развитии логики произошли значительные перемены. В определенной мере была осуществлена первая часть программы Лейбница.

Размышляя над конструкциями логики Буль пришел к мысли о выделении из естественного языка тех логических схем, которые могут быть воплощены в алгебраических формулах. Тем самым была создана новая область научных знаний – булева алгебра. В соответствии с ней подобно тому, как в алгебре для установления значения неизвестного члена применяют уравнение, в логике для определения неизвестных логических терминов также необходимо строить логические уравнения. Предложенная Лейбницем программа всеобщего исчисления истинности начала воплощаться в жизнь.

Определенный вклад в этот процесс внес так же немецкий математик Готлоб Фреге. В труде "Исчисление понятий" он средствами разработанного им формализованного языка осуществил дедуктивно-аксеоматическое построение логики высказываний и логики предикатов. Основным смыслом его идеи состоял в том, что законы арифметики и математического анализа можно свести к законам логики. На этой основе английский философ и математик Бертран Рассел в соавторстве с Альфредом Уайтхедом в работе "Принципы математики" развили мысль о возможности формализации мышления. Однако австрийский логик и математик Курт Гёдель доказал, что полностью формализовать мышление невозможно. Таким образом, было установлено, что программа полной формализации мышления невыполнима. Чрезмерные надежды на построение абсолютно истинных формально-логических систем оказались несостоятельными.

Развитие математики в конце XIX – начале XX веков не позволяло уточнить программу Лейбница до такой степени, чтобы поставить проблему искусственного мышления. Но уже в XX столетии в области математики и логики были получены результаты, обеспечившие возможность создания современных вычислительных машин. Начался новый этап в развитии человеческой цивилизации. С созданием Норбертом Винером кибернетики и разработанной Карлом Шенноном и У.Уивером математической теории связи особое значение приобрело понятие информации.

Оно стало применяться для характеристики самых разнообразных явлений, в том числе и мышления. В науке возникло новое направление, связанное с созданием, хранением, передачей и использованием информации. Оно получило название информатики. Особую роль эта наука сыграла в деле массовой компьютеризации сначала развитых, а затем и всех стран мира. Исследования в области мышления и познания вышли на новый уровень, позволяющий моделировать мышление и другие процессы сознания.

Следует отметить, что проблема соотношения мышления человека и мышления машин, возникнув на ранних этапах развития кибернетики, интересовала Н.Винера до конца его жизни. Об этом можно судить по последней его работе "Творец и робот". В ней он констатирует несомненное преимущество мозга человека, как органа мышления, по сравнению с машинами того времени. Важнейшим достоинством мозга человека Н.Винер считал способность оперировать аморфными понятиями. Вычислительные машины на это не способны. Человек свободно воспринимает поэзию, прозу, художественные картины. Отсюда он заявлял: "Отдайте же человеку – человеческое, а вычислительной машине – машинное" [5, с.82].

За годы, прошедшие с того времени, когда Н.Винер озвучил эти слова, компьютерная техника ушла далеко вперед. В 50-70 годы XX столетия благодаря развитию компьютеров и НТР в целом человечество вступило в новую эпоху. Представление о бытии человека в полностью "информатизированном" мире воплотилось в концепции информационного общества. Под ним понимается цивилизация, в основе развития и функционирования которой лежит особая нематериальная субстанция, именуемая информацией. Именно она формирует среду обитания человека посредством инновационных технологий, компьютерных программ, телекоммуникационных протоколов и т.п. Выступая основным средством межличностных и иных отношений она определяет не только материальное, но и духовное бытие человека.

Это связано с тем, что в информационном обществе большинство работающих непосредственно занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формой - знаний. Теория информационного общества разрабатывалась такими известными на Западе мыслителями как Йошита Масуда, Збигнев Бжезинский, Дж.Нэбитт и др.

Применительно к теме данной статьи наибольший интерес представляет теория информационного общества Олвина Тоффлера, изложенная в трудах "Шок от столкновения с будущим", "Эко спазм" и "Третья волна". В них переход индустриального общества в информационное связывается с начавшейся во второй половине XX века информационной революцией. Ее началом была компьютерная революция, слившаяся с телекоммуникационной революцией в середине 70-х годов XX века. Согласно О.Тоффлера основой экономической и социальной деятельности общества является информационная инфраструктура, представляющая собой совокупность средств по обработке и использованию информации.

Важнейшую роль становления информационного общества играет компьютеризация. С ее развитием складывается Интернет "современная социотехническая система, основу которой составляют локальные сети, объединяющие компьютеры и другие разнообразные технические устройства, различные базы данных, пользователей, подключающихся к этой распределенной сети и интерактивно взаимодействующих" [7, с. 459].

Развитие Интернета во всемирном масштабе дает основание считать его не просто техническим средством, но особой онтологической реальностью – киберпространством. Как отмечает А.Е. Войскунский, метафора киберпространства "подразумевает наличие некоторого виртуального мира, представленного в сознании и заполненного хранилищами информации, разного рода презентациями, который раскрывается только по частям, причем начиная с любого произвольно выбранного места, и к тому же постоянно изменяется" [6, с.64-79].

Глобальная компьютерная сеть – Интернет охватывает сегодня всю планету. В большинстве стран мира в ней задействована значительная часть населения. Размер сети постоянно увеличивается. Интернет является своеобразным центром, обеспечивающим связь различных информационных сетей, принадлежащих различным структурам во всем мире. К Интернету относятся национальные, федеральные, региональные, военные, образовательные и иные сети. Благодаря им происходит увеличение роли информации и знаний в жизни человечества, возрастает доля информационных коммуникаций, продуктов и услуг в валовом внутреннем продукте [1, с.4].

С развитием сети Интернет все очевидней становится факт становления искусственного интеллекта именно в этой гигантской инфраструктуре. Неслучайно в понятии "искусственный интеллект отражены базовые признаки области комплексного научно-технического исследования проблем автоматизации интеллектуальной деятельности с целью расширения ее возможностей на основе компьютерной поддержки и освобождения человека от решения рутинных задач" [7, с. 466].

Сегодня расширение возможностей интеллектуальной деятельности происходит за счет автоматизации принятия решений, разработки диалоговых систем, проектирования и имитационного моделирования, машинного перевода, автоматизации исследований, самообучающихся и экспертных систем, создания интеллектуальных банков данных, инженерии знаний, распознавания образов, разработка интегральных роботов и т.п [8].

Основой для создания обучающихся автоматов и вычислительных комплексов, то есть систем с искусственным интеллектом, становится перенос принципа самоорганизации живых систем на сложные технические системы. Речь идет о моделировании информационных процессов и психических механизмов работы мозга человека, изучение нейронных сетей, способов представления знаний. Акцент делается на том, что целью является не замена человека машиной, а имитация человеческой мыслительной деятельности для замены рутинной работы компьютерным устройством.

Возникает вопрос: каковы перспективы имитации человеческой мыслительной деятельности за пределами Интернета? Ведь его возможности ограничены. Ответ на этот вопрос находится в области исследо-

ваний Нейронета, считающегося средой информационного обмена следующего поколения. Работы в области нейротехнологий и функционирования мозга активно ведутся по всему миру с привлечением большого числа ученых и финансовых средств. Необходимость исследований в области нейрокоммуникаций обусловлена глобальными проблемами XXI века: увеличение сложности техносферы и количества техногенных катастроф, рост информационной нагрузки и старение населения и т.д. Но самое главное состоит в том, что несмотря на много более эффективное устройство мозга, по сравнению с компьютером, он используется недостаточно эффективно.

Более продуктивное его использование возможно на принципах нейрокоммуникаций путем передачи жизненного опыта из мозга в мозг. Во второй половине XX века стали появляться статьи на эту тему. Уильям Эшби во "Введении в кибернетику" (1956 год) высказал мысль об усилении интеллектуального потенциала человека по аналогии с увеличением его физической силы. Эта мысль была воспринята и развита Джозефом Ликлайдером в статье "Человекокомпьютерный симбиоз" (1960 год) и Дугласом Энгельбартом в отчете "Дополнение человеческого интеллекта: концептуальная основа" (1962 год). Акцент был сделан на возможности внешней по отношению к человеку системы обработки информации. Термин нейрокомпьютерный интерфейс впервые употребил Жак Видаль в статье "К прямой связи между мозгом и компьютером" (1973 год). В конце XX века интерфейс был имплантирован американцу Джонни Рейну.

Отсюда следует, что взаимодействие человека и машины происходит с помощью нейрокомпьютерных интерфейсов. Причем компьютеры будут все более походить на мозг, то есть становиться нейроморфными. Предполагается появление социальных нейросетей и гибридного человеко-машинного интеллекта. Ресурсы человеческого мозга существенно расширятся, а производительность заметно возрастет за счет интеграции с техносферой. Реализоваться идея усиления интеллекта человека будет подобно тому, как возрастают его физические возможности за счет различного рода механизмов.

В достаточно абстрактном виде эта идея была сформулирована Пьером Тейяр де Шарденом в понятии "точка омега". В своем труде "Феномен человека" он предположил, что в будущем вся совокупность человеческих сознаний соединится в некое высшее общечеловеческое сознание. В начале XXI века эта идея высказывалась и другими мыслителями. Так, в 2005 году Рэймонд Курцвейл предположил, что в 2029 году человек начнет увеличивать возможности своего мозга путем органического объединения с техникой [8].

Важнейшим этапом на этом пути является создание Нейрокомпьютера, эффективность которого должна быть сопоставима с мозгом человека. Поэтому особое значение придается составлению карты мозга. С ее помощью будут создаваться искусственные каналы прямого взаимодействия с мозгом. Считается, что на первом этапе до 2020 года будут созданы модели основных разделов мозга.

Определенную роль на этом этапе имеет подключение бытовой техники к Интернету. Формирование "Интернета вещей" ведет к возникновению объединенных в сенсорные сети коммуникации между вещами. Уже сегодня коммуникации приобретают антропоцентричный характер. Возможность общения вещей напоминает собой оживление материи и именуется разумной средой обитания человека. В будущем предполагается полное слияние человека с природой путем переноса сознания с мозга на искусственные носители. Развитие Интернета вещей создает техническую основу для перехода к Нейронету.

Этой же цели служит и робототехника, открывающая принципиально новые возможности в создании искусственного интеллекта. В широком смысле слова роботом называют электронную вычислительную машину, выполняющую операции характерные для интеллекта человека. Робототехнические устройства в качестве более высокой ступени развития автоматизации завоевывают все более важные сферы современной жизни, прежде всего производство.

Подтверждением этому является происходящая на наших глазах четвертая промышленная революция, в основе которой лежит концепция умного производства. Оно создается на базе глобальной промышленной сети Интернета вещей и услуг. По мнению исследователей началом этой революции является 2011 год, когда количество подключенных к Интернету материальных объектов в мире превысило количество подключенных к сети людей. Эпоха Интернета вещей не ограничивается установлением связи между тех-

ническими устройствами – инженерными системами, станками, автомобилями и т.п. Она предполагает формирование из связанных между собой устройств программно-управляемых групп. Отсюда возникают такие понятия, как умный дом, умный город и т.п. Под ним понимается искусственная среда, состоящая из умных, связанных между собой, систем общающихся на одном языке. Благодаря Интернету вещей осуществляется переход на полностью автоматизированное цифровое производство, все свидетельствует о том, что человечество ускоренно создает умную окружающую среду, основанную на искусственном интеллекте [9]. Об этом убедительно говорилось в материалах Всемирного экономического форума в Давосе (2016 год). В них четко зафиксировано, что человечество стоит на пороге технологической революции, которая полностью изменит не только среду обитания человека, но и его самого. В отличие от прошедших промышленных революций, развивавшихся линейно, масштаб четвертой возрастает по экспоненте. Причиной этого в огромной мере является рост интеллектуальных возможностей человечества. Итогом стали достижения в таких сферах как квантовые компьютеры, интернет вещей, робототехника, нанотехнологии, элементы искусственного интеллекта.

На новом витке технологической революции роль искусственного интеллекта будет неуклонно повышаться. Уже сегодня обладающие огромной мощностью и памятью мобильные устройства объединяют миллиарды людей, многократно увеличивая интеллектуальный потенциал человечества. Подтверждается, таким образом, предвидение нашего выдающегося ученого Н.Н.Моисеева о том, что человечество в ходе эволюционного развития формирует коллективный разум [11].

Эту же мысль высказал и французский ученый Жак Аттали: "Человечество рождает коллективный разум, отличный от совокупности умственных способностей каждой личности, от группового и национального сознания" [2, С.216]. Он считает, что универсальный коллективный разум породит со временем гиперразум, который продолжит цивилизационное развитие уже без человечества. Академик В.И. Вернадский полагал, что в процессе эволюционного развития произойдет переход от биосферы к ноосфере (сфере разума) [3].

Таким образом, научная мысль, возникнув в античной Греции в геометрии Евклида и логике Аристотеля, прошла длительный путь. На этом пути было множество научных открытий и технических изобретений, преобразующих окружающий мир человека и совершенствующих его самого. Развиваясь по восходящей линии, естественный интеллект человека достиг состояния раскрытия своих возможностей в искусственном интеллекте. Нельзя исключить возможность такого качественного развития искусственного интеллекта, при котором он обретет вселенский масштаб, достигнет богоподобного состояния.

Литература

1. Алексеева И. Возникновение идеологии информационного общества//Информационное общество. Вып.1 // М. 2002. С.4
2. Аттали Ж. Краткая история будущего // СПб, Питер. 2014. с.216
3. Вернадский В. И. Научная мысль как планетное явление // В кн. Вернадский В. И. Философские мысли натуралиста / отв. ред. А. Л. Яншин // М.: Наука. 1988. 520 с. ISBN 5-02-003325-1
4. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. 2-е изд.перев.с англ. //М. 1968. С.57
5. Винер Н. Творец и робот // М. 1966. с.82
6. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. 2001. № 11. С.64-79
7. Горохов В.Г. Интернет как метафора глобального мозга//Современные философские проблемы естественных, технических и социально-гуманитарных наук: Учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук/под общ.ред.д.-ра философ.наук, проф.В.В.Миронова // М.: Гардараки. 2007. с. 459,466

8. Кирилина Т.Ю., Кирилина Н.А. Анализ влияния уровня образования на конкурентоспособность населения // Социально-гуманитарные технологии. 2017. Т. 3. № 3. С. 85-92.
9. Когтева У.А., Кирилина Т.Ю. Перспективы развития медиапространства университета в условиях глобализации. В сборнике: Русский космизм: история и современность. По материалам III Всероссийской научно-практической конференции. Под общей научной редакцией Т.Ю. Кирилиной. 2018. с. 208-213.
10. Курцвейл Р. Готовьтесь к гибриднему мышлению. TED (март 2014). TED Talk
11. Моисеев Н.Н. Информационное общество: возможности и реальность. Электронный ресурс URL: <http://www.civisbook.ru/files/File/1993-3-2-Moiseev.pdf>

УДК 316.43

ВКЛЮЧЕННОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ МОСКОВСКОГО РЕГИОНА В ИНТЕРНЕТ-ФРИЛАНС В ФОРМЕ САМОЗАНЯТОСТИ

А.В. Гавриленко, магистрант 2 курса

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

В статье рассматриваются особенности включения студенческой молодежи Московского региона в Интернет-фриланс в форме самозанятости. Описаны экономические показатели Интернет-фриланса, условия, в которых осуществляется экономическая деятельность, мотивы, которые сыграли ключевую роль при выборе Интернет-фриланса в форме самозанятости как вида экономической деятельности, риски экономической активности в Интернете, а так же информированность молодежи о возможностях Интернет-фриланса, выявленные в ходе социологического исследования.

Интернет-фриланс, экономические показатели, условия, мотивы, риски, информированность

ENTERING OF MOSCOW REGION STUDYING YOUTH IN INTERNET-FRELLANCE IN THE PROCESS OF SELF-EMPLOYMENT

Gavrilenko Anton Viktorovich, 2nd year graduate student of
State Budget Educational Institution of
Higher Education of the Moscow Region
"Technological University", Korolev, Moscow Region

The article deals with the problem of social mechanisms of studying youth organization in Internet-freelance in the process of self-employment. It outlines social characteristics of studying youth entering the sphere of Internet-freelance such as economic indicators, conditions, motives, risks and awareness.

Internet-freelance, economic indicators, conditions, motives, risks, awareness.

Фриланс как удаленная работа получил масштабное развитие в Америке и странах Европейского союза с приходом интернет технологий в конце XIX века. В России фриланс начал своё развитие лишь в начале XXI века [3]. Именно с этим связана низкая популярность фриланса, по сравнению с европейскими странами и Америкой. По официальной данным за 2011 год в России было зафиксированно около 200 тысяч фрилансеров, что составляет 0,3% от всех работающих россиян. Это маленький процент в сравнении с США, где около 8% трудоспособного населения занимаются фрилансом [1].

В результате социологического исследования «Специфика социально-экономической практики молодежи в Интернет-среде», проведённого в форме анкетирования, в котором приняло участие 200 респондентов, выявлены экспериментальные характеристики включенности молодежи в экономическую деятельность, связанную с использованием возможностей Интернет-ресурсов.

Полученные данные **характеризуют**:

1. количественные показатели реальной экономической деятельности в Интернете;
2. экономические показатели Интернет-фриланса [5, с. 113];
3. условия, в которых производят свою работу Интернет-фрилансеры;
4. мотивы занятия Интернет-фрилансом;

5. риски экономической активности в Интернете;
6. информированность молодежи о возможностях предпринимательства в Интернет-пространстве.

При характеристике *качественно-количественных параметров реальной экономической деятельности в Интернет-пространстве* необходимо отметить, что студенты разделяются по показателю «занимался» или «не занимался» Интернет-фрилансом. По результатам исследования около трети (30,2%) студентов в той или иной степени занимаются экономической деятельностью в Интернете. Соответственно остальная часть – 69,8% этой деятельностью не занимается.

Важной характеристикой полученных данных, с точки зрения определения возможностей развития Интернет-фриланса, явилось выявление *информированности молодежи о возможностях такого вида экономической деятельности* (рисунок 1).

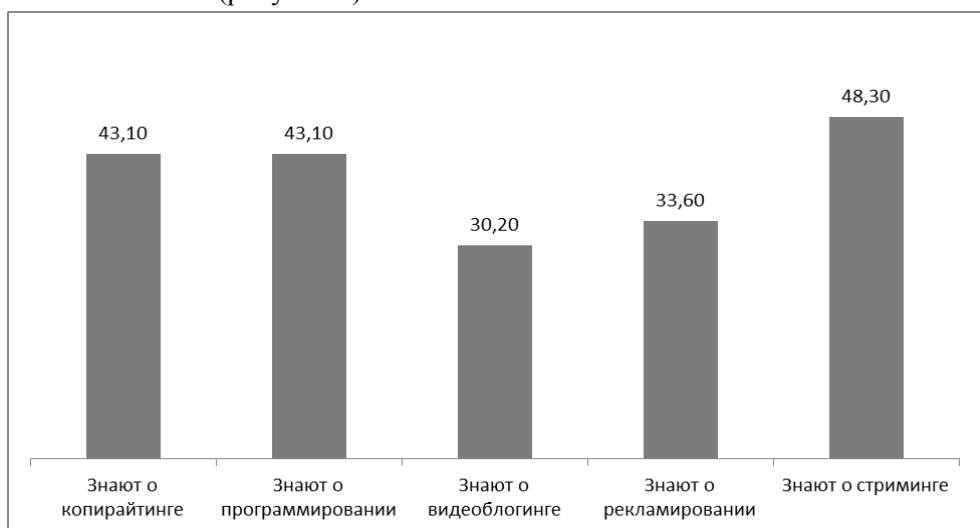


Рисунок 1 – Информированность молодежи о возможностях Интернет-фриланса (в % от общего числа респондентов)

Около половины респондентов (48%), знают о стриминге как способе заработка в Интернет-пространстве. О том, что в Интернете можно зарабатывать также программированием, информированы 43% опрошенных. Столько же (43%) владеют информацией о копирайтинге как способе заработка в Интернет-пространстве. О видеоблогинге и рекламировании знают около трети участников опроса (30,2% и 33,6% соответственно).

Сравнительный анализ показывает, что респонденты женского пола лучше респондентов мужского пола информированы о формах экономической активности в Интернете. Респонденты женского пола больше знают о копирайтинге (индекс вовлеченности 0,436), чем респонденты мужского пола (индекс вовлеченности 0,357). Также, респонденты женского пола лучше информированы о программировании (индекс вовлеченности 0,446), чем представители мужского пола (индекс вовлеченности 0,286).

Говоря о принципах распределения форм экономической активности в Интернет-пространстве среди групп населения с различным уровнем дохода, можно сказать, что люди с низким заработком информированы о копирайтинге (индекс вовлеченности 0,6) и видеоблогинге (индекс вовлеченности 0,5). Люди со средним достатком информированы о стриминге (индекс вовлеченности 0,512). Люди с высоким достатком достаточно знают о рекламировании (индекс вовлеченности 0,417) и программировании (индекс вовлеченности 0,4580).

В целом, говоря об информированности респондентов о возможностях Интернет-предпринимательства, исследование показывает полную фрагментированность по гендерному признаку и материальному положению.

Так, у респондентов существенно отличаются по популярности различные формы экономической деятельности в Интернете (рисунок 2).

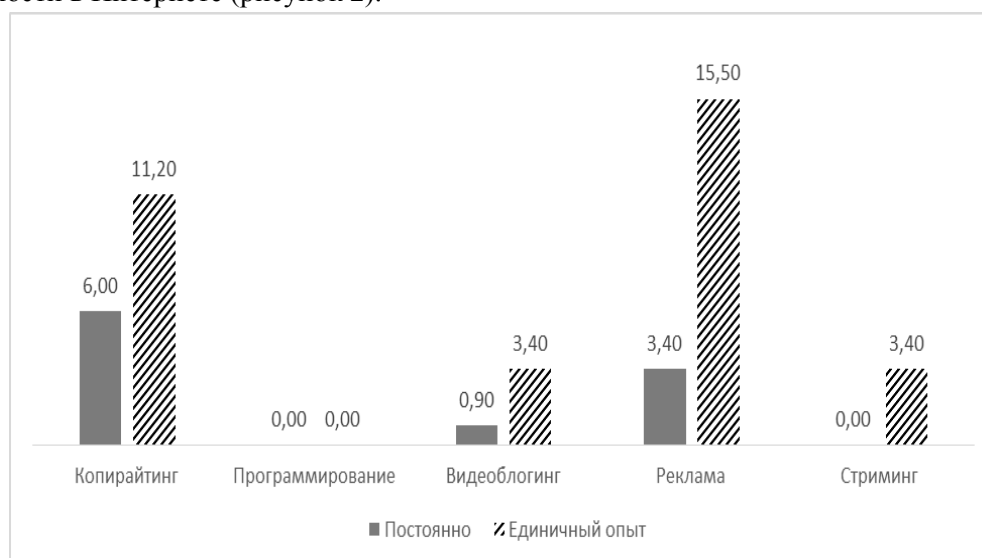


Рисунок 2 - Уровень включенности молодежи в различные формы экономических практик в Интернет-среде (в % от общего числа респондентов)

Наибольшее распространение среди студентов имеет такая форма Интернет-деятельности как «копирайтинг» [2, с. 15], постоянно ей занимается 6% студентов. Кроме этого, еще 11,2% имеют единый опыт.

Следующей по значимости формой экономической деятельности в Интернет-среде является «реклама». Рекламой постоянно занимаются 3,4% опрошенных студентов, а единый опыт имеют 15,5% опрошенных.

За «рекламой» следует такая форма экономической деятельности как «видеоблогинг» [2, с. 185]. Видеоблогингом постоянно занимаются 0,9% опрошенных студентов, а единый опыт имеют 3,4% опрошенных.

Последнее место по распространенности среди студентов занимает такая форма Интернет-деятельности как «стриминг» [6, с. 57]. Постоянно никто из опрошенных «не стримит» (не занимается стримингом), однако, 3,4% опрошенных хотя бы раз пробовали.

Сравнительный анализ показывает, что экономическая деятельность в Интернет-пространстве наиболее популярна у респондентов мужского пола (индекс вовлеченности 0,571), чем у женского (индекс вовлеченности (0,2670). Наибольшей популярностью этот вид деятельности пользуется у людей, чье материальное положение можно определить как «денег недостаточно, приходится экономить на еде» (индекс вовлеченности 0,5005). У группы средней материальной обеспеченности индекс вовлеченности существенно ниже и составляет 0,2930, а у группы наиболее обеспеченных студентов этот показатель составляет 0,25.

В целом, исследование показывает, что около трети студенческой молодежи занимается экономическими Интернет-практиками.

В ходе исследования так же были выявлены *экономические показатели Интернет-фриланса в форме самозанятости*. Первым показателем выступил уровень дохода молодежи, вовлеченной в Интернет-фриланс (рисунок 3).

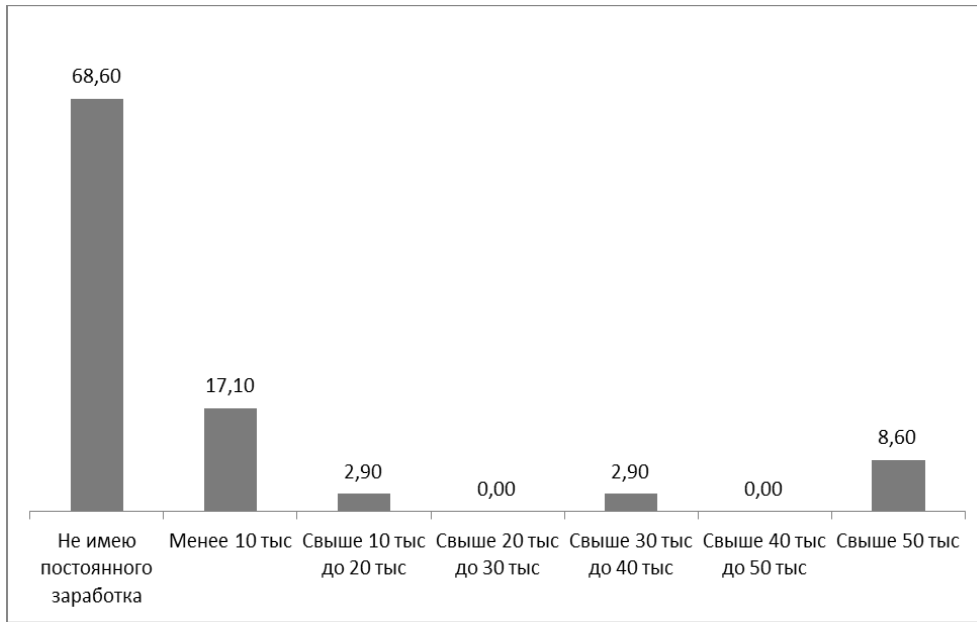


Рисунок 3 – Распределение доходов молодежи, которая вовлечена в Интернет-фриланс (в % от общего числа респондентов)

Не имеет постоянного заработка (в Интернет-пространстве) почти две трети респондентов – 68,6%. Тем не менее, 17,1% респондентов зарабатывает меньше 10 тысяч рублей, в то время как 8,6% опрошенных зарабатывает свыше 50 тысяч рублей. Свыше 10 тысяч, но менее 20 тысяч рублей зарабатывает 2,9% респондентов, а свыше 30 тысяч, но меньше 40 тысяч рублей зарабатывает также 2,9% опрошенных.

Следующим экономическим показателем выступила удовлетворенность молодежи по поводу заработка (рисунок 4).

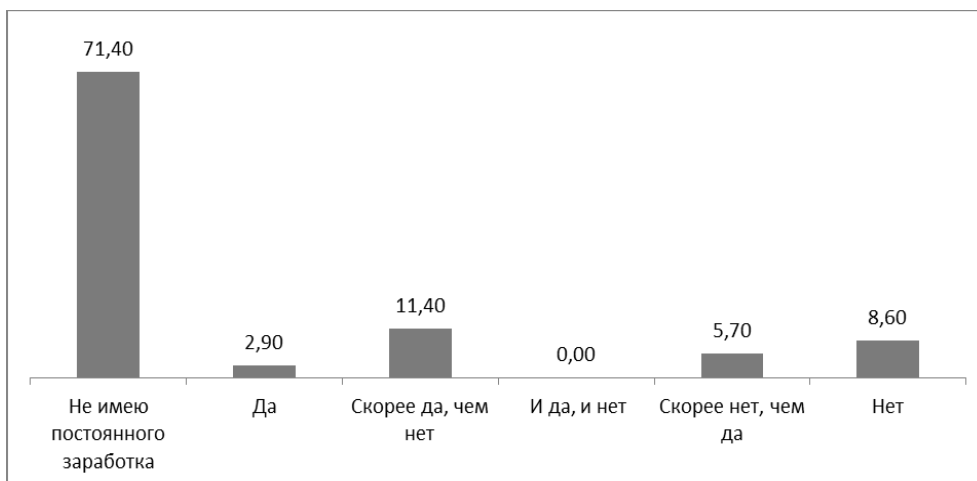


Рисунок 4 – Удовлетворенность молодежи по поводу заработка (в % от общего числа респондентов)

Почти три четверти участников опроса (71,4%) не имеют постоянного заработка (в Интернет-пространстве), вследствие чего не могут полноценно вывить свое отношение к заработку. Полностью удовлетворены своим заработком лишь 2,9% опрошенных. Каждый десятый (11,4%) респондент в целом удовлетворен количеством заработанных денег, в то время как 8,6% опрошенных совсем не удовлетворены. Скорее не удовлетворены, чем удовлетворены – 5,7% респондентов.

Условия, в которых осуществляется экономическая деятельность, так же были выявлены в ходе опроса респондентов. Сначала рассмотрим график работы, в котором молодежь осуществляет свою деятельность (рисунок 5).

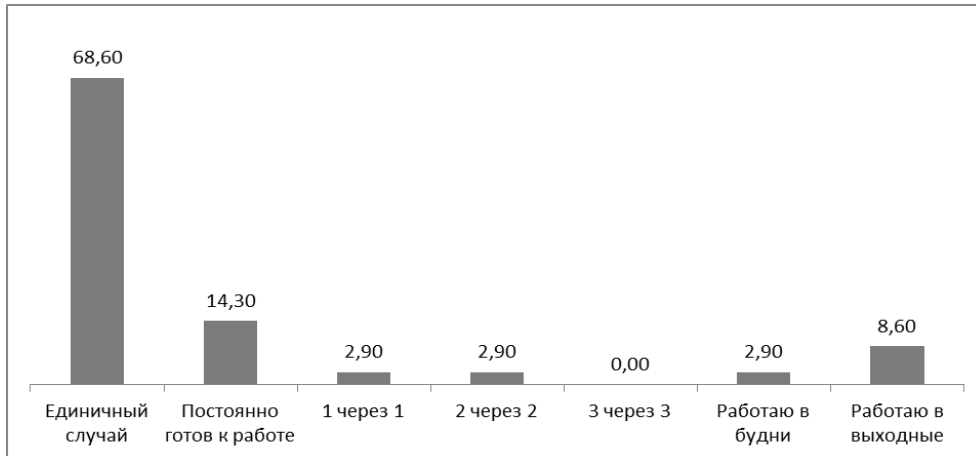


Рисунок 5 – Распределение ответов респондентов, которые вовлечены в экономические Интернет-практики (в % от общего числа респондентов)

Единожды участвовали в экономических Интернет-практиках почти две трети респондентов (68,6%). Тем не менее, 14,3% респондентов постоянно готовы к работе, в то время как 8,6% опрошенных работают лишь в выходные. День через день, два через два и по будням работает одинаковое количество респондентов – 2,9% опрошенных.

Кроме того, рассмотрим посредством каких устройств молодежь осуществляет свою экономическую Интернет-деятельность (рисунок 6).

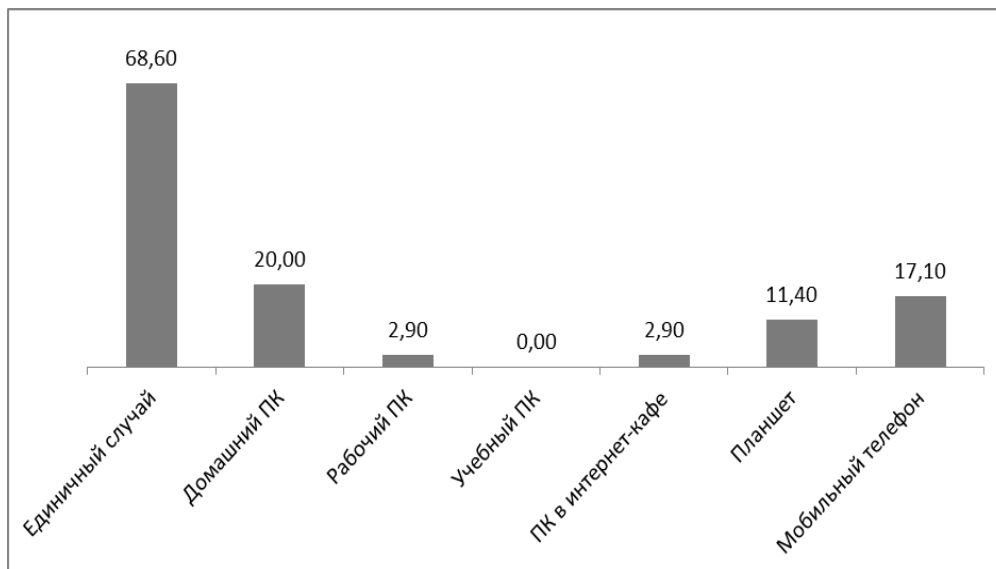


Рисунок 6 – Распределение использования устройств, с помощью которых осуществляется экономическая деятельность в Интернете (в % от общего числа респондентов)

Единожды участвовали в экономических Интернет-практиках, вследствие чего не могут указать устройство осуществления, почти две трети респондентов – 68,6%. Однако каждый пятый респондент (20%) осуществляет свою деятельность с помощью домашнего ПК, в то время как 17,1% опрошенных ра-

ботаю с помощью мобильного телефона. 11,4% респондентов осуществляют экономические практики с помощью планшета. Лишь 2,9% респондентов используют ПК на основной работе и в Интернет-кафе.

Центральное место при анализе установок молодежи по занятию Интернет-фрилансом являются *мотивы выбора такого вида экономической деятельности* (рисунок 7).

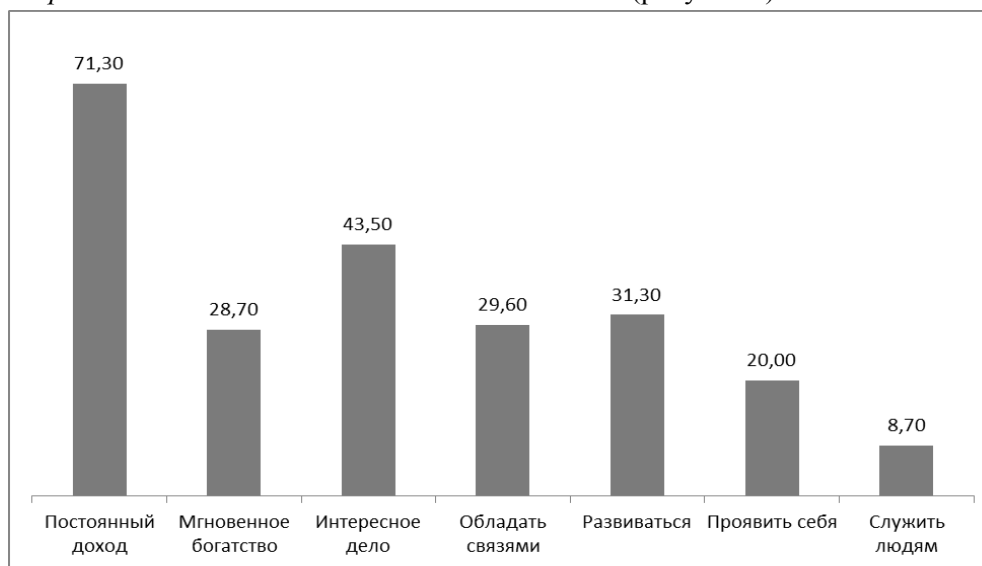


Рисунок 7 – Распределение ответов респондентах о мотивах заниматься фрилансом (в % от общего числа респондентов)

Главным мотивом занятия Интернет-фрилансом, по мнению респондентов, является «получение дохода для повседневной жизнедеятельности» – 71,3%. Кроме того, около половины опрошенных (43,5%) считают, что «стремление заниматься интересным делом» также выступает мотивом заниматься экономической деятельностью в Интернете. «Желание развиваться, совершенствовать свои предпринимательские навыки» как мотив занятия Интернет-фрилансом рассматривают около трети респондентов (31,3%). Примерно столько же опрошенных (29,6%) полагают, что «стремление иметь широкие связи, быть среди людей, которые в «тусовке»» может выступать мотивом осуществления экономической деятельности в Интернет-пространстве. Такие мотивы как «желание заработать сразу много денег, сорвать куш, обогатиться» (28,7%), «проявить себя, достичь высокого статуса» (20%) и «оказывать заинтересованным людям нужные им услуги, служить людям» (8,7%) также могут подтолкнуть человека заниматься экономической деятельностью в Интернете.

Сравнительный анализ не выявил явных отличий мотивов, по которым люди начинают заниматься Интернет-фрилансом, у респондентов мужского и женского пола. Однако необходимо отметить, что мотив «проявить себя, достичь высокого статуса», по мнению респондентов женского пола, играет важную роль (индекс вовлеченности 0,2180), в то время как респонденты мужского пола не достаточно отметили этот мотив (индекс вовлеченности 0,0710). Однако, с мотивом «оказывать заинтересованным людям нужные им услуги, служить людям» согласно меньше респондентов женского пола (индекс вовлеченности 0,0790), чем представителей мужского пола (индекс вовлеченности 0,1430).

Говоря о принципах распределения важности мотивов вступления в Интернет-фриланс среди групп населения с различным уровнем дохода, можно сказать, что люди с низким заработком чаще всего выделяют два мотива: «получение дохода для повседневной жизнедеятельности» (индекс вовлеченности 0,6) и «стремление заниматься интересным делом» (индекс вовлеченности 0,6). Люди со средним достатком чаще выделяют «получение дохода для повседневной жизнедеятельности» как главный мотив вступления в Интернет-фриланс (индекс вовлеченности 0,704). Также, хочется отметить, что люди с высоким достатком

выделяют мотив «получение дохода для повседневной жизнедеятельности» как основной мотив для начала заработка в Интернет-пространстве (индекс вовлеченности 0,792).

Идентификация *рисков экономической активности в Интернете* на основании мнения респондентов позволила представить их перечень и выраженность (рисунок 8).

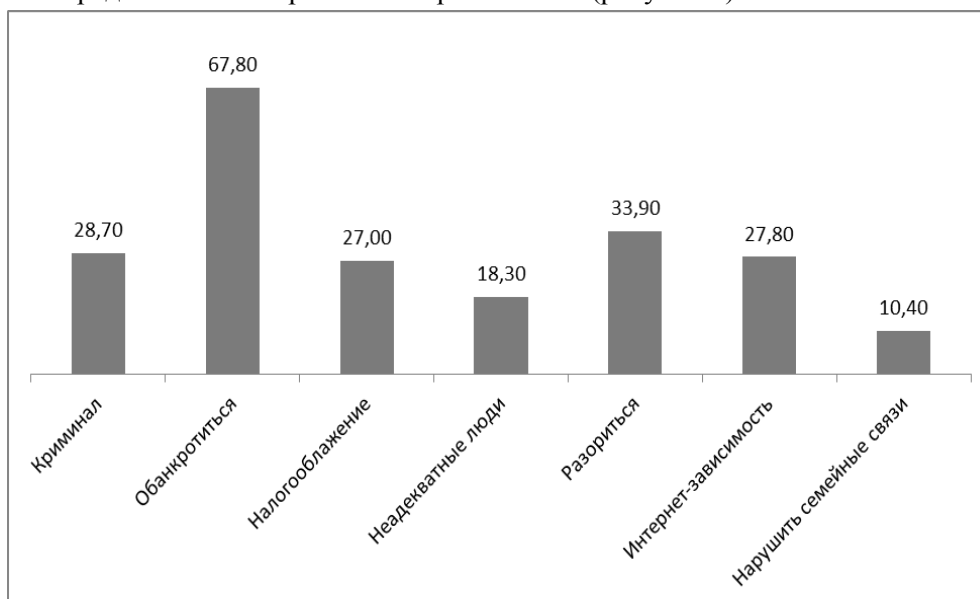


Рисунок 8 – Риски экономической активности в Интернете (в % от общего числа респондент)

Наиболее вероятным риском, с которым можно встретиться в Интернете, ведя экономическую активность, две трети опрошенных (67,8%) отметили риск не получить деньги за оказанные услуги. Каждый трети респондент (33,9%) считает, что риск быть не конкурентоспособным и понести убытки, разориться, обанкротиться также возможен при ведении экономической деятельности в Интернет-среде. Кроме того, более четверти опрошенных (28,7%) считают, что, ведя экономическую деятельность в Интернете, существует риск встретиться с криминальными, преступными посягательствами и стать Интернет-зависимым. Несколько меньше респондентов, 27%, полагают, что существует риск стать объектом расследований со стороны налоговых и правоохранительных органов. Около пятой части опрошенных (18,3%) отмечают, что, ведя экономическую деятельность в Интернете, существует риск встретиться с психически ненормальными людьми. Каждый десятый респондент (10,4%) убежден, что, погружаясь в Интернет-пространство, присутствует риск нарушить семейные отношения, родственные связи.

Сравнительный анализ показывает, что не получить деньги за оказанные услуги больше боятся представители женского пола (индекс вовлеченности 0,7030), чем респонденты мужского пола (индекс вовлеченности 0,5000), в то время как нарушения семейных отношений и родственных связей больше опасаются респонденты мужского пола (индекс вовлеченности 0,2140), чем женского пола (индекс вовлеченности 0,0890). Кроме этого, респонденты женского пола опасаются встретиться в Интернет-пространстве с психически ненормальными людьми больше (индекс вовлеченности 0,1980), чем респонденты мужского пола (индекс вовлеченности 0,0710). Однако о риске стать объектом расследований со стороны налоговых и правоохранительных органов чаще думают представители мужского пола (индекс вовлеченности 0,3570), чем женского (индекс вовлеченности 0,2570).

По результатам исследования, можно сделать вывод, что люди с низким заработком чаще всего выделяют несколько рисков: «не получить деньги за оказанные услуги» (индекс вовлеченности 0,7000) и «быть не конкурентоспособным и понести убытки, разориться, обанкротиться» (индекс вовлеченности 0,4000). Люди со средним достатком чаще обычного отмечают «риск не получить деньги за оказанные услуги» как главный, с которым человек может встретиться, вступив в Интернет-фриланс (индекс вовлечен-

ности 0,6790). Люди с высоким достатком, выделяют как главный риск «не получить деньги за оказанные услуги» (индекс вовлеченности 0,6670).

В целом, исследование продемонстрировало, что риски, с которыми существует вероятность встретиться в Интернет-пространстве, ведя экономическую деятельность, в основном фрагментированы по гендерному признаку, в то время как по материальному положению различия существуют лишь в нескольких случаях.

Таким образом, исследование показывает, что около трети студенческой молодежи вовлечены в настоящее время в Интернет-предпринимательство, и сильно фрагментированы по формам этой деятельности, гендерному признаку и материальному положению.

Литература

1. Андреева В., Герашенко Н. Фриланс по-русски: что мешает россиянам уйти на вольные хлеба // РБК [Электронный ресурс]. <https://www.rbc.ru/society/24/08/2011/5703eb359a79477633d36e50> (дата обращения: 07.11.2018)
2. Елькина М.В. Копирайт как творческий инжиниринг [Электронный ресурс] // Московский государственный институт культуры (Химки). 2018. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25297065> (дата обращения 23.10.2018)
3. Кирилина Т.Ю. Использование современных информационных технологий при изучении социальной реальности. В сборнике: Современные образовательные технологии, используемые в очном, заочном и дополнительном образовании // Сборник трудов по материалам Международной научно-практической Интернет-конференции. 2013. С. 151-159
4. Курило Ю.И., Сосова К.В. Видеоблогинг как средство массовой информации [Электронный ресурс] // Издательство "Саратовский источник" (Саратов). 2018. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35439320> (дата обращения: 23.10.2018).
5. Фомина О. Как заработать в Интернете: 35 самых быстрых способов: практическое издание / О. Фомина // М.: Рипол Классик. 2014.
6. Шарабайко О.Г. Стриминг технологии как средство создания интерактивных электронных образовательных ресурсов [Электронный ресурс] // Vedecko vydavateľske centrum Sociosfera-CZ s.r.o. (Прага). 2015. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24719044> (дата обращения 23.10.2018)

УДК 316

ДИЗАЙНЕР В РЕКЛАМЕ: ТВОРЧЕСТВО, КРЕАТИВ ИЛИ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВОМ?**И.В. Христофорова**, доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой дизайна,**М.С. Дедюрина** магистрант,Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Московская область

В данной статье затронута тема актуальности социологических исследований, в частности их роль при аудите и мониторинге общества в целом, так и в группах, для выявления потребительских тенденций. Авторы рассматривают такие понятийные категории как дизайнер и его место в рекламе. По мнению авторов, деятельность дизайнера в рекламе рассматривается в двух аспектах: как творческое начало и дизайнер как создатель потребности в чем-либо, которая идет от заказчика.

Реклама, творчество, креатив, общество, дизайн, дизайнер, искусство, тенденции.

DESIGNER IN ADVERTISING: OEUVRE, CREATIVITY OR MANIPULATION OF SOCIETY?**I.V. Khristoforova**Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Design,
State Budget Educational Institution of
Higher Education of the Moscow Region
"Technological University", Korolev, Moscow Region**M.S. Dedyurina**, masterState Budget Educational Institution of
Higher Education of the Moscow Region
"Technological University", Korolev, Moscow Region

This article touches upon the topic of relevance of sociological research, in particular, their role in auditing and monitoring the society as a whole, and in groups, to identify consumer trends. The authors consider such conceptual categories as a designer and his place in advertising. According to the authors, the activity of a designer in advertising is viewed in two aspects: how creative began and the designer as the creator of the need for something, which comes from the customer.

Advertising, oeuvre, creative, society, design, designer, art, trends.

Результаты социологических исследований играют важную роль при выявлении потребностей общества. Именно на основе анализа качественных социологических исследований масс-медиа и реклама формируют свои тенденции. В тоже время понятие «тенденции» – это социальный феномен, отражающий свойственные обществу изменения в ценностях, поведении, установках. Тенденции рассматриваются на двух уровнях – микро - и макро - уровнях. В данной статье будет рассмотрен микроуровень, в частности создание рекламного продукта с точки зрения, как заказчика, так и креативного исполнителя [4].

Создание рекламы и рекламного продукта – это сложный коллективный процесс, который включает в себя множество элементов. Но особое внимание следует уделить таким понятийным категориям как творчество и креативность. Многие ошибочно считают, что «творчество» и «креативность» – синонимы.

Творчество – это создание новых по замыслу культурных, материальных ценностей. В отличие от искусства, рекламное творчество не является прямым самовыражением художника. В идеале, реклама представляет собой самовыражение бренда или коммерческого предложения, исполненного руками дизайнера [7].

Если считать, что такое креативность, то согласно американскому психологу Абрахаму Маслоу: креативность – творческие способности, характеризующиеся готовностью к созданию принципиально новых идей, отклоняющихся от традиционных или принятых схем мышления, и входящие в структуру одаренности в качестве независимого фактора, а также способность решать проблемы, возникающие внутри статичных систем [8].

Но обратимся к реальности, абстрагируясь от теоретических понятий и определений. Суть дизайнера в рекламе, внедрить в сознание общества идею, что без данного продукта или услуги оно не сможет полноценно существовать.

Яркий пример – произведение «99 франков» – роман 2000 года французского писателя Фредерика Бегбедера. Книга представляет собой злую сатиру на рекламный бизнес. Обратимся к одному из высказываний главного персонажа Октава: «Чтобы обратить человечество в рабство, реклама избрала путь вездельного умелого внушения. Это первая в истории система господства человека над человеком, против которой бессильна даже свобода. Более того, она – эта система сделала из свободы свое оружие, и это самая гениальная ее находка» [1, с. 8].

Возвращаясь к ранее данному определению, что реклама представляет собой самовыражение бренда или коммерческого предложения, исполненное руками дизайнера, нельзя обозначить роль дизайнера в качестве центрального источника манипуляций. Дизайнер в рекламе – это творец, который воссоздает искусственно созданную потребность в чем-либо, идущую непосредственно от заказчика [2, с.35].

Какие качества необходимы, чтобы стать хорошим дизайнером рекламы?

Чтобы стать хорошим дизайнером рекламы, нужно обладать весьма яркими личными качествами:

- повышенной работоспособностью;
- генерацией новых идей и ярких образов;
- хорошей фантазией;
- точностью и уверенностью в своих движениях;
- художественным вкусом;
- отказом от стереотипов;
- постоянной тягой к освоению нового;
- умение отстаивать своё мнение [3, С. 65].

Рассматривая профессиональные обязанности дизайнера рекламы, отметим что, в каждой компании обязанности у дизайнеров рекламы могут существенно отличаться, так как одной компании достаточно изготовления визиток и листовок, а другой – необходим весь спектр рекламной продукции. В целом же в профессиональные обязанности дизайнера рекламы входит:

- разработка концепции оформления рекламного продукта;
- подбор оптимального носителя рекламы и его расположения;
- изготовление шаблонов визуальных элементов (подписей, надписей, логотипов, иллюстраций и т. п.);
- внесение правок и доработка существующих шаблонов;
- гибкость в рыночном пространстве рекламных услуг;
- достаточные знания о видах рекламных носителей, их положительные и отрицательные качества [3, С. 111];
- работа в современных компьютерных программах для дизайнеров, например, в:
 1. Phtotoshop
 2. Corel Draw
 3. 3D Studio MAX
 4. Google ScketchUp
 5. Онлайн-сервис под названием Apartama
 6. Sweet Home 3D
 7. FloorPlan 3D
 8. VisiCon
 9. PRO100
 10. Aston dizayn
- знание психологии воздействия рекламы на человека и умение настроить рекламный образ под нужные цели [8].

Рассмотрим сам процесс зарождения идеи и процесс создания рекламы. Отметим, что в данной сфере деятельности, взгляды на процесс создания будут различаться, если рассматривать его с точки зрения заказчика с точки зрения исполнителя и его рабочей команды.

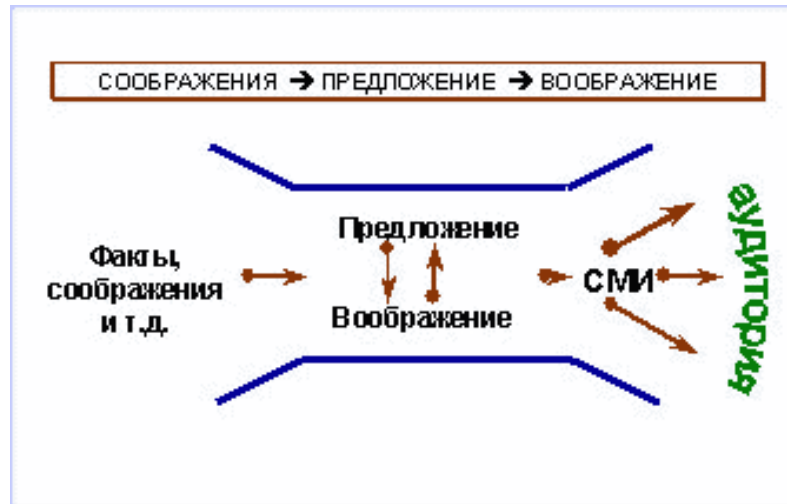


Рисунок 1- Схема процесса создания рекламы, с точки зрения заказчика

Данная схема представляет поэтапный план зарождения, развития и выхода проекта к определенной публике [5, с. 2].

Далее представлен процесс работы самого дизайнера и его креативной команды.



В первую очередь необходимо получить бриф от заказчика, то есть сам заказ, выяснить предпочтения клиента и т.д. Далее будет происходить разработка эскизов, самое главное на этом этапе – вариативность. Именно благодаря вариативности представления проект будет иметь наибольший успех при его реализации.






Рисунок 2 – Схема реализации рекламного объекта с точки зрения исполнителя

За последние десятилетия образовалось множество агентств, которые занимаются в данной отрасли бизнеса. Ознакомимся с рейтингом ведущих креативных агентств мира и России.

Таблица 1 – Ведущие креативные агентства мира

Агентство	Описание
1	2
<p data-bbox="464 398 655 427">Grey Advertising</p> 	<p data-bbox="876 369 1497 517">Агентство Grey Advertising появилось в 1917 году в одном из швейных районов Нью-Йорка. На сегодняшний день Grey Global Group охватывает весь рынок медиа, рекламы и digital и имеет 432 офиса в 96 странах.</p> <p data-bbox="876 524 1497 611">Среди клиентов Grey Advertising есть такие громадины, как: Allianz, Aquafresh, Bosh, Canon, Gillette, P&G и другие, не менее знаменитые бренды.</p>
1	2
<p data-bbox="461 952 660 981">Wieden+Kennedy</p> 	<p data-bbox="876 893 1497 1104">Дэн Вайден познакомился с Дэвидом Кеннеди в 1980 году в рекламном агентстве William Cain, когда работали над проектом Nike. Позже, они сделали Nike своим клиентом, после того, как открыли свое рекламное агентство Wieden&Kennedy (позже название изменили на Wieden+Kennedy) в 1982 году.</p> <p data-bbox="876 1111 1497 1198">Спустя годы, агентство открыло офисы в Нью-Йорке, Лондоне, Амстердаме, Шанхае, Пекине, Токио, Дели и Сан Пауло.</p> <p data-bbox="876 1205 1497 1256">Клиентами Wieden+Kennedy являются Coca-Cola, Chrysler, Facebook, Nike, Sony и многие другие.</p>

<p>Butler, Shine, Stern</p> 	<p>Небольшое, но выдающееся своими работами агентство базируется в Саусалито, штат Калифорния. Butler, Shine, Stern создали Джон Батлер, и Майк Шайн в 1993 году, позже к ним присоединился Грег Штерн.</p> <p>Одними из клиентов этого агентства стали: Columbia, Google, Converse, Nokia и Epson.</p>
<p>Ogilvy</p> <p>Ogilvy & Mather</p>	<p>Созданному в 1948 году агентству под руководством Майлза Янга в последние годы удалось получить награды самых важных рекламных соревнований – Каннские львы и Effie.</p> <p>Изящный стиль отличный баланс между креативностью и эффективностью делают это работы этого агентства потрясающими.</p>
<p>1</p>	<p>2</p>
<p>BBDO</p> 	<p>Агентство появилось в далеком 1891 году в виде Batten Company. 289 офисов BBDO находятся в 80 странах и задействуют в свою работу около 15 000 сотрудников.</p> <p>BBDO делали рекламу для Mercedes-Benz, Visa, Starbucks, Wrigley, Volkswagen, HP и многих других.</p>

<p style="text-align: center;">CP+B</p> <div style="text-align: center;">  </div>	<p>Агентство с серьезным креативным прошлым, которое прошло эру «Алекса Богунски». И хотя шума стало меньше, агентство продолжает радовать и удивлять хорошей рекламой для Burger King, Ubisoft, Domino's, Microsoft Windows, Xbox.</p> <p>Яркие и необычные ролики являются представителями той рекламы, которую действительно хочется и интересно смотреть.</p>
<p style="text-align: center;">Deutsch</p> <div style="text-align: center;">  </div>	<p>Созданное в 1969 году в Нью-Йорке агентство Deutsch заполучило себе в клиенты PizzaHut, HTC, Dr. Pepper, M&M's, Microsoft, Jagermeister другие огромные бренды.</p> <p>У агентства есть всего два офиса в Нью-Йорке и Лос-Анджелесе, зато Deutsch имеет огромную мировую сеть представительств.</p>

Анализирую данную таблицу, можно сказать следующее, что рекламой на западе занимаются даже не со второй половины XX века, а если обратить внимание, то старейшее рекламное агентство образовалось 1891 году (BBDO) и в основном они базируются в США.

- 1**



Russ Outdoor / Наружная реклама, Москва

Крупнейший российский оператор наружной рекламы. В рекламной сети Russ Outdoor: билборды стандартных форматов, уличная мебель, рекламоносители больших и сверхбольших форматов, реклама в аэропортах, реклама в супермаркетах.
- 2**




Ingate / Интернет-реклама, Москва

Агентство performance-маркетинга и крупнейший игрок российского рынка digital. Компания специализируется на performance-подходе, разрабатывает и реализует комплексные стратегии по привлечению клиентов из интернета; повышает продажи и узнаваемость бренда, увеличивает охват и лояльность аудитории.
- 3**



Public Totem / Оформление мест продаж POS, Москва

Public Totem производит долгосрочные и краткосрочные промо-конструкции и POS-материалы для выкладки и продвижения товаров в местах продаж.
- 4**



Gallery / Наружная реклама, Москва

Gallery более 20 лет работает на рынке наружной рекламы и является одним из крупнейших операторов наружной рекламы в России. Среди клиентов и партнеров Gallery - известные холдинги, ведущие рекламные агентства и крупные компании.
- 5**



Mediascope / Маркетинговые исследования, Москва

«Медиаскоп» осуществляет полный цикл работ в области медиа-измерений и мониторинга рекламы: измерение аудитории в интернете и прессе, на радио и телевидении; мониторинговые исследования, оценка рекламы и эффективность спонсорства.

Рисунок 3 – Ведущие отечественные рекламные агентства

Анализируя рейтинг российских рекламных агентств, следует отметить, что все они базируются в Москве. Это логично, ведь все крупные и интересные клиенты находятся именно в столице. Данная сфера деятельности в РФ в условиях рыночной экономики развивается довольно короткий период, но если ориентироваться на западных коллег, то вполне возможно и российские рекламные агентства тоже со временем войдут в ТОП рекламных агентств мира.

Делая вывод, можно сказать следующее, что дизайнер в рекламе – это гармоничное сочетание творчества, креатива и способностей манипуляции общественным сознанием, которое совершенствуется с годами и практикой.

Литература

1. Бегбедер Ф. 99 франков // Москва: Азбука-Аттикус. 2013. 320 с.
2. Винокурцева Е. Компания // Рынок дизайна развивается вместе с экономикой [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://books.google.ru/books?isbn=5496003989> (дата обращения 23.09.2018).
3. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть // М.: Европа. 2006. 320 с.
4. Кирилина Т.Ю., Ткалич М.А., Юрина С.В. Реклама как механизм превращения потребления в новый тип социализации// Социально-гуманитарные технологии. №1 (5) 2018. С. 21-27.
5. Михайлов С. М. История дизайна. Том 2 // М.: Союз дизайнеров России. 2003. 270 с.
6. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://syntone.ru/book/reklamnaya-deyatelnost/> (дата обращения 23.09.2018).
7. Психологический FOREST в Москве [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://urman.jimdo.com> (дата обращения 23.09.2018).
8. Ресурс дополнительного образования ХАРАКТЕР.net [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.xarakter.net/virtues/science/creativity/desc.php> (дата обращения 23.09.2018).
9. Секликов Ю.В. Дизайн как средство выживания [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.electronics.ru/files/article_pdf/1/article_1549_510.pdf(дата обращения 23.09.2018).

ОСНОВНЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Т.Ю. Кирилина, доктор социологических наук,
 профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин,
М.А. Ткалич, преподаватель кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,
 Государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования Московской области
 «Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия
С.В. Юрина, заведующий сектором обеспечения
 деятельности диссертационных советов,
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Российский государственный социальный университет», г. Москва

В статье анализируются основные социологические подходы к изучению потребления. Приводится периодизация социологии потребления.

Особое внимание уделено изучению вклада представителей франкфуртской школы в развитие социологии потребления и особенно их критике «массовой культуры». Автор отмечает, что для социологов потребление – это процесс организации и воспроизводства образа жизни.

В статье делается вывод, что социология потребления является дискуссионной областью социологического знания. Все подходы, существующие в социологии потребления, содержат в себе важные концепции и идеи, которые могут быть использованы для изучения, понимания и совершенствования процессов и механизмов потребления, являющегося неотъемлемым элементом современного образа жизни.

Социология потребления, массовая культура, культура потребления, «демонстративное потребление», потребитель

MAIN SOCIOLOGICAL APPROACHES TO THE ANALYSIS OF CONSUMPTION

T. Yu. Kirilina, Doctor of sociological sciences, the Head of the Department of Humanities and Social Sciences,
M.A. Tklich, lecturer of the Department of Humanities and Social Sciences,
 State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «University of Technology», Korolev,
 Russian Federation
S.V. Iurina, head of the sector to ensure the activities of dissertation councils,
 Federal State Educational Institution of Higher Education «Russian State Social University», Moscow

The article analyzes the main sociological approaches to the study of consumption. The periodization of the sociology of consumption is given.

Special attention is paid to the study of the contribution of representatives of the Frankfurt School in the development of sociology of consumption and especially their criticism of "mass culture". The author notes that for sociologists consumption is a process of organization and reproduction of a way of life.

The article concludes that the sociology of consumption is a debatable area of sociological knowledge. All approaches that exist in the sociology of consumption contain important concepts and ideas that can be used to study, understand and improve the processes and mechanisms of consumption, which is an integral part of the modern way of life.

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

Во второй половине XX века наблюдался стремительный рост такой специальной социологической теории как социология потребления. В настоящее время потребление прочно закрепилось в качестве цен-

тральной темы для социологов и других специалистов, стремящихся решить ряд насущных глобальных проблем, таких как устойчивое развитие и здоровье [1; 3; 4]. Социология потребления вооружена целым рядом концепций, способных концептуализировать то, как могут быть улучшены ресурсоемкие и нездоровые способы потребления. Но, в науке по-прежнему продолжают доминировать современные модели потребления как дискурсы об автономии индивида и силе технологических инноваций. Социология потребления помогает проанализировать образ жизни и стили потребления.

В рамках социологического подхода потребление понимается как социальный акт, эксплицирующийся в социальном пространстве и регулируемый, главным образом, социальными нормами.

По мнению немецкого исследователя Г. Висведе, социология потребления является относительно молодой отраслью социологии, в связи с чем, она пока еще недостаточно целостна и не имеет устойчивых коррелятов между теоретическими построениями и эмпирическими исследованиями [11, р. 23-72.].

До середины двадцатого века потребление не было ключевой темой в социальных науках. Карл Маркс и Макс Вебер не обращали должного внимания проблеме потребления. «Теория праздного класса» Торстейна Веблена стала первой работой, посвященной понятию потребления. Т. Веблен изучал «демонстративное потребление», то есть то, чем средние классы в Соединенных Штатах на рубеже XIX-XX веков отличались от менее обеспеченных благодаря открытому демонстрированию богатства [2].

Несмотря на экономическую значимость потребления, на протяжении большей части XX века исследования в этой области были достаточно ограниченными. Только в 1960-х и 1970-х годах ученые начали активно изучать сам процесс потребления и его содержание. Так в современной западной социологии принято выделять три периода в развитии социологии потребления. Первый – от классических социологических работ до 1980-х годов, где научный поиск был сосредоточена на исследовании «массовой культуры». Второй – с 1980-х годов до начала XXI века, когда ученые под влиянием «культурного поворота» в социологии привлекли внимание к творческому потенциалу «культуры потребления». Третий период развития – современный период социологии, для которого характерно объединение всех предыдущих аргументов для изучения как экономических, так и культурных аспектов потребления [9, р.117–134]. Каждый из этих подходов выделяет различные элементы потребления и по-разному трактует понятие потребления. Из-за этого трудно выработать единое последовательное определение потребления, которое могло бы быть принято сторонниками каждой позиции. Тем не менее, К. Кэмпбелл дает определение потребления как «...включающее выбор, покупку, использование, техническое обслуживание, ремонт и утилизацию любого данного продукта или услуги» [6].

Хотя консенсус в отношении более узкой дефиниции потребления может оказаться труднодостижимым, область социологии потребления в настоящее время широко признана в качестве важной области социологического исследования. В ней используются социально-теоретические концепции для изучения особенностей потребления, а также ведется большая эмпирическая работа по формированию ключевых социологических теорий потребления. В частности, возникают три ключевые темы.

Первый вопрос заключается в определении «потребителя» или «субъекта потребления». «Потребителя» можно рассматривать по-разному, как: коммуникатора, исследователя, искателя идентичности, гедониста, художника, жертву, бунтаря, активиста и гражданина. Такие представления, соответственно, по-разному позиционируют субъектов с точки зрения их автономии и использования потребления в качестве выражения идентичности. Различные взгляды на определение субъекта потребления связаны с классическими социологическими вопросами о том, как понимать социальный субъект: как homo-economicus или homo-sociologicus [8, р. 603–613].

В рамках социологии потребления некоторые подходы рассматривают индивидов как способных принимать самостоятельные и рациональные решения в свете собственных личных интересов (homo-economicus). Другие подчеркивают взаимозависимость индивидов. Делая акцент на том, что люди имеют общие нормы и ценности, а также общее понимание о том, что социальные институты формируют социальные действия и, следовательно, модели потребления (homo-sociologicus).

Вторая ключевая тема, которая возникает при изучении особенностей потребления – это то, как различные подходы концептуализируют приобретение, присвоение и оценку товаров и услуг [10]. Приобретение описывает то, как товары и услуги приобретаются посредством различных видов социальных и экономических обменов. Присвоение – это то, что люди делают с товарами, как только они их приобретают. Оценка – это процесс приобретения вещи и утраты её ценности.

Третья тема касается комплексных вопросов, которые связывают потребление с рядом антиномий или противоположностей, таких, как отношения между экономикой и культурой, материализмом и идеализмом, структурой и свободой воли, оптимизмом и пессимизмом и т.д.

Следует отметить, что исследование потребления в Соединенных Штатах имеет существенные отличия от европейских исследований. Американские исследования, как правило, гораздо менее критичны к капитализму и вместо этого сосредоточены на роли потребителя. Например, в обзорной работе Ш. Зукина и С. Магуайра потребление определяется просто как «процесс выбора товаров», в котором потребление рассматривается как привязанное к традиции потребительского поведения, а не как фактор, определяющий социальные отношения [12, р. 173–197].

После Второй Мировой Войны страны Запада переживали промышленный бум. Новые промышленные методы массового производства и распределения товаров, повышение заработной платы создали мощный экономический рост, улучшив качество жизни для многих людей. В то же время становились популярными новые виды потребления, повышался его уровень. Эти изменения в производстве, потреблении и изобилии товаров и услуг были интригующими объектами исследования в различных областях. Возрождение марксистской мысли в то время означало, что исследования изменений общественного строя были сосредоточены на производстве, накоплении капитала и классовых антагонизмах. Потребление само по себе никогда не было в центре внимания исследователей, также как и потребительская деятельность людей. Вместо этого изменения в потреблении понимались как результат макроэкономических изменений в способах производства.

В этот период наиболее признанным социологическим вкладом в изучение потребления являются работы представителей франкфуртской школы, в частности, их критика «массовой культуры». Спасаясь от преследований, угнетения и ужасов нацистской Германии, члены Франкфуртской школы уехали в Соединенные Штаты, где они столкнулись с результатами радиальных сдвигов в формах производства – не только в производстве товаров, но и в культуре! Они считали, что новые формы популярных развлечений были созданы «культурной индустрией», чтобы приручить, отвлечь массы и заставить их принять капиталистические производственные отношения и возникшее в результате социально-экономическое неравенство.

Для представителей франкфуртской школы новые формы популярных развлечений и искусства стали точно таким же массовым производством, как производство на фабрике автомобилей и джинсов. Они утверждали, что распорядок дня художников и артистов эстрады принял характер заводского сборочного конвейера. Т. Адорно и М. Хоркхаймер описывают это так: «синтетический, плановый метод получения ... продукции (фабрично-подобной не только в студии, но и, более или менее, в компиляции дешевых биографий, псевдодокументальных романов и хитовых песен ...)» [5, р. 163]. Они утверждали, что массовое производство культуры имело три важных последствия для потребления.

Во-первых, они утверждали, что это приводит к стандартизированным, «безопасным» и пассивным формам потребления. Так, они отмечали: «...как только фильм начинается, совершенно ясно, чем он закончится, и кто будет вознагражден, наказан или забыт. В легкой музыке, как только натренированный слух услышал первые ноты хита, он может угадать, что происходит и чувствовать себя польщенным...» [5, р. 125]. Индустрия культуры производит развлечения, которые отвлекают рабочий класс от признания своего угнетенного положения. Развлечения обманывают потребителей и насаждают ложные представления о том, каков мир есть.

Второе последствие – это потеря индивидуальности, спонтанности и выбора. Вместо того, чтобы обеспечить богатство продуктов, из которых можно выбрать для подтверждения собственной идентичности, мы покупаем продукт или товар, который был массово произведен для «нашего типа». Анализируя потребление, ученые франкфуртской школы приходят к выводу, что выбор и спонтанность – это иллюзия. Вместо этого, люди потребляют механически в супермаркете, на улице и в кафе, копируя автоматизацию рабочего места и шаблонизацию сборочного конвейера.

Конечным последствием для Т. Адорно и М. Хоркхаймера является то, что и искусство, и авангард превращаются в китчевую массовую культуру [5]. По мнению представителей франкфуртской школы, любителей оперы, высокой культуры и авангарда, производство потребления приводит к тому, что великие произведения искусства больше не оцениваются по их содержанию или по их способности определять доминирующие способы мышления. Вместо этого искусство оценивается по тому, насколько оно соответствует предписанным формулам, изложенным в индустрии культуры, чтобы оно могло стать бестселлером или «платиновым диском».

Субъект потребления в этот период развития социологии позиционировался как жертва массовой культуры. Анализ, произведённый учеными франкфуртской школы, практически не приписывает самостоятельности индивидам в их потребительском выборе или, по крайней мере, утверждает, что этот выбор является лишь псевдо-выбором, имеющим ограниченное политическое значение. Эта модель «потребителя» полностью согласуется с моделью человека *homo-sociologicus*, позиционирующей социальный субъект как взаимозависимый с нормами и поведением, коренящимися в общих нормах и ценностях, которые организуются и вырабатываются экономическими, социальными и культурными институтами.

Этот подход имеет существенные последствия для понимания того, как приобретаются, присваиваются и оцениваются товары и услуги. Для Франкфуртской школы, товары и услуги, приобретенные за счет объема и распределения продукции, устраняются с помощью встроенного в них процесса устаревания (изменения в тенденциях моды, новых установок на мобильных телефонах и т. д.). Они не приобретены как отражение индивидуального вкуса или через управляемый дисплей идентичности. Приобретенные товары предназначены как для отчуждения и освоения продукции массового потребления. Они ценятся на основе «ложных потребностей» [7].

Такой подход к потреблению находится по одну сторону множества антиномий в рамках социологии потребления. Это скорее пессимистический, нежели оптимистический взгляд на роль потребления в человеческих устремлениях. Он подчеркивает преобладание экономики, структуры и материализма над культурой и идеализмом. Это касается главным образом теоретических или абстрактных теорий потребления, а не эмпирических исследований. Это тезис о манипулировании, доминировании и контроле, который требует изучения материальных и экономических условий производства, а не изучения культурных смыслов, чтобы добраться до сути процессов потребления.

Социология потребления является дискуссионной областью социологического знания. В настоящее время государственные деятели, занимающиеся социальными вопросами, являющимися результатом социальных потребительских практик (например, здоровье и устойчивое развитие), опираются на ряд концепций, касающихся идентичности личности, потребительского выбора и общества потребления.

Таким образом, потребление это не просто хождение людей по магазинам в поисках вещей, представленных на рынке. Для социологов потребление – это организация и воспроизводство определенного образа жизни. Некоторые считают, что такой образ жизни зависит от социальных структур и институтов. Чтобы изменить модели потребления, эти социальные институты должны быть в центре дискуссий о потреблении. Для других исследователей именно образ жизни является главным объектом для дискурсов. Такие взгляды определяют социальные проблемы, соглашения, значения и суждения как потенциальные цели вмешательства. С точки зрения новых направлений исследований, потребление является результатом социальных практик, которые люди используют и которые составляют их повседневную жизнь. Для этих авторов источники изменения моделей потребления лежат в развитии организации социальных практик.

Различные подходы к анализу потребления будут наиболее уместными и успешными в зависимости от темы исследования и видов решаемых вопросов. Крайне важно, что все указанные выше подходы содержат в себе концепции и идеи, которые могут быть использованы для изучения, понимания и совершенствования процессов и механизмов потребления, являющегося неотъемлемым элементом современного образа жизни.

Литература

1. Ананьева А.А., Кирилина Т.Ю. Интернет-шопинг как проявление глобализации. В сборнике: Русский космизм: история и современность По материалам III Всероссийской научно-практической конференции. Под общей научной редакцией Т.Ю. Кирилиной. 2018. С. 220-223.
2. Веблен Т. Теория праздного класса / Пер. с англ. под ред. В. В. Мотылева // М.: Прогресс. 1984.
3. Лапшинова К.В., Панявин А.В. Потребительские паттерны поведения современных россиян: социологический анализ // Социально-гуманитарные технологии. 2018. Т. 5. № 1. С. 26-31.
4. Лапшинова К.В., Чернышова А.Г. Экономическая грамотность россиян и их оценка экономической ситуации в стране // Вопросы региональной экономики. 2017. № 2 (31). С. 46-53.
5. Adorno T. W., Horkheimer M. *Dialectic of Enlightenment*. Translated by J. Cumming // London. 1979.
6. Campbell C. *The Sociology of Consumption*. In *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. Edited by D. Miller // London: Routledge. 1995.

7. Marcuse H. One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society. London: Routledge. 2002.
8. Vaisey S. Socrates, Skinner, and Aristotle: Three Ways of Thinking about Culture in Action. Sociological Forum 23(3): 2008.
9. Warde A. The Sociology of Consumption: Its Recent Development. Annual Review of Sociology 41(1). 2015.
10. Warde A. Consumption. Thousand Oaks, CA: Sage. 2010.
11. Wiswede G. Konsumsoziologie – eine vergessene Disziplin / G. Wiswede // Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven / D. Rosenkranz, F. (Hg) Schneider // Opladen : Leske und Budrich. 2000.
12. Zukin Sh., Smith J. Maguire, Consumers and Consumption. Annual Review of Sociology. 2004.

ХОЗЯЙСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА И БУРЖУАЗНАЯ ИДЕОЛОГИЯ

П.В. Копнинский, магистрант

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

В статье рассматриваются проблемы и противоречия хозяйственной культуры российского общества на примере финансовой культуры, как части хозяйственной культуры в целом. В статье исследуются взгляды органов государственной власти на проблемы исторического движения хозяйственной культуры, в частности через проект Министерства финансов РФ «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

Хозяйственная культура, финансовая культура, культурная инкапсуляция, культурная стратификация, социальная стратификация, социально-классовое расслоение.

ECONOMIC CULTURE AND CAPITALIST IDEOLOGY

P. V. Kopinski, postgraduate of the Moscow State Regional University of Technology, Korolev, Moscow region.

The article deals with the problems and contradictions of the economic culture of the Russian society on the example of financial culture as part of the economic culture as a whole. The article examines the views of public authorities on the problems of the historical movement of economic culture, in particular through the project of the Ministry of Finance of the Russian Federation "Promotion of financial literacy and development of financial education in the Russian Federation".

Economic culture, financial culture, cultural encapsulation, cultural stratification, social stratification, social class stratification.

Часть 1. Идеино-методологическая

Субъективно-идеалистическая методология, присущая современной буржуазной социологии, зачастую приводит исследователя к выводам сосредоточенным на недостатках сознания (более конкретно на возможности научной рефлексии) и самосознания человека. При выявлении недостатков и проблем наличного бытия (а вернее следствий этих проблем, потому как буржуазная социология не борется с проблемами капиталистического общества, она лишь предлагает рецепты для их сглаживания и затушения), как правило, опускаются либо извращаются базисные условия (например, социология стоящая на позициях постпозитивизма вообще отрицает объективные социально-исторические законы), на которых покоится общество и, соответственно, всякая мысль или идея возникшая внутри общества.

Говоря более прямым языком – мы имеем дело с методологической немощью буржуазной общественной науки. Такими как: отрицание существования объективной реальности, отрицание принципа причинности, отрицанием теории отражения, антитеоретизм и т.п.. Проявилось все это достаточно давно, критические оценки субъективного идеализма в буржуазной философии были даны, например в работе Ленина «Материализм и эмпириокритицизм», однако устойчивые черты позитивизма, делающие его именно субъективно-идеалистической философией (то есть, наиболее реакционной формой идеализма) сохранились до сих пор и трансформировались в открытую антинауку в виде философского постмодернизма [6] (более того, если отталкиваться от марксистского определения философии, как науки о всеобщих закономерностях природы общества и мышления, то постмодернизм вообще нельзя считать философией).

Современная декадентствующая буржуазная мысль положенная на российскую действительность сыграла, пожалуй, даже более реакционную роль чем на своей исторической родине, потому как

утверждение таковой в отечественной общественной науке, да и науке вообще, т.е как в социальном институте, сопровождалось как практической, так и теоретической деградацией последней (что в общем-то было неизбежно из-за деиндустриализации и выбивания из-под науки производственной основы).

Попытки российского государства заниматься проектным конструированием общества точно так же разбиваются об ущербную методологию, вырождаясь в результате в сомнительные инициативы, в бесконечные разговоры об инновациях, в неумное и бесплодное законотворчество, а так же в перераспределение министерских портфелей, то есть являются, по большей части, имитацией бурной деятельности.

То, что взгляды нынешнего правительства носят неприкрытый классово шовинистический характер, полагаю, никого уже не удивляет, как в свете актуальных реформ, так и в исторической ретроспективе за четверть века. Удивляться тут действительно нечему, потому как правительство всякого государства служит, в первую очередь, своему непосредственному покровителю, то есть имущему классу, а так как в нашей стране, как и во всем мире, построен государственно-монополистический капитализм, то господствующие взгляды, оправдывающие и воспроизводящие такой общественный строй, будут соответствующими. Правый либерализм в экономике неизбежно потянется к идеализму в идеологии, что мы наблюдаем, например, в процессах воспроизводства хозяйственной культуры российского общества.

Не секрет, что всякая культура существует благодаря общественной практике и служит этой практике, следовательно, культура классового общества неизбежно имеет классовый характер и чем более ощутимо социально-классовое расслоение, тем четче будет заметна культурная **инкапсуляция** и культурная **стратификация**.

Инкапсуляция, рассмотренная через призму хозяйственной культуры, в эксплуататорском обществе неизбежно будет выражаться, в первом приближении (то есть в сфере идеологии), через шовинизм, то есть деление людей по сортам на «успешных» и «неуспешных».

Подобного рода разделения призваны замаскировать классовые противоречия, через навязывание людям фальшивых целей (подмена целей и средств жизни, самый простой пример – деньги ради денег), обманчивых надежд и порочному кругу из ложных альтернатив, эта ситуация в целом не нова и является отражением общего кризиса капиталистической формации, пропущенного через среду буржуазной философии и буржуазной науки.

Незрелый индивид, не включенный в классовую структуру общества, зачастую просто не осознает, что для обеспечения комфортного существования «успешных» обязательно нужна армия бесправных «неуспешных». Страта «успешных», а, вернее говоря, класс капиталистов («успешные» это в большинстве случаев собственники бизнесов) и подкупленная им прослойка высокооплачиваемого пролетариата, из-за своего места и роли в общественном производстве, будет волей-неволей воспроизводить идеи разделенного общества (нельзя так же забывать о моменте диалектического единства – когда в стране наступает кризис, буржуазная пропаганда прибегает в идею классового мира, сколь привлекательное, столь и лживое: «мы все в одной лодке»). Сразу отметим, дабы избежать обвинений в потакании конспирологическим теориям, что никакого заговора или прямого злого умысла в такой идейной позиции тут может и не быть, ибо такие идеи выражают объективные классовые интересы, которые будут толкать капитал к пропаганде социал-шовинистических идей, с целью самосохранения себя как класса.

Навязывание незрелым членам общества идеологической компоненты хозяйственной культуры господствующего класса так же служит целям сохранения условий обеспечивающих буржуазный способ присвоения, и выживание класса буржуазии соответственно.

Современные школьники, зачастую, узнают о «благах» современного общественного строя на уроках обществознания. Однако даже современное школьное образование, похоже, оказывается недостаточным для того, чтобы воспитать «квалифицированного потребителя» и избавиться от атавистических остатков старорежимного менталитета. В 2016 году Министерство финансов РФ совместно с Всемирным Банком дало старт проекту «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» [5]. Декларируемой целью, которого является: «повышение финансовой грамотности российских граждан, содействие формированию у населения разумного финансового поведения, обоснованных решений, ответственного отношения к личным финансам.»

Нет сомнений – массовый ликбез вещь архиполезная, однако не стоит относиться к подобным практикам лишь как к вещи в себе, они не являются полезными сами по себе и нужны, в первую оче-

редь, для того, чтобы воспитать подрастающее поколение в буржуазных социальных ценностях, подобного рода инициативы, по сущности, тождественны введению в учебные планы высших учебных заведений в таких дисциплин, как, например: «технологии личностного роста». Цель подобных инициатив – проектного воспроизводство общей культуры общества и буржуазной хозяйственной культуры в частности.

Так же важно отметить, почему именно финансовая грамотность, как компонента хозяйственной культуры была избрана для мониторинга и попыток проектного конструирования общества. Необходимо помнить, что нынешний капитализм это – капитализм рантье, господствующий класс теперь отделен от реального производства и вкладывает деньги в финансовые спекуляции, так что, по большей части, подобная политика лишь отражает специфику текущего момента.

Теперь вернемся к началу статьи, где речь шла о методологии, используя которую институты власти, отвечающие за проектное социальное развитие, принимают подобные решения. А конкретно, к ее субъективно-идеалистическому характеру.

Попытки поднять уровень жизни населения (предположим, что составители подобных проектов действительно радеют за абстрактное «большинство») таким способом говорят том, что авторы этих инициатив видят социальное развитие через развитие прикладных знаний. Забавно, но приоритет в общественном развитии при такой методологии отдается именно сфере идеального. Это и есть исконно позитивистское, помнящее еще времена Конта, воззрение, дожившее до наших дней в виде постпозитивистского утверждения, что, якобы, социальное развитие случайно, поскольку является результатом случайных научных открытий.

В результате, по форме, возможно, благие инициативы еще на этапе своего появления вырождаются в нечто фиктивное, подходящее на имитацию деятельности. Поскольку большинство выпускников школ и студентов не имеют у себя за спиной богатого покровителя, результаты этого ликбеза будут работать примерно как сеансы массового психоза, прикрытые эвфемизмом «коучинг». После окончания школы эта экзальтированная масса понесет свои взгляды уже во взрослую жизнь.

В социально-классовом смысле широкие массы трудящихся будут все так же бесконечно далеки от хозяев жизни. Однако, качественно промытое сознание и навязанная сверху хозяйственная культура, будет доминирующей идеологией в массах зараженных подобными, по содержанию, как правило, мелкобуржуазными идеями.

Проведем мысленный эксперимент и представим, что в результате проведенных мер реализовался самый неприятный из возможных сценариев и более двух третей человеческого общества идейно превратились в биороботов, экзальтированные мелкобуржуазные взгляды, указанные выше, доминируют в обществе.

Лучше всего подобные социальные уродства можно иллюстрировать с позиции послезнания (поскольку результаты нынешних инициатив мы увидим только в ближайшем будущем, и конкретика, пока, пребывает в сфере сомнительной прогностики).

Представим, что рабы в античной экономике массово (то есть, как класс) перестают работать из под палки и начинают вдруг радоваться своему существованию (например, илоты во время криптий в древней Спарте, точно такую же конструкцию можно выстроить и из феодализма – закрепощенных крестьян в 19 веке в Российской империи, и из капитализме тоже – плантационного рабства в США, подобного рода примеры приведены специально, потому как наиболее четко иллюстрируют реакционность критикуемой выше методологии) – подобное положение дел будет неприемлемо даже для лишенного классового сознания современного пролетария, поскольку на его личную свободу, одно из бесспорных прогрессивных завоеваний буржуазных революций, никто формально не покушается.

Но по сути-то пролетарий это и есть наемный раб (и чем дольше существует капитализм, тем все более и более зыбкими становятся условия существования каждого конкретного пролетария), а буржуазная идеология навязанная пролетарию, в том числе, через хозяйственную культуру, ставит пролетария, условно, в одну шеренгу с рабами и крепостными, которые радуются своему поработочному состоянию, а единичные представители эксплуатируемого класса, эдакие «вольнотпущенники» XXI века, сумевшие вписаться в рынок и стать крупными буржуа, станут надежными инструментами воспроизводства такой идеологии.

К счастью, ничего подобного, скорее всего, не произойдет, следует опять вспомнить о моменте диалектического единства и вернуться в начало статьи, где говорилось о культурной инкапсуляции.

Даже зараженные мелкобуржуазными идеями массы не будут являться последовательными союзниками крупного капитала и ретрансляторами его идей, этому помешают, как минимум, барьеры выхода на рынок, сооруженные как чисто экономическими методами, так и современным законодательством, так же не лишним будет напомнить про безнадежно проигрышное историческое положение малого капитала, который не может конкурировать с крупным и используется последним исключительно как питательный субстрат.

Мелкобуржуазная масса идейно крайне неустойчива и непоследовательна, но в данном случае именно это и не плохо, потому как сбрасывать со счетов внезапно вспыхнувшую классовую ненависть категорически не стоит (но и вынашивать завышенные ожидания тоже).

Так или иначе, беспроектных рецептов для сохранения буржуазного способа присвоения не существует, прогрессивная историческая роль капитала давно исчерпана и ныне капитализм производит своих же собственных могильщиков, даже при попытке навязать пролетарской массе свою идеологию и свою хозяйственную культуру.

Часть 2. Текущий момент

Возвращаясь к обозначенным в начале статьи проблемам культурной стратификации и инкапсуляции нельзя не рассмотреть тему консервации крайне специфического состояния хозяйственной культуры населения России, особенность эта заключается в крайней противоречивости последней.

Проявляется данная особенность в сплаве мелкобуржуазных идей навязанных образованием и пропагандой со старорежимными представлениями о социальной справедливости, которые, пускай и в уже основательно извращенной, больше обывательской, нежели научной, форме воспроизводятся в нашем обществе.

Для иллюстрации противоречивости хозяйственной культуры населения России будут использованы промежуточные результаты исследования «Финансовая культура молодежи», в ходе которого была проведена фокус-группа (5 человек и модератор) и анкетный опрос (на текущий момент 155 респондентов). Беседа с участниками фокус-группы была записана на специальное устройство, участники записи были предупреждены, что аудиофайл не будет передан третьим лицам и используется только в рамках обозначенного исследования.

В ходе фокус-группы обсуждались следующие проблемы:

- 1) Оценка важности финансовой культуры в жизни современного человека;
- 2) Содержание понятия «финансовая культура»
- 3) Наличие возможностей у молодежи самостоятельно формировать у себя необходимый уровень финансовой культуры;
- 4) Принципиальная способность, либо неспособность, молодежи рационально подходить к возможностям рынка финансовых услуг.

Важность финансовой культуры отмечалась всеми участниками единогласно, но четкого определения участники фокус-группы сформировать не сумели. Так же отмечалось понимание того, что финансовая грамотность не тождественна финансовой культуре и является значительно более узким понятием формирование финансового поведения и финансовой культуры у участников фокус-группы происходит на бытовом уровне – начинается он еще внутри семьи. Отмечалось, что практической реализации и развитию личной финансовой культуры мешает в основном уровень реально располагаемых доходов, а потому представления участников сосредоточены в основном на их распределении в критически важные для воспроизводства своей действительной жизни области, т.е уровень свободных средств ощутимо мал. Источники средств жизни – зарплаты и стипендии, то есть никаких прибылей, участники фокус-группы не получают, а живут лишь за счет продажи своей способности к труду и отчислений со стороны государства.

Касательно финансового образования, было высказано мнение, что элементы финансовой грамотности следует закладывать еще со школьного возраста, идеализацию денег, однако, участники порицают и на бытовом уровне могут объяснить такое явление как фетишизм денег (высшая форма товарного фетишизма), то есть ситуацию, когда деньги, будучи особым товаром, по своей ценности начинают превалировать над всем остальным.

Помимо недостаточных доходов участники фокус-группы отмечают недостаток собственных знаний по конкретным финансовым вопросам, а потому избегают использовать многие современные финансовые средства.

Результаты анкетного опроса в целом сочетаются с выводами фокус-группы, однако у анкетного метода есть критический недостаток – тестовая форма не позволяет отличить финансово грамотного человека от сформированной хозяйственной культурой.

Логическая структура анкеты состояла из 4ех частей: «Информированность», «Мотивированность», «Вовлеченность в экономическую жизнь» и «Компетентность», для данной статьи наиболее актуальны указанные ниже вопросы (рисунок 1-6, рисунок 7-8):

Блок «Вовлеченность в экономическую жизнь»:

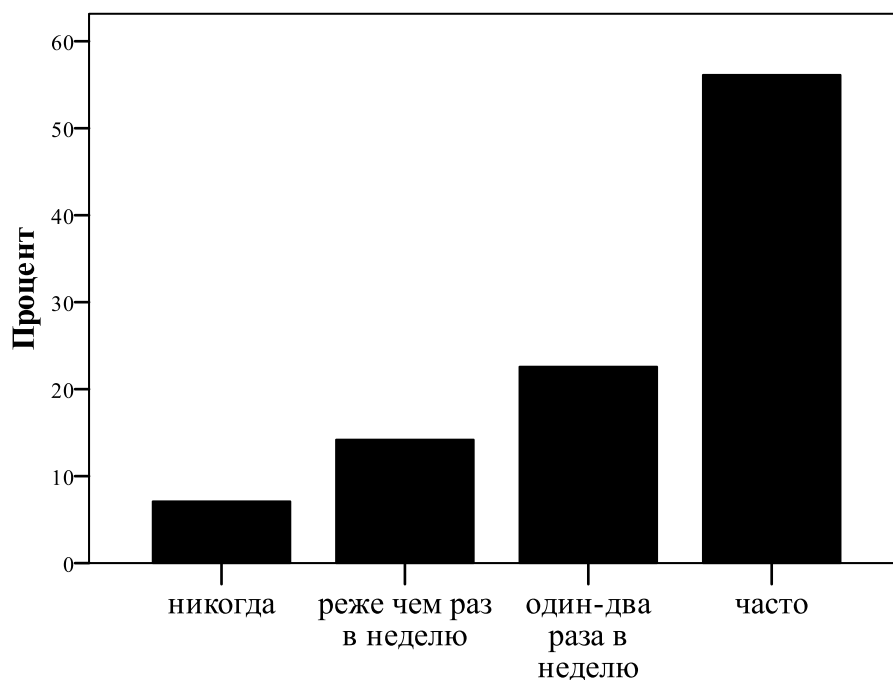


Рисунок 1 - Распределение респондентов по частоте использования мобильных банковских услуг (%)

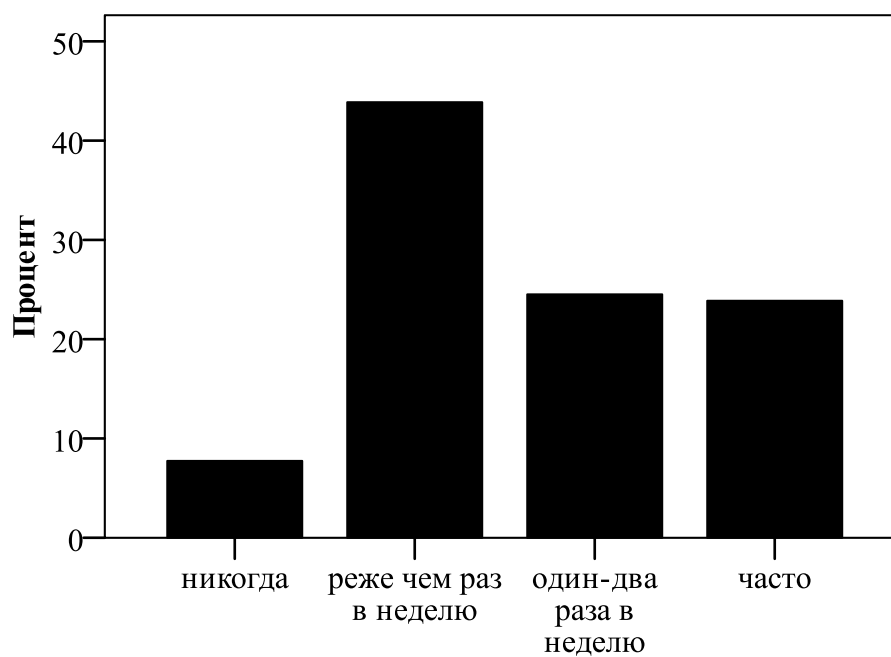


Рисунок 2 - Распределение респондентов по частоте использования сетевых (интернет) услуг банков (%)

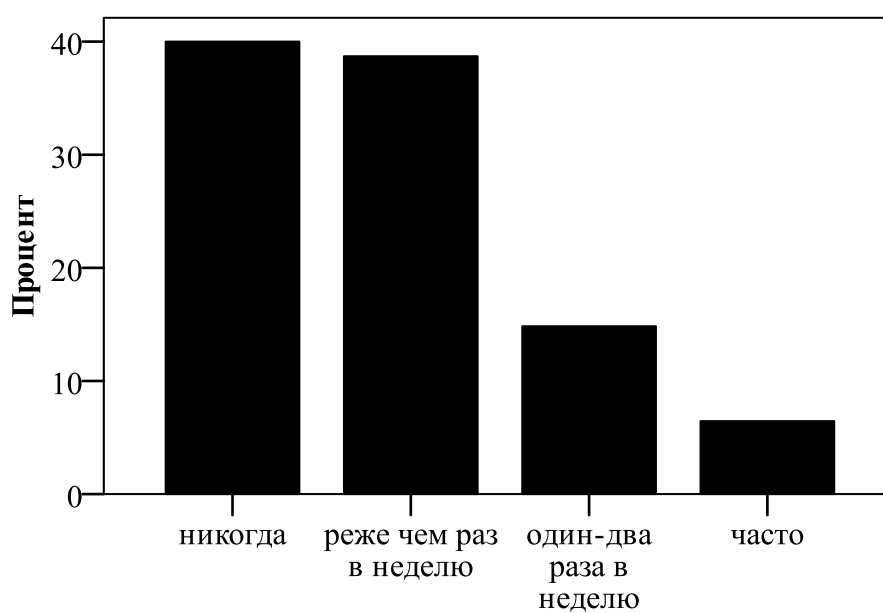


Рисунок 3 - Распределение респондентов по частоте использования электронных платежных средств при продажах через интернет (%)

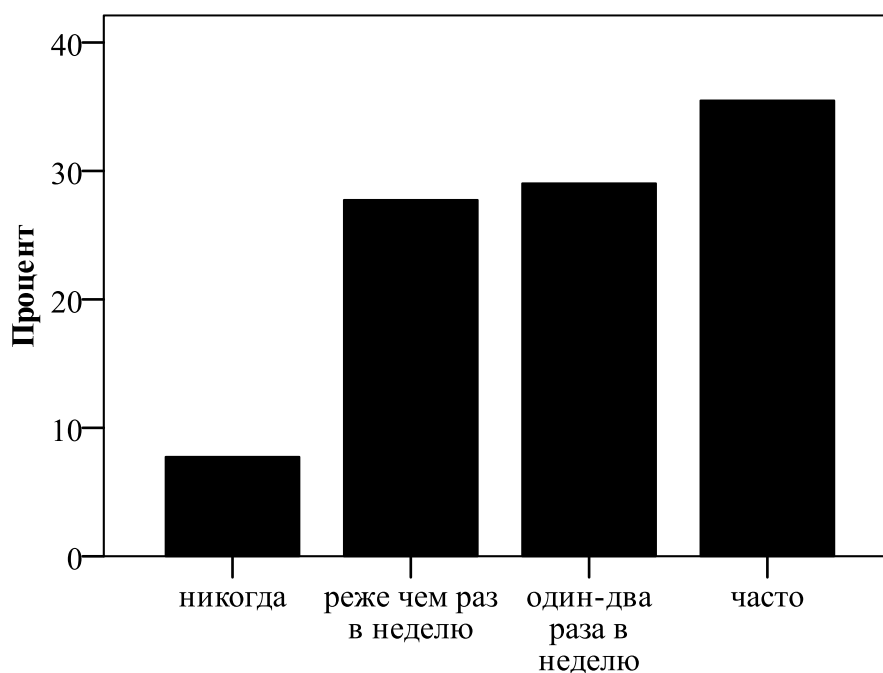


Рисунок 4 - Распределение респондентов по частоте использования электронных платежных средств при покупках через интернет (%)

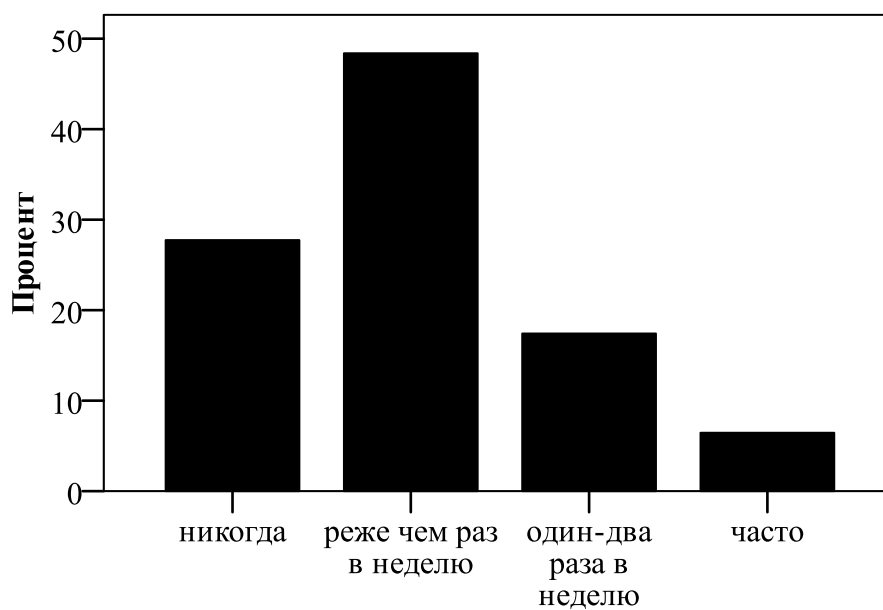


Рисунок 5 - Распределение респондентов по частоте использования иностранных торговых площадок при покупках через интернет (%)

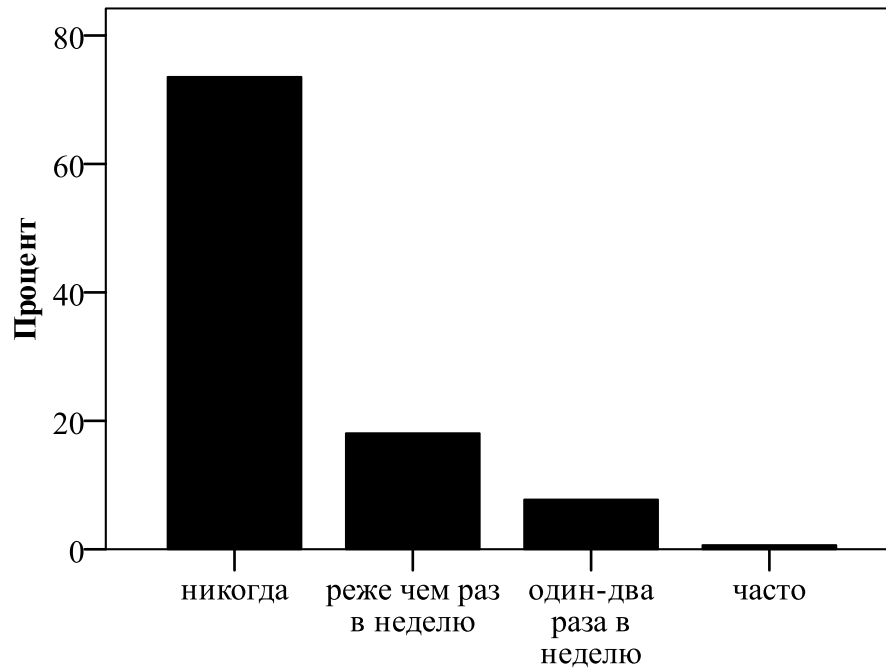


Рисунок 6 - Распределение респондентов по частоте использования иностранных торговых площадок при продажах в интернете (%)

Данные этого блока вопросов свидетельствуют о том, что современная молодежь по большей части использует электронные и мобильные финансовые инструменты чисто для личного потребления (в этом смысле молодежь мало отличается от остальных групп населения [3, с 138; 1, с 30]), в этом нет ничего удивительного, учитывая то, что наемных работников во всей стране массово пересаживают на «зарплатные» пластиковые карты, которые по своему функционалу аналогичны обычным дебетовым картам.

При этом молодежь практически никогда не выступает на цифровых торговых площадках в роли продавца, мало пользуется иностранной валютой и слабо вовлечена в сферу международной торговли, хотя такие сервисы доступны рядовому гражданину и широко известны, а так же не требуют никаких специальных знаний.

О чем все это говорит? Ровно о том, что было озвучено в методологической части статьи – совершенно не важно, как много птичьего финансового языка в школьника или студента вобьют в ходе учебного курса (о том, что подобные дисциплины идут в ущерб классическим, полагаю, тоже не следует говорить отдельно), экономическое положение попросту не позволяет подавляющему большинству рядовых граждан использовать современные финансовые средства, даже самые простые, ни в какой другой сфере, кроме как в личном потреблении.

Есть ли смысл тогда в инициативах министерства финансов, если социально-классовое расслоение в России год от года обостряется, широкие массы беднеют, а классовые противоречия упрощаются, достаточно четко разделяя трудящиеся массы и узкую прослойку крупного капитала [2, с 3]. Последний выжимает прибыль из населения любыми доступными способами поскольку закономерно сплавлен с правительством и принимает такие законы, какие захочет (выражаясь марксистским языком, это диктатура буржуазии, причем в довольно рафинированном виде, голосами своих пропагандистов заявляет о благе народа, но одновременно старательно обирает последний), создает резервные трудовые армии из граждан предпенсионного возраста для давления на рынок труда, повышает налоги и цены на топливо (что неизбежно вызовет еще один скачок инфляции и еще большее падение уровня жизни рядового гражданина).

Более-менее разумным представляется то, что «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» является не более чем достаточно топорной буржуазной пропагандой, которая идет по уже хорошо проторенной дорожке

преподавания экономики в современной средней и старшей школе, нужная исключительно для воспроизводства буржуазного сознания с помощью наукообразной сивухи – для того чтобы человек не то что не задавал правильные вопросы, более того, даже не подозревал, что такие существуют в природе.

В тоже время нельзя не отметить, что население России действительно находится в крайне неприятном положении из-за недостатка прикладных знаний, если рассуждать последовательно и не вдаваться в крайности, то есть не сбрасывать со счетов ни борьбу силовую, ни легальную, потому как буржуазное законодательство, хотя бы декларативно, предоставляет гражданам возможность отстаивать свои права, однако, зачастую, происходит так, что человек не обладает достаточными знаниями в нужной области, причем это не специальные знания, а общедоступная информация. Положение это продиктовано, в первую очередь, деятельностью законотворческих органов, которые перегрузили правовую базу до такой степени, что, в отдельных случаях, она успевает устаревать за полгода-год. Такое положение вещей еще больше отчуждает рядового гражданина от экономической жизни, потому как жизнь эта говорит, чуть ли не на ином языке, тем самым порождается и закрепляется правовой нигилизм и массовая некомпетентность, что иллюстрируется нижеприведенными диаграммами.

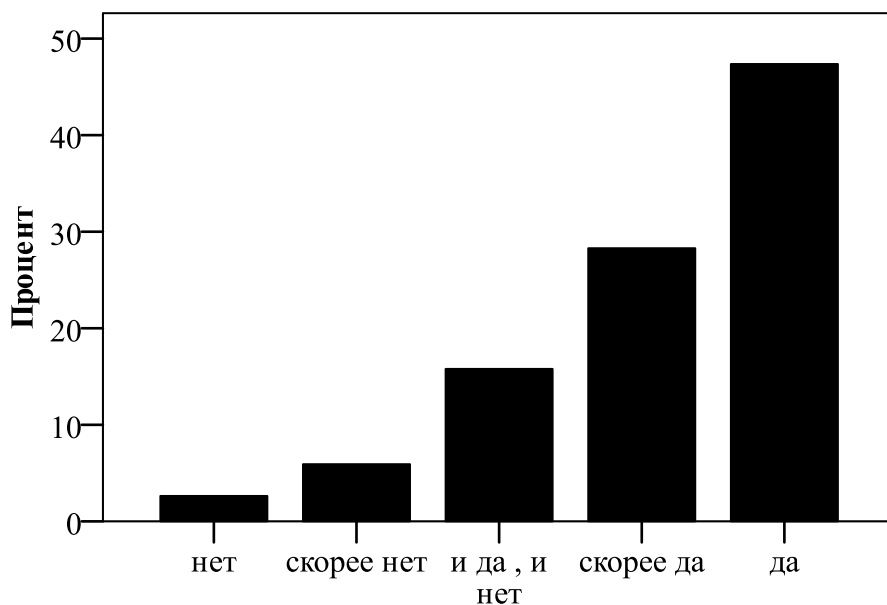


Рисунок 7 - Распределение респондентов по частоте необходимости повышения финансовой грамотности через школьное образование (%)

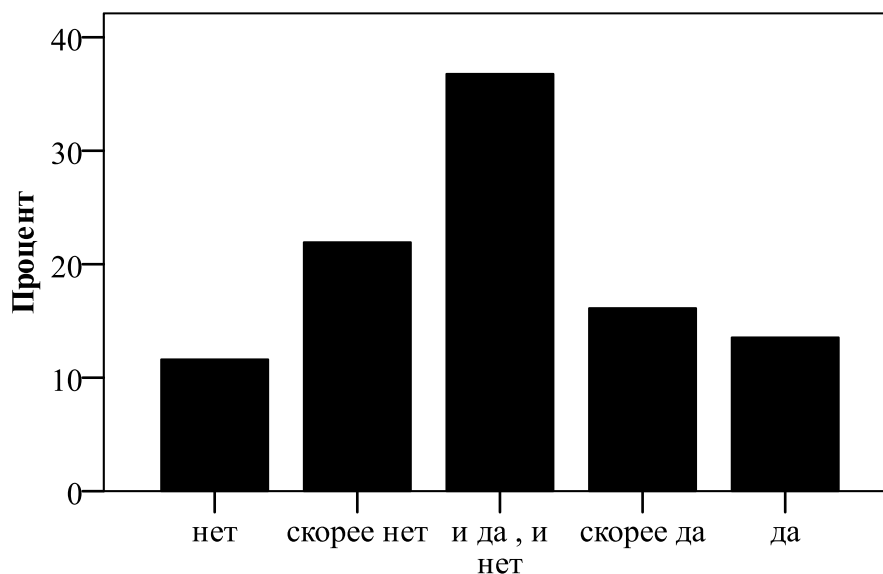


Рисунок 8 - Распределение респондентов по частоте способности компетентно оценивать информацию обнародованную Центральным банком (%)

В итоге, для реалистичного описания хозяйственной культуры российского общества следует, сперва, материалистически истолковать само понятие «хозяйственная культура», в противном случае проектное конструирование общества будет совершенно невозможно, нельзя представлять хозяйственную культуру общества как правильную и неправильную [4, с 238], культура в первую очередь является отражением общественного бытия, а не его первопричиной, попытки представить развитие общества через одно только развитие культуры, либо через развитие научных представлений об обществе без привязки к материальным условиям возникновения таковой культуры и таковых научных представлений есть в чистом виде субъективный идеализм, реакционная антинаучная философская концепция. Попытки проектного конструирования общества на такой методологической базе изначально фиктивны и результаты таковых точно так же фиктивны.

Литература

1. Аликперова Н.В. Социологические исследования инвестиционного поведения населения России // URL: http://www.intelros.ru/pdf/gumnauka/2016_02/3.pdf. (дата обращения: 25.10.18)
2. Кулешова Г.П., Кильдюшева О.А. Особенности социальной стратификации современной России // URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-sotsialnoy-stratifikatsii-sovremennoy-rossii>. (дата обращения: 08.11.2018)
3. Преснякова Л.А. Финансовая культура населения России: угрозы и потенциал для развития инвестиционной активности граждан // URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/2013/07/20/1251238116/2009_2\(90\)_5_Presnyakova.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/2013/07/20/1251238116/2009_2(90)_5_Presnyakova.pdf). (дата обращения: 08.11.2018)
4. Фатихов А.И., Насибуллин Р.Т. Проблемы формирования финансовой культуры населения России сквозь призму социологических исследований. // URL: <http://pnu.edu.ru/media/vestnik/articles/416.pdf>. (дата обращения:)
5. Финансовая грамотность российских учащихся (по результатам международной программы PISA-2012) // URL: https://www.minfin.ru/ru/om/fingram/directions/evaluation/?id_57=58245&page_id=1823&popup=Y&rea_id=57. (дата обращения: 18.10.2018)

6. Францев Ю.П. Деграция буржуазной социологии // «Вопросы философии». 1953/1954/1955. № 6/1/1. URL: <https://work-way.com/blog/2017/08/29/degradatsiya-sovremennoj-burzhuznoj-sotsiologii-1>. (дата обращения: 21.09.2017).

УДК 159.9.07

Региональные различия молодёжи в интерпретации значимости ситуаций, требующих гражданского участия**С.В. Персиянцева**, к. психол. н.,ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»,
ФГБНУ «Психологический институт», Москва, Россия**М.К. Акимова**, профессор, д. психол. н.,

ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», Москва, Россия

Е.И. Горбачёва, профессор, д. психол. н.,

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского», Калуга, Россия

В научной работе приводятся данные специфики региональных различий студентов в зависимости от социальных процессов их взаимодействия с другими. Актуальность исследования определяется необходимостью нахождения средств и условий наращивания эффективных форм социального взаимодействия. Гипотеза состоит в том, что существуют связанные с особенностями городской среды различия в оценках значимости отдельных повседневных ситуаций.

Для изучения значимости ситуаций использовалась методика, направленная на диагностику социального взаимодействия, представляет собой описание каждой из 20 повседневных ситуаций, требующих какого-то решения.

Социальное взаимодействие, помогающее поведение.

Regional differences of youth in interpretation of the importance of the situations demanding civil participation**M.K. Akimova**, Ph.D in Psychology, Professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia**E.I. Gorbachev**, Ph.D in Psychology, Professor, Kaluga State University. K. E. Tsiolkovsky, Kaluga, Russia**S.V. Persiyantseva**, Candidate in Psychology, Russian State University for the Humanities, Psychological Institute of Russian Academy of Education, Moscow, Russia

The scientific work provides data on the specificity of regional differences of students depending on the social processes of their interaction with others. The relevance of the study is determined by the need to find the means and conditions for building up effective forms of social interaction. The hypothesis is that there are differences in assessing the significance of individual everyday situations that are associated with the characteristics of the urban environment.

To study the significance of situations, a technique aimed at diagnosing social interaction was used. It is a description of each of the 20 everyday situations that require some kind of solution.

Social interaction, helping behavior.

Исследования условий и факторов, определяющих индивидуальные и групповые различия в практиках социального взаимодействия, приобретают особую актуальность в условиях изменения характера социальных отношений и общественных ценностей, а также форм привычного поведения и роста социальной напряжённости в современном социуме. В настоящее время возникает необходимость всестороннего исследования возможностей повышения эффективности социального взаимодействия, поиска соответствующих условий и средств.

Регуляция поведения человека во всех сферах социальной жизни и в конкретных социальных ситуациях опосредована принятием нравственных нормативов, которые являются психологическим условием позитивных социальных отношений, направленных на решение возникающих в обществе проблем. Нравственные нормативы отражают сложившиеся в социуме в целом и в отдельных сообществах традиции, обы-

чай и обосновываются моральными (неформальными) принципами и идеалами, в соответствии с которыми даются интерпретации поведения как надлежащего или недостойного [3]. От степени принятия нравственных нормативов зависят нравственные оценки и выбор поступков человека, позволяющие вписаться в социальную среду и адаптироваться к ней. Способы адаптации могут представлять собой как помогающее поведение, так и безразличие, равнодушие к проблемам людей.

Поведение индивидов, их поступки в отношении тех или иных объектов или ситуаций определяются теми оценками-значениями, которые они этим объектам и ситуациям придают. Сами же оценки, являясь результатом социализации индивида, зависят от особенностей того социума, к которому он принадлежит. В конечном счёте представления о значимости формируются в социальной среде, характеризующейся определёнными социокультурными условиями. А эти условия представляют собой совокупность требований, правил, традиций, обычаев, прямо и косвенно влияющих на психику индивида и на его поведение. Заданные требования социальной и природной среды к разным сторонам психического развития человека в концепции К.М.Гуревича (2008) названы социально-психологическими нормативами. Под их воздействием человек создаёт свою «картину мира», а это не только восприятие, но и оценки средовых ситуаций и воздействий.

Вместе с тем, социальная среда – это совокупность социальных отношений и социальных взаимодействий. П.А. Сорокин (1992) считает, что социальные отношения являются «социальной клеткой» общества, изучая которые исследователь получает информацию о социальных явлениях и процессах, происходящих в обществе [10]. Социальные отношения – это устойчивая система взаимодействий, предполагающая определённые взаимные обязательства партнеров. Социальные отношения отличаются продолжительностью, систематичностью и самовозобновляющимся характером. Одна из трактовок социальных отношений – готовность выполнять соответствующие обязанности, зафиксированные на уровне установок [8].

В многообразии всех видов социальных отношений принято выделять социальные взаимодействия как систему взаимообусловленных социальных действий, как обмен сопряжёнными друг с другом действиями. Социальное взаимодействие – это процесс, который является производным от человеческих взаимоотношений, оно может меняться и постоянно развиваться субъектами взаимодействия.

Как социальные отношения, так и взаимодействия между людьми зависят от культурных и субкультурных характеристик конкретных сообществ, в частности от формирующей среды, представленной совокупностью социально-психологических нормативов, а также от специфики ситуаций взаимодействия.

Социальное взаимодействие в разных ситуациях, требующих выхода (решения), можно охарактеризовать с разных сторон. Его наличие и специфика зависят от особенностей ситуации/проблемы и её оценки индивидом. Индивиды совершают свои поступки, направленные на решение разных проблем, в зависимости от той значимости, которую они придают этим проблемам и тем объектам, которые вовлечены в эти проблемы. Любое социальное действие – результат той оценки, которую индивиды дают этим проблемам. Блумер [4] в своих исследованиях показал, что индивиды совершают или не совершают свои поступки в отношении тех или иных объектов, опираясь на те значения, которые они этим объектам придают.

Задачей нашего исследования было сравнение специфики ситуационных оценок, требующих гражданского действия, даваемых студентами, живущими в разных условиях среды – это среда большого, среднего и малого городов. Наша гипотеза состоит в том, что существуют связанные с особенностями городской среды различия в оценках значимости отдельных ситуаций. В большом городе социальная жизнь сложна и многогранна. Большой город состоит из многих сообществ, и каждое сообщество до некоторой степени является независимой культурной единицей со своими стандартами жизни, нормами, моралью, традициями, с множеством ситуаций взаимодействия, определяющими поведение индивидов. Согласованные и высокие оценки значимости таких ситуаций наталкиваются на барьеры большого их числа и бесконечного разнообразия, а также разобщённости и мобильности индивидов, участвующих в таких ситуациях. Поэтому в больших городах в ситуациях принятия решений их значимость будет оцениваться ниже, вследствие чего активность молодёжи в таких ситуациях должна быть выражена в меньшей степени. В малом городе социальные процессы менее динамичны и разнообразны, концентрируются на относительно малом, обозримом пространстве, и поведение индивидов чаще определяется конкретно-личностными отношениями с людьми [2], опытом взаимодействия с ними, которым дорожат жители и потому реже остаются равнодушными к их проблемам.

Ситуации взаимодействия рассматриваются как подконтрольные жителям таких городов, а их оценки, влияющие на представления о необходимости решения возникших проблем, должны быть выше.

Исследование было выполнено на студентах Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ, г. Москва) – 112 человек, Калужского государственного университета им. К. Э. Циолковского (КГУ, г. Калуга)-79 человек и Государственного гуманитарно-технологического университета (Орехово-Зуево)- 45 человек. Таким образом, в исследовании приняли участие 236 студентов, представляющих схожие образовательно-возрастные группы (возраст участников исследования $M=19,59$; $SD=1.34$, возрастной диапазон от 18 до 27 лет), но отличающиеся местом проживания и обучения.

Методика, направленная на диагностику социального взаимодействия (авторы М.К. Акимова, Е.И. Горбачёва, С.В. Персиянцева, Т.А. Сысоева, С.В. Ярошевская), представляет собой описание каждой из 20 повседневных ситуаций, требующих какого-то решения или выхода. Для каждой из них предлагается оценить по шкале от 0 до 5, насколько важной является проблема, затронутая в описании ситуации, а также, насколько вероятен по шкале от 0 до 5 выбор испытуемым каждого из предложенных способов действия в этой ситуации. Оценка 0 означает, что значимость ситуации и этот вариант действия испытуемый точно не будет предпринимать, а 5 – что он высоко оценивает значимость ситуации и наверняка поступит именно так.

Используемые способы поведения индивидов зависят от субъективных оценок значимости ситуаций. Поэтому первая задача испытуемых, отвечающих на вопросы диагностического интервью, заключается в том, чтобы оценить значимость каждой из предлагаемых ситуаций.

Поскольку ситуации, использованные в методике отличались большим разнообразием, был проведён их качественный анализ, на основе которого они объединялись по 11 категориям: 1) ситуации, в которых формат коллективного действия задан; 2) ситуации, в которых формат коллективного действия не определён, и индивиду приходится действовать на свой страх и риск; 3) ситуации, в которых требовалась помощь кому-либо определённого (ребёнку, больному, животному); 4) ситуации благотворительности; 5) ситуации, в которых требовалось вмешательство в конфликт как способ охраны общественного порядка; 6) ситуации защиты прав людей, отстаивания гражданских свобод; 7) ситуации защиты собственных интересов, противодействия нарушению личных жизненных планов; 8) ситуации, в которых проявляется частная активность, направленная на защиту окружающей среды, благоустройство; 9) ситуации, в которых проявляется внепрофессиональная активность (интерес к чему-либо, информационная активность); 10) ситуации, в которых требуется помощь людям; 11) ситуации, в которых требуется помощь животным. Для каждой из перечисленных категорий определялись оценки значимости проблемы, заданной в ситуациях.

Среди практик социального взаимодействия выделяют так называемые практики «помогающего поведения». Это благотворительность, ситуации, в которых требуется поддержка кому-либо определённому (ребёнку, больному, животному); благотворительности; ситуации защиты прав людей, отстаивания гражданских свобод; ситуации, в которых требуется помощь людям; ситуации, в которых требуется помощь животным. В качестве объекта помощи рассматривается человек, с которым индивида не связывают родственные или сколько-нибудь дружеские отношения, а также животное. Данное поведение в значительной мере определяется усвоенными социальными нормативами [1] как установленными правилами социального взаимодействия, что нашло подтверждение в многочисленном корпусе работ по изучению просоциального и альтруистического поведения. Вместе с тем рецепция и усвоение этих поведенческих норм осуществляется в соответствующем социокультурном контексте [6]. На то, в какой степени индивид готов продемонстрировать помогающее поведение, оказывают влияние такие факторы, как внутригрупповая солидарность, уровень конформности (эффект подражания, эффект присутствия свидетелей, который соответственно повышает или понижает вероятность оказания помощи), статус взаимодействующих индивидов (пол, возраст, этнические признаки, признаки инаковости или схожести), а также степень интернализации личностью нравственных качеств, выражающаяся в уровне нормативоприятия.

Роль правил и нормативов оказания помощи незнакомым людям зависит от характера урбанизации [5]. В современных мегаполисах внешний контроль за соблюдением нормативных требований ослаблен, и центр тяжести переносится на самоконтроль «человека в толпе», опирающийся на внутренние регуляторы в виде присвоенных личностью нравственных нормативов. Поэтому будет правомерным полагать, что в высоко урбанизированной среде мегаполиса как интерпретация ситуаций, так и практики взаимодействия, реализующие помощь незнакомым людям, в большей степени будут определяться внутренними индивидуально-личностными характеристиками, чем социальными нормами локальных сред (профессионально-образовательной, территориальной), поскольку их выполнение не обеспечивается внешним контролем.

Сравнительные данные трёх выборок студентов относительно их представлений о значимости ситуаций представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценки значимости ситуаций

Описательная статистика (значимость ситуаций)							Различию по критерию Манна-Уитни		
Критерии	Москва		Калуга		Орехово-Зуево		Москва-Калуга	Москва-Орехово-Зуево	Калуга-Орехово-Зуево
	\bar{x}	σ	\bar{x}	σ	\bar{x}	σ	u	u	u
Общий показатель	2,896	0,810	3,496	0,841	3,390	0,661	2385,5 P<0,000	1533,0 P<0,000	незнач
Ситуации, где формат коллективно-годействия задан	2,817	1,106	3,577	1,077	3,378	0,994	2467,0 P<0,000	1778,5 P<0,000	незнач
Ситуации, где формат коллективно-годействия не задан	2,929	0,747	3,463	0,808	3,396	0,599	2484,0 P<0,000	1511,0 P<0,000	незнач
Ситуации помощи кому-то определ.	2,775	0,928	3,537	0,992	3,460	0,782	2240,0 P<0,000	1363,5 P<0,000	незнач
Ситуации благотворит.	3,336	1,328	4,072	1,083	4,007	0,981	2648,5 P<0,000	1721,0 P<0,002	незнач
Ситуации вмешательства в конфликт	2,674	1,148	3,095	1,122	3,233	0,986	3175,0 P<0,003	1796, P<0,006	незнач
Ситуации защиты прав людей	2,866	1,068	3,649	1,019	3,100	1,141	2538,5 P<0,000	незнач	1220,5 P<0,014
Ситуации защиты собств. интересов	3,513	1,118	3,459	1,119	3,244	1,075	незнач	незнач.	незнач
Активность частная	2,539	1,191	3,155	1,183	3,159	0,862	2934,0 P<0,001	1776,0 P<0,004	незнач
Активность внепрофес.	2,784	1,620	3,097	1,602	2,933	1,587	незнач.	незнач.	незнач.
Ситуации помощи людям	2,989	1,017	3,738	1,051	3,736	0,786	2313,0 P<0,000	1348,5 P<0,000	незнач
Ситуации помощи животным	2,768	1,387	3,534	1,212	3,178	1,357	2786,0 P<0,000	незнач	незнач

Анализ данных описательной статистики показал, что как общая оценка, так и оценки 10 категорий ситуаций у студентов Москвы достоверно ниже по сравнению со студентами Калуги. Только по двум категориям ситуаций в этих двух выборках студентов нет значимых различий. Это ситуации защиты собственных интересов и внепрофессиональной активности. К защите собственных интересов отнесены противодействие нарушению личных жизненных планов, ухудшение личной среды («Занятия вашего факультета собираются перевести в другой корпус института, расположенный в труднодоступной части города»). К внепрофессиональной активности отнесена ситуация реализации внепрофессиональных интересов, активности, направленной на получение информации, не имеющей отношения к профессии, любознательности («Вы узнали, что в Вашем городе существуют клубы по интересам (при музеях, театрах и др., есть различные площадки – при библиотеках, книжных магазинах, культурных центрах – где проходят лекции и обсуждение различных тем, например, исторических фактов, политических проблем, направлений в живописи, театральной жизни»). Следует отметить, что в этих ситуациях нет различий и при других попарных сравнениях – москвичей и студентов Орехово-Зуева, Калуги и Орехово-Зуева. Таким образом, значимость ситуаций, напрямую связанных с самими субъектами опроса, оценивалась студентами одинаково, то есть независимо от места проживания.

Между студентами Москвы и Орехово-Зуева, помимо этих ситуаций, нет различий ещё в двух типах: это ситуации, требующие помогающего поведения – защиты прав людей и помощи животным. Студенты Калуги достоверно выше по сравнению с московскими и орехово-зуевскими студентами оценивают значимость ситуаций защиты прав людей и необходимость найти решение возникших в них проблем. Таким образом, различия между студентами Москвы и Орехово-Зуева наблюдаются в общей оценке и оценках 8 типов ситуаций: у студентов Москвы эти оценки значимо ниже.

Студенты Калуги и Орехово-Зуева имеют сходные оценки значимости по всем типам ситуаций за исключением отмеченной выше группы ситуаций защиты прав людей.

Полученные нами данные свидетельствуют о том, что нравственные нормативы, определяющие восприятие, оценки и зависящее от них собственное поведение, в меньшей степени присваиваются молодёжью большого города, для которого характерна разобщённость, меньшее внимание и, более того, равнодушие к окружающим людям и их проблемам. Это следствие формирующихся в определённых социокультурных условиях взаимодействия проявлений отчуждённости, атомизированности молодёжных сообществ.

Эти результаты, на наш взгляд, подтверждают точку зрения ряда отечественных и зарубежных психологов и социологов, которые считают, что для того, чтобы человек ассоциировал себя с социумом, в который он включён, опираясь на нравственные нормативы, нужна среда соразмерного ему масштаба. Это касается в том числе и размера города, в котором он живёт. Согласно Роберту Парку [9,11], основателю Чикагской школы социологии, хорошим является город, в котором человек может быть ассимилирован, вследствие чего он не остаётся равнодушным к другим и ведёт себя подобающим образом из-за того, что ценит общественное мнение. Его поведение регулируется тем, что о нём подумают соседи. Соседство понимается широко и играет важную роль и в модели Джейн Джекобс [7], основателя «нового урбанизма». Соседи – это люди, которых человек встречает во дворе, на улице, не обязательно с ними знаком и здоровается, но различает, знает в лицо. Человек в небольшом городе часто подобающим образом ведёт себя из-за того, что неотвратима возможность присутствия наблюдателя, действует так называемый «уличный взгляд» (выражение Джекобс) [7]. В городе-миллионнике выработать такую систему отношений сложно: люди встречаются гораздо реже, их практически невозможно запомнить. Поэтому их мнение не является для индивида значимым, не влияет на его поведение, и ситуации возможного взаимодействия интерпретируются как малозначимые.

Известно также, что социальные взаимодействия могут быть непосредственными и опосредствованными. Первые возникают в ходе межличностного общения, вторые – в результате совместного участия людей в сложных формах деятельности и поведения. Процессы интеракции в малых городах чаще основаны на личных контактах, непосредственном общении между людьми, большому городу более свойственны разобщённость и отсутствие координации действий. Жителям большого города чаще присущи самооправдание в бессилии помогать и поддерживать других, выражать по отношению к ним заинтересованность и сочувствие. Снижение значимости ситуаций, требующих участия, можно считать психологической защитой, направленной на поддержание собственной самооценки и сохранение самоуважения. Это определяется тем, что равнодушие к общественным проблемам, гражданская ответственность, стремление к активности и сотрудничеству характеризуют зрелую личность, имеющую высокий уровень гражданской идентичности.

Литература

1. Акимова М.К. Нормативная концепция диагностики индивидуальности. Сб. «К 100-летию Психологического института. Век психологии 1912-2012» [Текст] / М.К. Акимова, Е.И. Горбачёва, В.Т. Козлова // Под ред. В. В. Рубцова // М. СПб: Нестер-История. 2012. С.630-654.
2. Акимова М.К., Персиянцева С.В. Моделирование вербального и невербального поведения в образовательной среде. В кн: Образование в меняющемся мире: поиск ресурсов развития / М.К. Акимова, С.В. Персиянцева // Мурманск: МАГУ. 2015. С. 3-8.
3. Акимова М.К., Сысоева Т.А. Влияние региональных различий на специфику ценностного отношения к миру / М.К. Акимова, Т.А. Сысоева // Теоретическая и экспериментальная психология. 2014. Том 7. № 3. С. 6-16.
4. Блумер Г. Общество как символическая интеракция / Г. Блумер // Современная зарубежная социальная психология // М.: Изд-во МГУ. 1984. С. 173–179.
5. Воздействие западных социокультурных образцов на социальные практики в России // Под ред. В.А. Ядова // М. : ТАУС. 2009. 352 с.
6. Гуревич К.М. Дифференциальная психология и психодиагностика // СПб.: Питер. 2008. 336 с.
7. Джекобс Дж. Смерть и жизнь больших американских городов / Дж. Джекоб // М: Новое издательство. 2011. 460 с.
8. Маринов М.Б. Стратегия жизни личности в индивидуализирующемся обществе: автореф. дис. д-ра филос. наук. Южный федеральный университет / М.Б. Маринов // Ростов-на-Дону. 2008. 41 с.
9. Парк Р. Город как социальная лаборатория / Р. Парк // Социологическое обозрение. 2002. Том 2. № 3. С.3-12.
10. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. / П.А. Сорокин / Под ред. А.Ю. Согомонов // М.: Политиздат. 1992. 543 с.
11. Park R. The City as a social Laboratory / R. Park // In: Robert E.Park "On Social Control and Collective Behavior / Selectid Papers , ed. and with introduction by Ralph H. Turner // Chicago, London: Phoenix Books, the University of Chicago Press. 1967. P. 3-18.

УДК 316.43

Состояние процессов социального планирования и прогнозирования в ракетно-космической промышленности: экспертный опрос

М.А. Ткалич, преподаватель кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Московская область

Ракетно-космическая промышленность находится на данный момент в состоянии кризиса, выход из которого можно найти путем оптимизации и правильной организации процессов социального планирования и прогнозирования. Проведенный экспертный опрос позволил выявить проблематику, оценить состояние и отметить потенциал развития процессов социального планирования и прогнозирования. Автор статьи исследует потребность у руководителей подразделений предприятий ракетно-космической промышленности повышать свою квалификацию в области социального планирования и прогнозирования, а также выявляет насколько необходим этап прогнозирования перед осуществлением процесса планирования.

Экспертный опрос, социальное планирование, прогнозирование социальных процессов, ракетно-космическая промышленность

The state of the processes of social planning and forecasting in the rocket and space industry: expert survey

M.A. Tkalich, lecturer, Department of Humanitarian and Social Sciences,
Moscow Region «University of technology», Korolev, Moscow region

The rocket and space industry is currently in a state of crisis, a way out of which can be found by optimizing and properly organizing social planning and forecasting processes. The expert survey allowed us to identify problems, assess the state and highlight the potential for the development of social planning and forecasting processes. The author of the article examines the need for heads of departments of enterprises of the rocket and space industry to improve their skills in the field of social planning and forecasting, and also reveals how necessary the forecasting stage is before the implementation of the planning process.

Expert survey, social planning, prediction of social processes, rocket and space industry

В условиях нарастающих тенденций глобализации резко возрастает неопределенность в будущем поведении объектов управления, увеличивается цена ошибок управленческих решений. Тем самым возрастает роль плановой и прогностической деятельности как одного из способов минимизировать возникновение рисков в будущем [1; 2; 6].

С целью изучения состояния и основных тенденций развития процессов планирования и прогнозирования на предприятиях РКП в 2018 году учебно-научной лабораторией социологических исследований «Технологического университета» Московской области был проведен экспертный опрос, в котором приняли участие 63 эксперта. Экспертами выступили руководители разного уровня предприятий государственной корпорации «Роскосмос»: ФГУП «Центральный научно-исследовательский институт машиностроения», АО «Российские космические системы», АО «ГКНПЦ им. М.В. Хруничева», ФГУП «Организация «Агат». В исследовании приняли участие 76,2% респондентов мужского пола и 23,8% женского пола, занимающие управленческие должности на предприятиях.

Более четверти опрошенных (28,6%) работают на предприятии РКП свыше 15 лет. Стаж работы на руководящей должности свыше 15 лет у трети опрошенных (33,4%) (рис.1). Четверть респондентов имеет ученую степень кандидата и доктора наук (рис. 2).

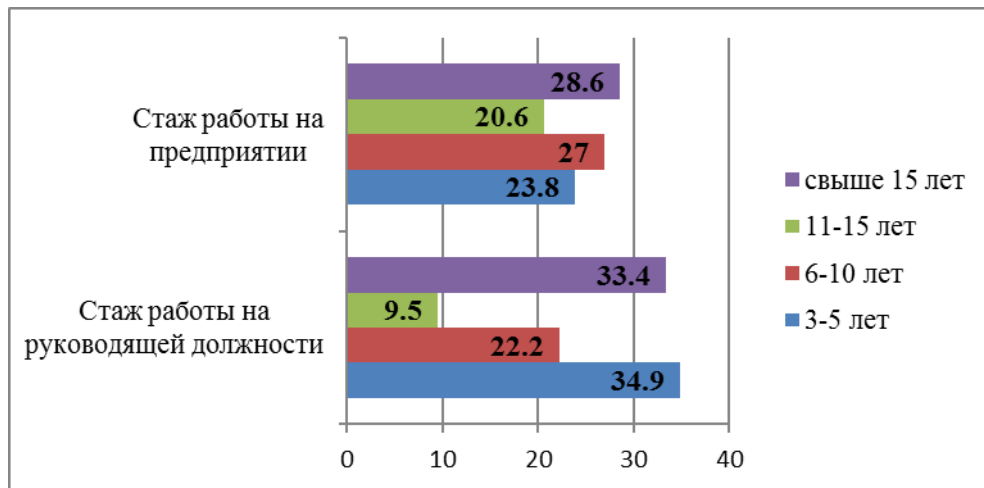


Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов о стаже работы на предприятии и стаже работы на руководящей должности (в % от общего числа опрошенных)

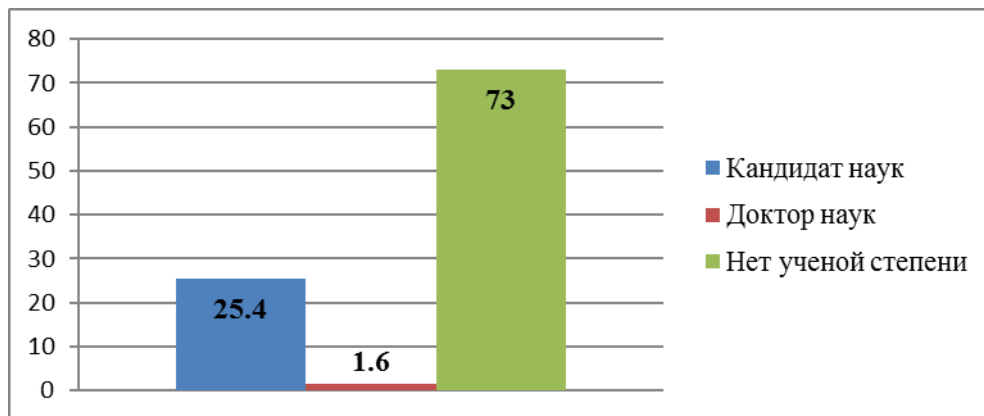


Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос об имеющихся у них ученых степеней (в % от общего числа опрошенных)

Большее половины опрошенных респондентов (60,3%) указали, что на предприятии существует плановый или прогноз-плановый отдел (рис.3). Почти две трети респондентов (63,5%) ответили, что на предприятии планирование осуществляется централизованно. Подчиненным отделам и предприятиям директивно спускают планы производства, продаж, закупок и затрат [5]. В тоже время, 15,9% респондентов указали, что считают свою структуру планирования децентрализованной, предполагающей осуществление планирования закупок, продаж и финансирования каждой структурной единицей в отдельности (рис.4) [7].

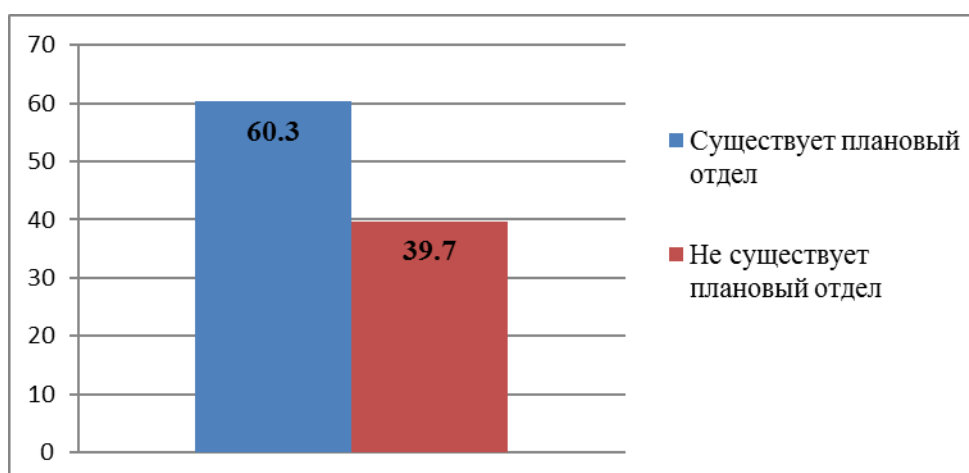


Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов на вопрос о наличии на их предприятии планового (планово-прогнозного) отдела (в % от общего числа опрошенных)

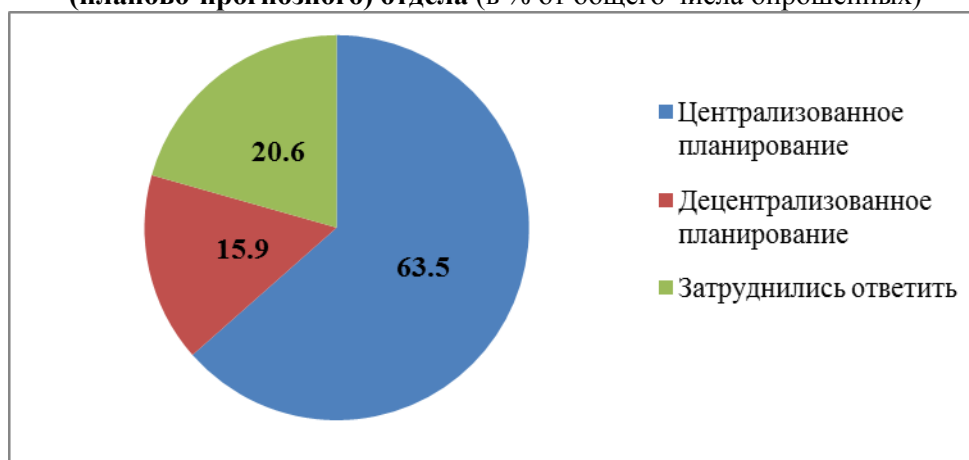


Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов на вопрос о форме планирования на их предприятии (в % от общего числа опрошенных)

Только у трети опрошенных экспертов (30,3%) в подразделении есть ответственный за планирование. Вызывает озабоченность тот факт, что больше половины опрошенных руководителей подразделений (54%) не принимают участие в планировании [9; 10].

В рамках данного исследования важно было выяснить мнение экспертов об уровне осуществления социального планирования на их предприятии [3; 4]. Немногим более десятой части опрошенных экспертов (11,1%) оценили уровень осуществления социального планирования как высокий. Почти половина респондентов (47,6) оценили уровень как средний. Более четверти экспертов (27%) оценили уровень как низкий. Остальные затруднились с ответом (рис.5).

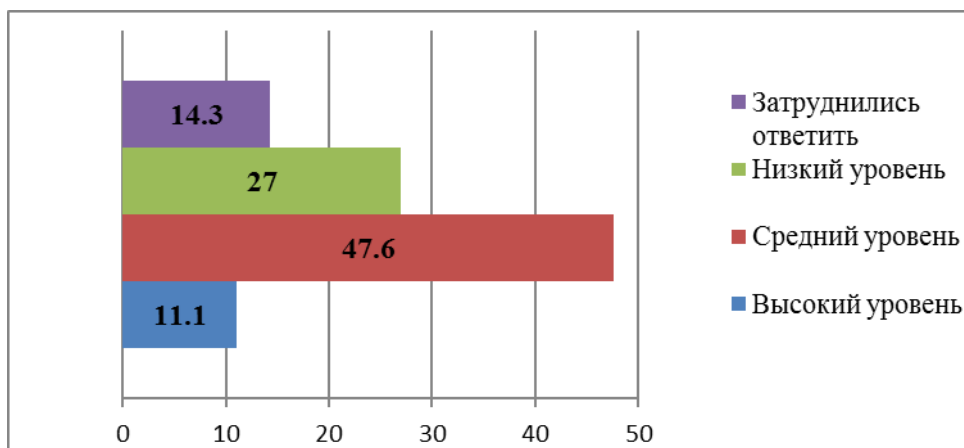


Рисунок 5 – Распределение ответов респондентов на вопрос об оценке уровня осуществления социального планирования (в % от общего числа опрошенных)

Необходимо также сказать, что только пятая часть опрошенных экспертов (19%) считает, что на их предприятии разрабатываются социальные прогнозы. Почти две трети участников экспертного опроса (65,1%) указали на разработку экономических прогнозов. Только половина респондентов (54%) ответила, что на их предприятии разрабатываются технико-технологические прогнозы. Каждый девятый респондент (11,1%) утверждает, что их предприятие не разрабатывает никакие прогнозы (рис.6).

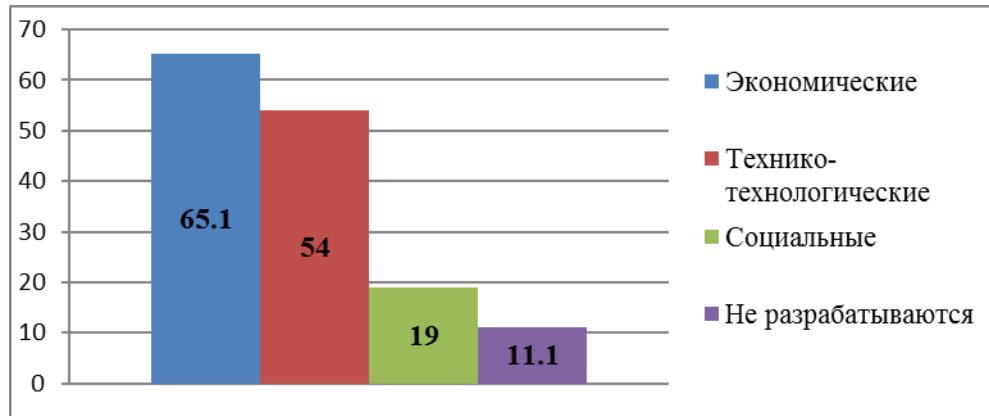


Рисунок 6 – Распределение ответов респондентов на вопрос о видах, разрабатываемых на предприятии, прогнозов (в % от общего числа опрошенных)

Подавляющее большинство опрошенных экспертов не знают есть ли в их отрасли (РКП) нормативные социальные показатели (90,5%) и ключевые показатели эффективности социальных процессов (79,4%). Только один эксперт указал, что его предприятие опирается на бюджетную смету социальных обязательств в качестве нормативов при планировании социальных показателей.

В качестве ключевых показателей эффективности социальных процессов всего три эксперта выделили: статистику текучести кадров, средний возраст (тенденцию) кадров, соотношение инженерно-технических работников и рабочих, их стоимостное выражение, план-фактный анализ, а также выполнение плана социальных обязательств.

Менее половины опрошенных экспертов (42,9%) высказали мнение о необходимости прохождения курсов повышения квалификации на тему планирования и прогнозирования социальных процессов.

Одной из задач данного исследования было изучение осуществления социологического сопровождения процессов планирования и прогнозирования выявления наличия. Экспертный опрос продемонстрировал, что показало, что социологическое сопровождение процессов планирования и прогнозирования осуществляется более, чем на трети предприятий (39,7%). Тем не менее, более половины экспертов (55,6%) сообщили, что на их предприятии данного сопровождения не проводится (рис.7).

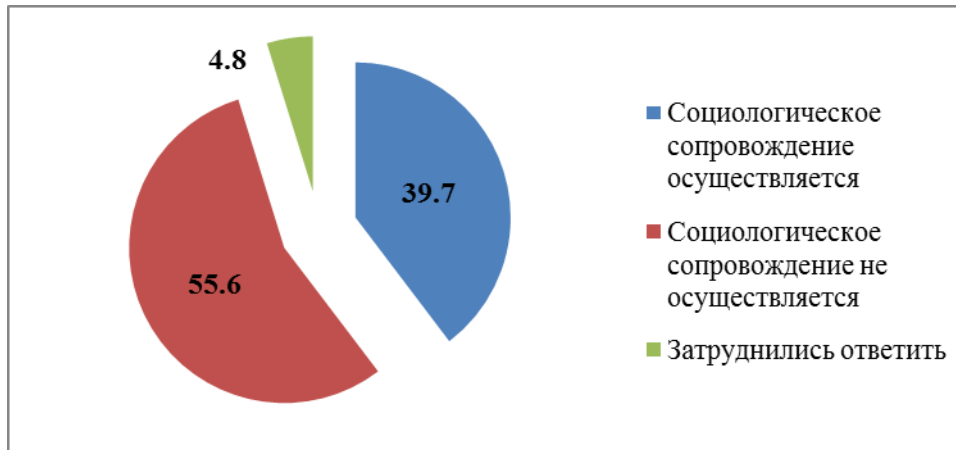


Рисунок 7 – Распределение ответов респондентов на вопрос об осуществлении социологического сопровождения процессов планирования и прогнозирования (в % от общего числа опрошенных)

В целом, уровнем разработки прогнозов довольны больше половины респондентов: 47,6% опрошенных отмечают средний уровень и 9,5% – высокий уровень. Как и в вопросе об оценке уровня планирования, 27% респондентов придерживаются мнения, что осуществление процесса прогнозирования находится на низком уровне (рис.8).

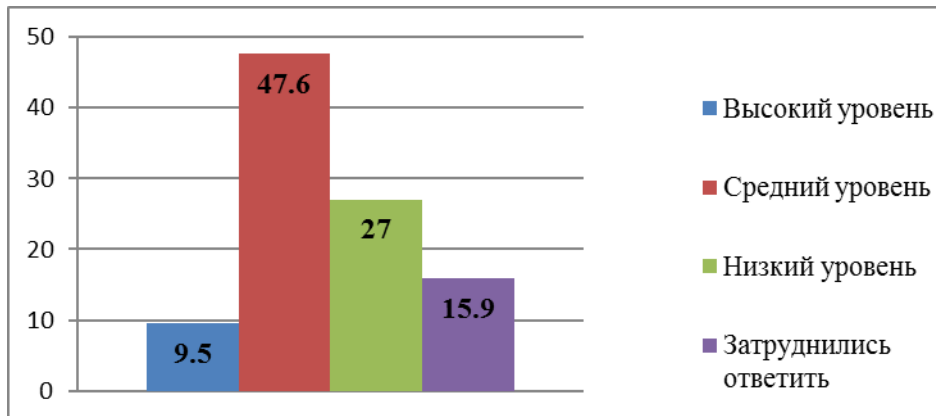


Рисунок 8 – Распределение ответов респондентов на вопрос об оценке уровня осуществления прогнозирования социальных процессов (в % от общего числа опрошенных)

На предприятиях РКП чаще всего составляются среднесрочные прогнозы, так ответили 68,3% опрошенных экспертов. Нужно отметить тот факт, что 82,5% респондентов высказали убеждение в необходимости этапа прогнозирования перед планированием процессов на предприятии (рис.9).

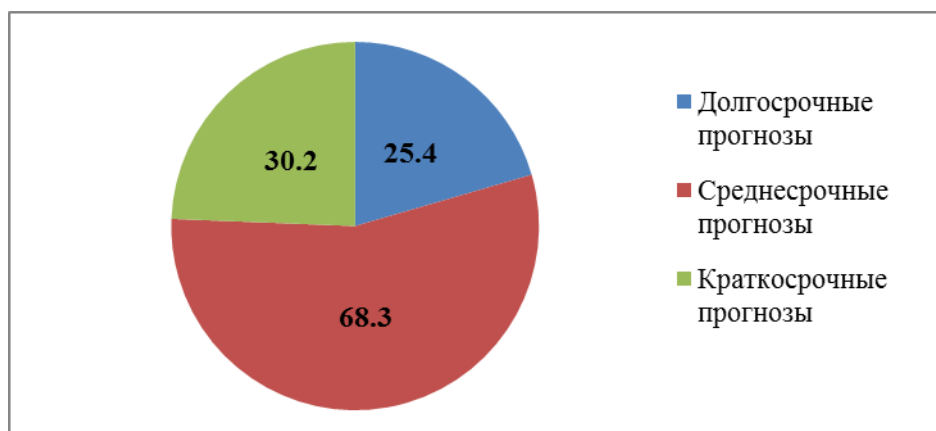


Рисунок 9 – Распределение ответов респондентов на вопрос о виде разрабатываемых на предприятии прогнозов (в % от общего числа опрошенных)

Некоторые эксперты придерживаются мнения, что этап прогнозирования будет целесообразен только при государственной поддержке, предоставлении оптимального объема госзаказов, и устойчивой экономической и производственной программе (рис.10).

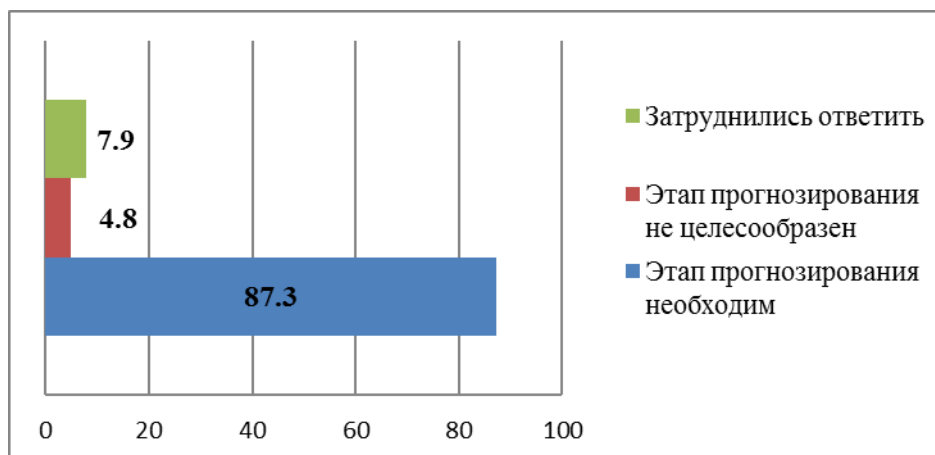


Рисунок 10 – Распределение ответов респондентов на вопрос о целесообразности этапа прогнозирования перед процессом планирования (в % от общего числа опрошенных)

Подводя итог результатам экспертного опроса, хочется отметить разрозненность в ответах респондентов, работающих на одном предприятии, а также, недостаток информации у опрошенных экспертов о разрабатываемых на их предприятии прогнозах. Необходимо подчеркнуть тот факт, что большая часть экспертов не участвует в процессе планирования, что наглядно свидетельствует о централизованной форме планирования, при котором руководители подразделений лишь информируются о предоставляемых им планах [8].

Несмотря на то, что большая часть руководителей, хоть и не видит необходимости в повышении квалификации в области планирования и прогнозирования, явно нуждаются в таковом. Поскольку практически все затруднились ответить на вопрос о ключевых показателях эффективности в их отрасли и нормативных социальных показателях. Нужно сказать о расхождении во мнении экспертов, опрошенных на одном и том же предприятии, поскольку часто их ответы были противоречивыми: одни считали свой отдел плановым, другие – планово-экономическим, а кто-то – отделом бюджетирования. Поэтому неудивительно, что почти каждый четвертый респондент недоволен уровнем прогнозирования и планирования на их предприятии.

Литература

1. Афонин И.Д., Бузмакова Т.И., Кирилина Т.Ю., Мумладзе Р.Г., Смирнов В.А. Социология управления. Учебник для аспирантов // М.: "Русайнс". 312 с.
2. Кирилина Т.Ю., Ткалич М.А. Основные аспекты прогностического исследования социальных процессов на предприятии ракетно-космической промышленности (на примере ао "корпорация "тактическое ракетное вооружение") // Социальная политика и социология. 2018. Т. 17. № 2 (127). С. 94-105.
3. Кирилина Т.Ю., Чернышова А.Г. Социальная политика на предприятиях ракетно-космической отрасли: состояние и перспективы // Социальная политика и социология. 2017. Т. 16. № 3 (122). С. 95-104.
4. Кирилина Т.Ю., Чернышова А.Г. Специфика социальной политики на предприятиях ракетно-космической отрасли В сборнике: Россия и современный мир: капитал, солидарность, субъективность Материалы XXII Социологических чтений [Электронный ресурс]. 2017. С. 127-130.
5. Кравченко, А. И. История социологии в 2 т. Т. 1: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. И. Кравченко // М : Издательство Юрайт. 2016. 291 с.
6. Кюрегян М.П., Кирилина Т.Ю. Трудовая занятость. гендерная стратификация. В сборнике: Новая социальная реальность и гендерное равноправие в России и за рубежом 100 лет спустя: исторические уроки и социальные горизонты Материалы XVIII Международных Гендерных чтений, посвященных 100-летию юбилею Октябрьской революции. Под научной редакцией Галины Силласте. 2017. С. 178-182.

7. Магомедов К.О. Социологический анализ практики применения кадровых технологий в российских организациях / К.О. Магомедов // Социально-гуманитарные технологии, №1 (1). 2016. С. 55-61.
8. Тавокин Е. П. Социология управления. Методы получения социальной информации : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Т
9. Kirilina T.Yu., Argashokova O.I. Specific features of management at the enterprises of the rocket and space industry
Contemporary Problems of Social Work. 2018. Т. 4. № 3 (15). С. 33-40.
10. Kirilina T.Yu., Panina O.I. Employee motivation management //Contemporary Problems of Social Work. 2017. Т. 3. № 3 (11). С. 66-73.

УДК 316.7

Специфика социальной политики на предприятиях ракетно-космической промышленности в оценках экспертов

А.Г. Чернышова, заведующий учебно-научной лаборатории социологических исследований, аспирант четвертого года обучения кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Московская область

В статье проанализирована специфика социальной политики на предприятиях ракетно-космической промышленности. Приводятся результаты авторского экспертного исследования. Автор делает вывод, что в целом предприятия РКП являются социально ответственными, но некоторым элементам социального пакета необходимо больше уделить внимания, чтобы повысить эффективность социальной политики, проводимой на предприятиях РКП.

Экспертный опрос, социальная репутация, социальный пакет, социальная ответственность.

Specific of social policy at the rocket and space enterprises in expert assessments

A.G. Chernyshova, head of the scientific and educational laboratory of social research, 4th year postgraduate student of the Department of Humanities and Social Disciplines,
State Educational Institution of
Higher Education Moscow Region
«University of technology», Korolev, Moscow region

The article deals with specific of social policy at the rocket and space enterprises. Results of author's expert research are given. The author concludes rocket and space enterprises to be responsible, but some elements of social package must be paid more attention to increase efficiency of social policy implemented in the enterprises.

Expert survey, social reputation, social package, social responsibility.

В настоящее время корпоративная социальная политика все чаще становится предметом дискуссий и социологических исследований, особенно это касается социальной ответственности бизнеса и то, какие мероприятия он осуществляет. [1] От того как предприятие осуществляет свою деятельность в области социальной ответственности как внутри самого предприятия, так и вне его, зависит его социальная репутация.

С целью изучения экспертной оценки специфики социальной политики предприятий ракетно-космической промышленности в сентябре-октябре 2018 года учебно-научной лабораторией социологических исследований ГБОУ ВО МО «Технологический университет» был проведен экспертный опрос сотрудников, занимающих руководящие должности на предприятиях ракетно-космической промышленности (АО «Российские космические системы», ГКНПЦ им. М.В. Хруничева, ЦНИИМАШ, ФГУП «Организация «Агат», КБ «Химмаш», РКЦ «Прогресс», Корпорация «ВНИИЭМ»). В социологическом исследовании приняли участие 100 экспертов в возрасте от 30 до 70 лет, имеющие опыт руководящей работы не менее 3-х лет, из них 78,8 % респондентов мужского пола и 21,2 % респондентов женского пола. Из этого следует, что на предприятиях ракетно-космической промышленности большинство руководящих должностей занимают мужчины. Более четверти респондентов имеют ученую степень кандидата и доктора наук (27,7 %). Это говорит о высоком уровне образования руководящего состава предприятий РКП. Руководство предприятий ежедневно решает многочисленные задачи и принимает множество решений, которые затрагивают все области деятельности, включая и социальные вопросы.

Экспертный опрос продемонстрировал, что подавляющее большинство экспертов (84,8 %) убеждено, что руководство их предприятий заинтересовано в решении социальных вопросов, только каждый десятый (10,6%) полагает, что руководство заинтересовано, если это не требует больших материальных затрат.

В рамках данного исследования важно было узнать, какие именно направления социальной политики реализуются на предприятиях РКП. Абсолютное число участников экспертного опроса (95,5 %) к реализуемым направлениям отнесло «своевременную выплату заработной платы» (см. Табл. 1). Из этого можно сделать вывод, что на предприятиях РКП, как правило, не бывает задержек выплат заработной платы. Больше половины руководителей считают, что такие направления социальной политики как: «обучение и переквалификация сотрудников» (68,2%), «предоставление путевок в санатории, дома отдыха/детские учреждения для сотрудников и членов их семьи» (75,8%), «медицинское страхование» (56,1%), «дополнительные выплаты нуждающимся сотрудникам» (53,0%) и «организация культурного/спортивного досуга сотрудников» (53%) реализуются на предприятиях ракетно-космической промышленности.

Таблица 1 – Распределение ответов экспертов на вопрос «Какие из перечисленных направлений социальной политики реализуется на вашем предприятии?» (в % от общего числа опрошенных, выбирается любое количество вариантов ответов)

Направления социальной политики	%
Своевременная выплата заработной платы	95,5
Предоставление путевок в санатории, дома отдыха/детские учреждения для сотрудников и членов их семьи	75,8
Обучение и переквалификация сотрудников	68,2
Медицинское страхование	56,1
Дополнительные выплаты нуждающимся сотрудникам	53,0
Организация культурного/спортивного досуга сотрудников	53,0
Оптимизация условий работы	25,8
Льготное/ипотечное кредитование	9,1
Все перечисленное	7,6
Дополнительные выплаты неработающим пенсионерам	6,1
Ничего из перечисленного не реализуется	0

Наряду с этим, по мнению экспертов, предприятиям необходимо уделять больше внимания льготному/ипотечному кредитованию, только 9,1% указали данное направление социальной политики, а также дополнительным выплатам неработающим пенсионерам (6,1%).

Исходя из того, что направления социальной политики реализуются на предприятиях не в полной мере, нам было важно узнать, как оценивают эксперты эффективность социальной политики на предприятиях РКП. Всего 15,6 % оценили эффективность социальной политики как высокую, почти половина экспертов (48,4%) оценили эффективность социальной политики как среднюю, каждый пятый эксперт (18,8%) эффективность социальной политики оценил, как низкую и 17,2% руководителей затруднились ответить. Это означает, что социальной политике на предприятиях РКП уделяется недостаточно внимания.

Выполнение всех обязательств как внутри предприятий РКП, так и вне их, влияют на репутацию предприятия. До середины XX века понятие «репутация», как правило, применялось по отношению к человеку и отождествлялось с такими понятиями как «честь» и «достоинство». [2] В последнее время этот термин стал применяться и по отношению к предприятиям и учреждениям. Репутация в настоящее время становится не менее значимой, чем получение прибыли и производство продукции, товаров, работ и услуг. Репутация фирмы – это нематериальный актив предприятия, и он складывается из многих факторов таких как: качество выпускаемой продукции, своевременная оплата всех обязательств перед государством, своевременная выплата заработной платы сотрудникам, социальная защита работников, экологическая безопасность, благотворительность, прозрачная и открытая финансовая отчетность, создание рабочих мест и т.п.

У предприятий РКП за годы работы сформировалась своя репутация. Ракетно-космическая промышленность является лидирующей отраслью российского машиностроения и одной из мощнейших в мире.

Одной из задач экспертного опроса было изучения мнения о важности социальной репутации для предприятий РКП. Абсолютное число респондентов (90,9%) выразили убеждение в том, что для их предприятий социальная репутация является важной (Таблица 2)..

Таблица 2 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «По Вашему мнению, важна ли для Вашего предприятия социальная репутация?» (в % от общего числа опрошенных)

	%
Да	90,9
Нет	1,5
Затрудняюсь ответить	7,6
Итого:	100

По мнению трети экспертов (33,3%), социальная репутация предприятий РКП, включает в себя «доверие сотрудников предприятия». Около четверти руководителей, участвующих в исследовании (22,5%), назвали «доверие партнеров и коллег». Каждый пятый (18,6%) под социальной репутацией предприятия понимает «общественное мнение о предприятии» (см. Табл. 3). Грамотное руководство, эффективное управление, забота о сотрудниках, ответственность перед партнерами, все это вместе и формирует положительное мнение о предприятии, тем самым создавая позитивную репутацию предприятий РКП.

Таблица 3 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «Что, по Вашему мнению, включает в себя социальная репутация предприятия?» (в % от общего числа опрошенных, выбирается не более трех вариантов ответов)

Элементы социальной репутации	%
Доверие сотрудников предприятия	33,3
Доверие партнеров и коллег	22,5
Общественное мнение о предприятии	18,6
Все вышеперечисленное	15,5
Отношение государства по отношению к предприятию	7,0
Отзывы в средствах массовой информации	2,3
Ничего из перечисленного	0,8
Итого:	100

С учетом развития экономики в стране можно ожидать, что значимость социального пакета будет возрастать с каждым годом. Он будет являться действенным инструментом мотивации персонала и управления человеческими ресурсами – как наличными, так и потенциальными. Содержательный социальный пакет формирует благоприятное общественное мнение, поднимает рейтинг работодателя, обеспечивает приток и закрепление на предприятиях РКП квалифицированных кадров [4].

Главное назначение социального пакета – способствовать:

- привлечению высококвалифицированного и конкурентно-способного персонала;
- сохранению на предприятии работников наиболее значимых категорий;
- мотивации работников на качественный и производительный труд.

В перечне социального пакета обязательно должны присутствовать свои специфические для предприятия услуги, льготы, контрастирующие на фоне предложений социального пакета других предприятий на рынке труда. Формирование социального пакета должно осуществляться предприятиями в зависимости от своих финансовых возможностей [3].

Ответы руководителей предприятий РКП разного уровня на вопрос «Каким элементам социального пакета, по Вашему мнению, уделяется недостаточно внимания?» распределились следующим образом: пятая часть экспертов (21,1%) выбрала такой элемент социального пакета как «предоставление ссуд и беспроцентных кредитов для приобретения им жилья», 12,4 % – «абонементы в спортивные учреждения, медицинской обслуживании сотрудников», каждый десятый (9,7 %) – «качественное медицинское обслужи-

вание/страхование». Одинаковое количество экспертов (8,6%) в качестве элементов социального пакета, требующих больше внимания, указало: «оплачиваемое за счет предприятия обучение», «переобучение персонала», «предоставление жилья иногородним и нуждающимся работникам» и «обеспечение бесплатного или с частичной оплатой питания». «Заботу о сотрудниках, вышедших на пенсию», выбрали 8,1 % экспертов, «организацию досуга сотрудников» – 6,5%, «возможность лечения и отдыха в санаториях» – 5,4%, «компенсацию расходов на транспорт» – 4,9% и «выплаты на значимые события», «компенсации по больничному листу и беременности и родам» – 1,1% (табл. 4):.

Таким образом, первоочередной задачей, на которую надо обратить внимание при разработке социального пакета, является возможность приобрести своё жилье с частичной помощью предприятий. Надо отметить, что медицинское обслуживание тоже имеет немаловажное значение при работе на предприятиях РКП, т.к. осуществляется конструирование, производство и разработка высокоточного и трудоёмкого оборудования и изделий для космической промышленности. Этому элементу социального пакета, по мнению экспертов, уделяется недостаточно внимания.

Таблица 4 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «Каким элементам социального пакета, по Вашему мнению, уделяется недостаточно внимания?» (в % от общего числа опрошенных, выбирается любое количество вариантов ответов)

Элементы социального пакета	%
Ссуды на приобретение жилья, беспроцентные кредиты	21,1
Оплачиваемые абонементы в спортивные учреждения	12,4
Качественное медицинское обслуживание/страхование	9,7
Оплачиваемое за счет предприятия обучение, переобучение персонала	8,6
Предоставление жилья иногородним и нуждающимся работникам...	8,6
Обеспечение бесплатного или с частичной оплатой питания	8,6
Забота и материальная поддержка сотрудников, вышедших на пенсию	8,1
Организация досуга работников	6,5
Возможность лечения/отдыха в санатории за счет предприятия	5,4
Компенсация расходов на транспортные услуги	4,9
Денежные выплаты значимых событий: свадьба, юбилей, смерть родственников.	4,9
Компенсация расходов по больничному и отпуска по беременности и родам	1,1
Итого:	100

Несмотря на то, что эксперты выделили элементы социального пакета, которым недостаточно уделено внимания, почти три четверти респондентов (71,2%) в целом удовлетворены объемом услуг, предоставляемых социальным пакетом их предприятия, (сумма ответов «полностью удовлетворяет» и «скорее удовлетворяет, чем не удовлетворяет» на вопрос «В какой мере Вас удовлетворяет объем услуг, предоставляемых социальным пакетом Вашего предприятия?»). Пятая часть экспертов (19,7%) высказала неудовлетворенность по поводу социального пакета (сумма ответов «скорее не удовлетворяет, чем удовлетворяет» и «совсем не удовлетворяет» на вопрос «В какой мере Вас удовлетворяет объем услуг, предоставляемых социальным пакетом Вашего предприятия?»). Затруднились ответить 9,1 % респондентов (табл. 5).

Таблица 5 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «В какой мере Вас удовлетворяет объем услуг, предоставляемых социальным пакетом Вашего предприятия?» (в % от общего числа опрошенных)

	%
Полностью удовлетворяет	7,6
Скорее удовлетворяет, чем не удовлетворяет	63,6
Скорее не удовлетворяет, чем удовлетворяет	13,6
Совсем не удовлетворяет	6,1
Затрудняюсь ответить	9,1
Всего	100,0

Социальная ответственность предприятия – это неотъемлемая часть социальной политики. Предоставление социальных гарантий, льгот, организация рабочих мест, проведение досуга, забота о сотрудниках и их здоровье, а также забота о членах их семей и многое другое является основополагающей задачей для предприятия. Предприятия на добровольной основе берут на себя обязанность по реализации мероприятий, которые направлены на улучшение ситуации в тех областях жизнедеятельности, которые не связаны с их основной деятельностью [4].

Своевременная выплата заработной платы, её индексация в соответствии с инфляцией, предоставление социального пакета, заключение коллективных договоров с сотрудниками, предоставление им социальных гарантий и льгот и т.д. характеризуют предприятие как социально ответственное перед своими работниками. Но предприятие также должно выполнять все свои обязательства и перед государством, партнерами, принимать участие в благотворительности, проводить мероприятия по улучшению экологической ситуации. Именно выполнение всех своих обязательств и характеризует предприятие как социально ответственное [5]. По мнению почти половины опрошенных экспертов (41,9%), социальная ответственность предприятия - это «выполнение предприятием всех своих обязательств перед сотрудниками». Четверть респондентов (25,6%) указали на «выполнение обязательств перед государством» Ответственность за экологическую безопасность выбрали 15,4% экспертов. Участие в благотворительности и спонсорстве – 2,6 %.

Таблица 6 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «По Вашему мнению, что для Вашего предприятия значит социальная ответственность?» (в % от общего числа опрошенных)

Социальная ответственность предприятия это –	%
Выполнение предприятием всех своих обязательств перед сотрудниками	41,9
Выполнение предприятием всех своих обязательств перед государством	25,6
Выполнение предприятием обязательств по экологической безопасности	15,4
Участие в благотворительности и спонсорстве	2,6
Социальная ответственность это все вышеперечисленное	13,7
Затрудняюсь ответить	0,9
Итого:	100,0

Интересно было узнать, хотят ли руководители и сотрудники предприятий РКП, чтобы их дети работали в РКП.

Таблица 7 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Хотели бы Вы, чтобы Ваши дети работали на предприятиях РКП?» (в % от числа опрошенных респондентов, занимающих разные должности)

	Должность на предприятии			
	Рядовой сотрудник	Руководитель группы	Руководитель отдела	Другое
Да	22,0	27,8	83,3	57,1
Скорее да	17,8	44,4		
Скорее нет	16,1			
Нет	20,3	5,6	16,7	14,3
Затрудняюсь ответить	23,7	22,2		28,6
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Рассмотрим зависимость между переменными «Должность респондента на предприятии» и «Желание, чтобы дети респондентов работали на предприятиях ракетно-космической промышленности».

H_0 : не существует статистической зависимости должностью респондента на предприятии и его желанием, чтобы дети респондентов работали на градообразующих предприятиях РКП.

H_1 : существует статистическая зависимость между должностью респондента на предприятии и его желанием, чтобы дети респондентов работали на градообразующих предприятиях РКП.

Таблица 8 – Критерии хи-квадрат

	Критерии хи-квадрат
	Асимптотическая значимость (2-сторонняя)
Хи-квадрат Пирсона	,007
Отношения правдоподобия	,002
Линейно-линейная связь	,030
Количество допустимых наблюдений	

Так как $p = 0,07$, зависимость между переменными значима ($p < 0,05$). Следовательно, существует статистически значимая зависимость между переменными «Должность респондента на предприятии» и «Желание, чтобы дети респондентов работали на предприятиях ракетно-космической промышленности».

Гипотеза H_0 отвергается. Принимается гипотеза H_1 о существовании статистически значимой зависимости между переменными «Должность респондента на предприятии» и «Желание, чтобы дети респондентов работали на предприятиях ракетно-космической промышленности». Результаты анализа показывают, что респонденты, занимающие руководящую должность, больше, чем рядовые сотрудники хотят, чтобы их дети работали на предприятиях РКП.

Выводы:

Подавляющее число экспертов считают, что руководство предприятий РКП заинтересовано в решении социальных вопросов. А вот эффективность проводимой социальной политики на предприятиях РКП, почти половина экспертов оценила как «среднюю». Это значит, что данному направлению деятельности предприятий РКП надо уделять больше внимания. На большинстве предприятий РКП выполняется такой показатель как «своевременная выплата заработной платы». А вот льготному и ипотечному кредитованию уделяется недостаточно внимания.

Эксперты выразили убеждение, что социальная репутация является важной для предприятий РКП. В первую очередь, это – доверие перед сотрудниками предприятий.

Предоставляемый социальный пакет является неотъемлемой частью социальной политики. Эксперты отметили, что недостаточно уделяется внимания таким элементам социального пакета как: ссуды, беспроцентные кредиты на приобретение жилья, абонементы в спортивные учреждения и медицинское обслуживание.

Несмотря на недостаточное внимание, уделяемое некоторым элементам социального пакета, в целом эксперты удовлетворены объемом социальных услуг, предоставляемых на предприятиях РКП. Также участники опроса подчеркнули, что социально ответственными предприятия РКП должны быть, прежде всего, перед своими сотрудниками. Сотрудники, занимающие руководящие должности, больше, чем рядовые сотрудники, хотят, чтобы их дети работали на предприятиях РКП.

В целом, по мнению экспертов, руководство предприятий РКП является социально ответственным, и выполняют свои главные обязательства перед сотрудниками.

Литература

1. Долгорукова И.В. Современные практики реализации корпоративной социальной политики на российских предприятиях // Вестник МГИМО Университета. 2014. № 3. С.206-214.
2. Кирилина Т.Ю. Духовно-нравственные основы подготовки кадров для социальной сферы в современной России // Материалы Ивановских чтений. 2015. № 4. С. 104-107.
3. Кирилина Т.Ю., Чернышова А.Г. Специфика социальной политики на предприятиях ракетно-космической отрасли // В сборнике: Россия и современный мир: капитал, солидарность, субъективность Материалы XXII Социологических чтений [Электронный ресурс]. 2017. С. 127-130.
4. Кирилина Т.Ю., Чернышова А.Г. Социальная политика на предприятиях ракетно-космической отрасли: состояние и перспективы // Социальная политика и социология. 2017. Т. 16. № 3 (122). С. 95-104.

5. Лапшинова К.В. Наукограды как научно-технический и интеллектуальный потенциал России // Социальная политика и социология. Междисциплинарный научно-практический журнал // М. 2008. №2(38). С.61-68.

УДК 159.96

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СТРАХОВ У ЛИЦ С АДДИКТИВНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ

Н.Л. Захарова, доктор психологических наук, доцент,
профессор кафедры прикладной психологии,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королев, Россия

М.А. Хорс, аспирант кафедры общей психологии,
Негосударственное образовательное частное учреждение
высшего образования «Московский институт психоанализа», г. Москва, Россия

В статье раскрываются теоретические и эмпирические аспекты появления и развития социальных страхов лиц с аддиктивным поведением, выявляются различия в переживаниях страхов у мужчин и женщин, имеющих различные зависимости, определяются особенности взаимосвязей личностных характеристик и социальных страхов.

Социальные страхи, аддиктивное поведение, личностные характеристики.

FEATURES OF SOCIAL FEARS IN PERSONS WITH ADDICTIVE BEHAVIOR

N.L. Zakharova, doctor of Psychology, associate Professor,
Professor of the Department of Applied Psychology,
State Budget Educational Institution of
Higher Education of the Moscow Region
"Technological University" ("MGOTU"), Korolev, Russia

M.A. Khors, postgraduate student of the Department of General Psychology,
Moscow Institute of Psychoanalysis, Moscow, Russia

The article reveals the theoretical and empirical aspects of the emergence and development of social fears of persons with addictive behavior, reveals differences among men and women who have different dependencies, determines the interrelationships of personal characteristics and social fears.

Social fears, addictive behavior, personal characteristics.

Особую актуальность в современном обществе приобретает проблема определения причин и факторов, приводящих к деструктивному поведению личности, особенностей состояний и индивидуальных свойств, затрудняющих гармоничное развитие человека. В этом контексте одним из мало изученных является вопрос взаимосвязи личностных характеристик и состояния страха у лиц с зависимым поведением.

В современной психологии существует несколько отличающихся друг от друга представлений о происхождении и сущности страхов. Психоаналитическая концепция рассматривает состояние страха как неизбежное явление человеческой жизни, как некий сигнал и предупреждение об опасности (Г.Каплан, Х. Келлер, Ф.Риман, Б. Сэдок). К. Изард определяет страх как совокупность специфических физиологических явлений, эмоциональных реакций и переживания, характерные для ожидания опасности. Согласно автору, именно чувство угрозы и является основой для возникновения страха [2].

В отечественной психологии распространенной точкой зрения является положение о том, что страх является следствием ощущения угрозы, а основным фактором формирования страха выступают характеристики опасной ситуации (Е.И. Ивлева, Б.Д. Карвасарский, Ю.В.Щербатых и др.).

Б. Д. Карвасарский выделяет генерализованные и негенерализованные социальные фобии. Проявлениями первого вида фобий является наличие страха во всех ситуациях, с которыми сталкивается человек. При негенерализованных фобиях страх появляется лишь при некоторых жизненных обстоятельствах. Среди

наиболее распространенных ситуаций, вызывающих страх, выделяют следующие: знакомство с новыми людьми и обстоятельствами, диалог с руководителем, публичное выступление, прием пищи в присутствии посторонних лиц и т.п. [4].

Неоднократно исследователи отмечали явление коморбидности – существование других заболеваний при социальных фобиях: алкоголизма, злоупотребления лекарственными веществами, расстройствами питания.

В исследовании гендерных различий возникновения социальных страхов, Ю.В. Щербатых и Е.И. Ивлева опровергают мнение большинства зарубежных авторов о том, что страхи одинаково часто встречаются как у мужчин, так и у женщин. «В некоторых популяционных исследованиях была установлена более высокая распространенность среди женщин. Вероятно, мужчины чаще, чем женщины прибегают к выработке «компенсаторных стратегий», например, к алкоголю, что может приводить к недооценке социальных фобий среди мужчин в популяционных исследованиях...» [8].

Польский психолог и психиатр А. Кемпински, определил четыре типа ситуаций, которые вызывают страхи:

- 1) ситуации угрозы жизни;
- 2) социальные угрозы;
- 3) ситуации переживания чувства собственной слабостью или немогности;
- 4) ситуации общения с другими людьми [6].

А.И. Захаров указывает, что чувство опасности появляется у человека прижизненно, как правило, при общении с другими людьми, ознакомления с разными социальными явлениями. Понимание и осознание опасности наступает при распознавании воздействий, угрожающих психологическому комфорту человека. В большинстве случаев специалисты определяют наличие травмирующего опыта или феномен заражения чувством страха. Такое понимание появления и формирования страха дает возможность определять данный психологический феномен как условно-рефлекторный, а мотивация страха является ничем иным как закодированной переработанной информацией о возможной опасности [1].

Наиболее полная версия происхождения страхов представлена в работах К. Изарда. Автор выделяет три основные причины появления эмоции страха. Во-первых, такие эмоциональные реакции как испуг и возбуждение в силу схожести нейрофизиологических механизмов с механизмами страха являются предпосылками и побуждающей силой к появлению страхов. Во-вторых, особенности когнитивных процессов человека могут стать активаторами страхов. Именно мыслительный процесс, приводящий субъекта к пониманию опасности, является тем механизмом, который «запускает» эмоцию страха. Это означает, что воспоминания, осмысленное отношение к определенной ситуации или людям, анализ перспектив поведения или действий может спровоцировать страхи. Такие процессы как воображение, эмоциональная память, представление, а также специфика когнитивных стилей являются активаторами формирования и развития страхов. В-третьих, выделяются так называемые естественные активаторы страхов (по Дж. Боулби). Сигналами опасности в этом случае являются какие-либо объекты и события, которые провоцируют переживание страха. Такие сигналы содержат чувство одиночества, болевые синдромы, изменение мотивирующих к деятельности факторов, скорость сближения с объектом. Биологическая предрасположенность человека оценивать такие явления как угрожающие и является стимулом к появлению страха. При анализе социальных страхов важно учитывать естественные сигналы, возникающие в интероцептивном комплексе ощущений [2].

Таким образом, в современной психологии нет единого мнения о происхождении, функциональных характеристиках, закономерностей развития состояния страха. Теоретический анализ показал отсутствие исследований проявления страха у людей, имеющих зависимости.

Наше исследование посвящено изучению страхов лиц с аддиктивным поведением, а также выявлению взаимосвязей индивидуально-психологических особенностей и социальных страхов у мужчин и женщин, имеющих зависимости.

В ходе исследования были использованы следующие методики: тест Л. Сонди (в адаптации Л.Н. Собчик), опросник С-ТЕСТ для определения доминирующих социальных фобий (В. Леви); опросник актуальных страхов личности (Ю. Щербатых, Е. Ивлева). Электронная обработка данных осуществлялась с помощью прикладного пакета SPSS 20.0. В исследовании приняли участие 28 мужчин и 22 женщины с аддиктивным поведением.

Результаты эмпирического исследования, проведенного с помощью метода Л. Сонди, свидетельствуют о том, что у женщин и мужчин ведущим является поведение, направленное на сохранение объекта. Проявляется также сильная привязанность к объекту и желание его присвоения (соответственно 2,79, 2,50).

Несколько менее выраженным у женщин в исследуемой выборке является фактор инерции, характеризующийся низкой подвижностью нервной системы, повышенной привязанностью к родителям, которая препятствует нормальному контактному общению (2,36). Характерологически данный фактор проявляется как стремление к экономии (в некоторых случаях это алчность и жадность), стремление удерживать все свое при себе, страсть к накопительству. При этом в данном типе отмечается верность, преданность, чистосердечность и искренность. У мужчин менее выражены показатели по шкале «инерция» (1,88).

В большей степени у женщин, чем у мужчин, выражена тенденция «отрицание» (соответственно 2,15; 1,75). При наличии такой тенденции личность склонна к интроекции, иногда к изоляции или даже к аутичности, к отречению от своего «Я», отказу, вытеснению реальных причин неудовлетворенности как защитной реакции, к стремлению отказаться от реализации своих потребностей. В результате потери объекта любви или доверия к нему возможно разрушение ценностной сферы, тенденции к саморазрушению.

У мужчин в данной выборке на втором месте по силе проявления является фактор «инфляция» (2,50), притом, что разница встречаемости у мужчин и у женщин внутри данной выборки самая большая по всем представленным в методике влечениям. Данный фактор характеризуется экстраверсией, повышенной эмоциональностью и энтузиазмом. При этом у людей данного типа присутствует эгоизм, пафосность, высокомерие, самодовольство – другими словами, это тенденция быть «всем». Ярко выражено чувство соперничества, чувство иерархического ранга и жажда власти. В некоторых случаях данное влечение реализовывается в манию величия или другие мании, одержимость, религиозный бред, бисексуальные тенденции.

Рассмотрим полученные результаты по тесту С-ТЕСТ (В.Л. Леви). С помощью данной методики мы получили суммарный уровень тревожности вследствие наличия или отсутствия у испытуемого фобического расстройства, а также по суммарным данным выявили страхи. Так как средние значения по всем субшкалам не превышают 5 баллов, мы можем сделать вывод о том, что в среднем, по выборке, фобические расстройства отсутствуют и у мужчин, и у женщин. Испытуемые мужчины и женщины не обладают такими мистическими страхами, при которых присутствует страх порчи, сглаза, наговоров, страх нарушения ритуалов, различных суеверий. Сюда же можно отнести богобоязнь и дьяволобоязнь. Вероятно, объяснить это можно уровнем знаний и широким кругозором, так как в данное время достаточно информации, которая помогает людям узнавать механизмы и суть процессов, которые некоторое время назад было сложно объяснить, и они считались пугающей мистикой.

Наиболее актуальными страхами как у мужчин, так и у женщин, являются социофобии и страх публички – их средние значения превышают 3,5 балла. Нужно отметить, что по всем шкалам женщины обладают более высокой тревожностью, чем мужчины. Такие страхи, как танатофобия, страхи пространств, страх перед агрессией, страх зависимости, общебытийные страхи и страх перед судьбой у женщин лежат в интервале по среднему значению 3 – 3,5 балла, то есть, выражены также достаточно сильно. У мужчин в этом промежутке проявляется лишь страх к агрессии – физической (например, страх нападения) или психической (например, страх унижения). Но, так как данный показатель не превышает критическую отметку в 5 баллов, можно объяснить полученные значения неконфликтностью и толерантностью к несдержанности окружающих.

Средние значения у мужской части выборки в интервале от 2,5 до 3 баллов проявились по показателям «страх смерти», «общебытийные страхи» и «страх перед судьбой». Менее выражены у мужчин страхи пространств и страхи зависимости – их средние показатели на уровне 2 – 2,5 балла.

Значительная разница между страхами мужчин и женщин в данной выборке проявилась в страхе зависимости. У женщин данная боязнь выше на 1,3 балла. Страх зависимости – это оборотная сторона страха свободы. Человек, который боится зависимости, как правило, является зависимым человеком: может проявляться зависимость от ситуации, от начальника, от денег, от своего внешнего вида, от своего здоровья и т.д. Сюда же можно отнести страх зависимости от вредных привычек – страх заболеть алкоголизмом или наркоманией.

Другим проявлением страха зависимости может стать зависимость от определенного человека или людей. Примером подобных зависимостей может служить страх ухода любимого человека (в таких ситуациях часто возникает беспричинная ревность, которая только усугубляет ситуацию), страх автономии от родителей, что, вероятно, может служить проявлением инфантильности у женской части в данной выборке.

К подобным примерам также можно отнести страх зависимости от работы или начальника, который, вероятно, также является проявлением актуальной жизненной ситуации.

При корреляции данных, полученных при помощи методики опросника Л. Сонди и данных, полученных при помощи методики С-ТЕСТ, были выявлены следующие взаимосвязи:

1. Любовь к человечеству и страх публики ($r = 0,476$). Люди, обладающие чувством любви к природе и окружающим, потребностью в понимании, эмпатическом восприятии, эмоциональной привязанности, и имеющие чувство неудовлетворенности потребности в эмпатии и эмоциональном взаимодействии, реализации которой мешают внутренние запреты (табу) испытывают эмоциональный дискомфорт. Здесь возможна сублимация потребности в самоотверженности и альтруизм, страх публики. Этот социальный страх обычно вызывается целым рядом причин: боязнь выглядеть в глазах других несовершенным, придание слишком большой значимости выступлению, осознание и порой преувеличение собственных недостатков техники речи и поведения во время выступления, недоброжелательность аудитории, плохая предварительная подготовка или воспоминание о прошлом провале. Подобный страх очень распространен, но, исходя из полученных данных, вероятность его возникновения у данных типов личности выше.

2. Самомаскировка и страх зависимости ($r = 0,461$); общебытийные страхи ($r = 0,324$). Данная связь указывает на то, что с повышением чувства социально-моральной цензуры при богатом воображении и склонности к фантазированию у человека развивается страх зависимости. Такие люди в большей степени, чем другие испытывают чувство стыда, робость, стремясь избегать публичности.

3. Тенденция к присвоению и страх зависимости ($r = 0,472$). Личности с доминированием рациональности мышления характеризуются эмоциональной холодностью, эгоистической сосредоточенностью на собственных переживаниях, оторванностью от практических забот, склонностью к широким обобщениям, независимостью суждений, избирательностью в общении, педантичностью, недоверчивостью, скрытностью и замкнутостью; имеют повышенную предрасположенность к возникновению страха зависимости.

4. Проекция и страх перед агрессией ($r = 0,419$). К типу проекции, по Сонди, относятся люди, у которых наиболее выраженными чертами являются заниженная самооценка, самоуничижение, осторожность, недоверчивость, злопамятность, сверхчувствительность, склонность к обвинениям, которые при этом избирательны в контактах, скрытные, ранимые в отношении критики, скептически оценивающие чужое мнение, настороженные, склонны оценивать окружающих людей с позиции собственной враждебности. Они стремятся к поиску истины, а уровень мотивации избегания успеха является таким же высоким, как и мотивации достижения. Такие личностные диспозиции создают внутреннюю напряженность, которая, в свою очередь, является предиктором конфликтного поведения. При наличии у личности данных качеств, вероятно возникновение страха перед агрессией.

В ходе исследования также выявлена положительная закономерность ($r = 0,414$) влияния мазохизма на суммарный показатель уровня тревожности по совокупности страхов. Она характеризуется тем, что, чем больше в человеке выражены черты пассивности, покорности, готовности к самопожертвованию, нерешительности, мягкости, зависимости, склонности к идеализации объекта привязанности, конформности, сочувствия к людям, тем выше его общий уровень тревожности, страхов и фобий.

Результаты сравнения средних значений между мужчинами и женщинами в представленной выборке по опроснику иерархической структуры актуальных страхов личности показали следующее. Уровень тревожности женщин превышает уровень тревожности мужчин. При этом у мужчин выражены сильнее, чем у женщин страхи, связанные с половой функцией и страх самоубийства. Страхи в сексуальной сфере у мужчин могут иметь как физиологические, так и психологические причины. К последним, в частности, относятся неуверенность в себе и своей мужской силе, комплекс неполноценности, нездоровый образ жизни. Сюда же относятся страх перед женщинами, которые часто сами провоцируют подобные мужские страхи. Выраженность подобного страха у мужчин выше, чем у женщин, можно объяснить с точки зрения физиологии – подобные проблемы могут полностью нарушить сексуальные отношения с женщинами, что, в свою очередь, только усугубит психологические проблемы. При этом, значение данного страха немного более 2-х баллов, и скорее это можно рассматривать как опасение, чем как страх.

К страхам самоубийства можно отнести страх человека попасть в такую жизненную ситуацию, когда это будет единственный выход. Скорее всего, в большей степени речь идет о страхе перед обстоятельствами, чем перед страхом собственно суицида. Но, так как показатель страха самоубийства по мужской и по женской выборке является минимально выраженным в сравнении с другими, вряд ли это можно считать фобией и расстройством личности.

У женщин наиболее сильным страхом является страх какого-либо животного (более 6 баллов), страх публички и страх глубины (в интервале 5 – 6 баллов), страх высоты (чуть менее 5 баллов).

У мужчин в данной выборке самые сильные эмоции вызывает страх высоты, страх глубины и страх публички – средние показатели находятся в пределах 4 – 5 баллов.

В корреляциях по данным методики ИСАС и данным по влечениям опросника Сонди, были выявлены следующие взаимосвязи:

1. Самомаскировка и страх темноты ($r = 0,344$). При повышенной мнительности, неуверенности в себе, боязливости и прочих чертах, присущих этому типу и описанных выше, высока вероятность развития страха темноты. Так как данный страх является одним из самых распространенных страхов у дошкольников и младших школьников, можно предположить, что личности данного типа имеет склонность к инфантильности. Многие исследователи считают страх темноты видоизмененным страхом смерти. Так как данный тип личности интровертирован и пуглив, можно предположить, что страх темноты является следствием переживаний человека внутри себя мыслей о смерти, невозможности их вербализации и рационализации.

2. Тенденция к присвоению и страх публички ($r = 0,344$). Люди эгоистичные, замкнутые, при этом оригинальные, неформальные и педантичные имеют склонность к страху публички.

3. Инерция и страх высоты ($r = 0,314$). Личности, обладающие качествами экономии, постоянства, верности, консерватизма, склонностью к самоограничению, честности и искренности скорее всего, наиболее склонны к возникновению страха высоты.

4. Инфляция и страх публички ($r = 0,365$). Личности, чрезмерно эмоциональные, порывистые, пафосные и стремящиеся к власти, вероятно, будут иметь страх перед публичкой. Подобную связь можно попробовать объяснить предположением, что подобным вызывающим поведением такие люди стремятся перебороть в себе подобные страхи перед окружающими и публичкой.

5. Сохранение объекта и страх агрессии к близким ($r = 0,358$). Тип личности, обладающий свойством привязываться к объектам быстро и надолго, при этом экстравертированный, общительный и эмоционально гибкий, скорее всего, будет иметь страх агрессии к близким людям. Можно предположить, что человек такого типа будет бояться причинить боль, как физическую, так и моральную тому, кого он любит и к кому он эмоционально привязан, что вполне закономерно.

Сильные положительные корреляции были получены между мазохизмом и суммарным показателем по методике Ю. Щербатых ($r = 0,430$). Данную связь можно интерпретировать как наличие связи между этими признаками. То есть люди с мазохистическими чертами имеют наиболее высокие суммарные показатели по методике ИСАС. Аналогичная, но выраженная слабее, закономерность между этими переменными была получена также по опроснику С-ТЕСТ, что подтверждает высокий уровень тревожности и страхов у типа, называемым мазохизмом.

С помощью корреляционного анализа суммарного показателя методики ИСАС и типа личности (по тесту Сонди), была выявлена следующая закономерность: чем сильнее выражены черты личности, присутствующие при самомаскировке (такие, как стыдливость, робость, стремление оставаться в тени, пребывание в мире собственных фантазий), тем сильнее тенденция к снижению общего уровня тревожности и выраженности страхов ($r = - 0,338$). При усилении выраженности черт инфляции (таких, как высокая самооценка, склонность к риску, чувство соперничества, амбициозность) суммарный показатель также имеет тенденцию к снижению ($r = - 0,317$).

Таким образом, эмпирическое исследование позволило выявить, что для мужчин и женщин с аддиктивным поведением характерно чувство привязанности к объекту, желание его присвоения. Выявлены различия психологических свойств женщин и мужчин-аддиктов: женщины в большей степени характеризуются повышенной привязанностью к родителям, склонностью к отречению от своего «Я», отказу, стремлением отказаться от реализации своих потребностей. Они обладают более высокой тревожностью, чем мужчины. Женщинам – аддиктам свойственны такие страхи, как танатофобия, страхи пространств, страх перед агрессией, страх зависимости, общебытийные страхи и страх перед судьбой. Значительная разница между страхами мужчин и женщин в данной выборке проявилась в страхе зависимости.

Мужчины с аддиктивным поведением характеризуются повышенной эмоциональной возбудимостью, выраженным чувством соперничества, жажды власти. В наибольшей степени для мужчин свойственны страхи: страх к психической или физической агрессии, страхи, связанные с половой функцией, страх самоубийства.

Выявленные взаимосвязи свидетельствуют о влиянии на появление страха зависимости чувства моральной цензуры, богатого воображения, склонности к фантазированию, стыдливости, робости, эмоциональной холодности, оторванности от практических забот, замкнутости, а также склонности к идеализации объекта привязанности, конформности.

Полученные результаты могут быть использованы в практической работе психологов-консультантов с целью организации и проведения коррекционной и реабилитационной работы с людьми с аддиктивным поведением.

Литература

1. Захаров А.И. Дневные и ночные страхи у детей // СПб.: «Издательство СОЮЗ». 2000. 448 с.
2. Изард К.Э. Психология эмоций // СПб.: Издательство «Питер». 2000. 464 с.
3. Каплан Г.И. Клиническая психиатрия. Том 2// М.: Медицина. 2002. 528 с.
4. Карвасарский Б.Д. Клиническая психология // СПб.: Питер. 2006. 960 с.
5. Келлер Х. Загадка страха // М.: evidentis. 2003. 209 с.
6. Кемпински А. Экзистенциальная психиатрия // М.: Совершенство. 1998. 320 с.
7. Риман Ф. Основные формы страха // М.: Алетейа. 1999. 336 с.
8. Щербатых Ю.В., Ивлева Е.И. Психофизиологические и клинические аспекты страха, тревоги и фобий//Воронеж: Истоки. 1998. 281 с.

УДК 159.9

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПСИХОТЕРАПЕВТА И ПАЦИЕНТА

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

В статье раскрываются теоретические и эмпирические аспекты появления и развития психологических компонентов взаимоотношения психотерапевта и пациента. Выявляются различия в переживаниях и зависимости от отношений друг к другу и определяются особенности взаимосвязей личностных характеристик, формируемых в отношениях.

Отношения к себе и другим, психологический потенциал, структура личности, эмоциональные и волевые особенностями взаимоотношений и коммуникативной активности человека.

PSYCHOLOGICAL COMPONENTS OF THE RELATIONSHIPS OF THE PSYCHOTHERAPIST AND PATIENT

Y. N. Kazakov, doctor of medical sciences,
professor, professor of department of application-oriented psychology of
State Budget Educational Institution of
Higher Education of the Moscow Region
"Technological University" ("MGOTU"), Korolev, Russia

The article reveals the theoretical and empirical aspects of the emergence and development of psychological components of the relationship between the therapist and the patient. The differences in experiences and dependencies on the relationship to each other are revealed and the features of interrelations of personal characteristics formed in the relationship are determined.

Relationships to oneself and others, psychological potential, personality structure, emotional and volitional peculiarities of relationships and communicative activity of a person.

В современном информационном обществе уровень коммуникаций в сферах социальных и личных связей требует от человека не только определенных навыков реализации отношений, но и умений адаптироваться в сложных условиях интенсивных взаимосвязей и меняющихся условий их осуществления. Ситуации современной жизни могут быть связаны, как с частными условиями жизни индивида, так и с историческими, культурными, экономическими, и политическими событиями, влияющими на жизнь и благосостояние человека (или воспринимаемые как влияющие и имеющие значение в частной жизни индивида). Внутренние или личностные условия связаны с психофизиологическими механизмами эмоциональности и особенностями восприятия и *когнитивной переработки информации о внешних событиях*. Важно отметить, что в обстоятельствах современной социальной жизни, быстрых изменений и вызовов, которые формируются в результате этих изменений, процесс реализации отношений, умений адаптироваться в сложных условиях современных коммуникаций и требований, предъявляемых обществом к человеку и без этого, непростой, становится весьма сложным, интенсивно протекающим и трудно прогнозируемым. При таких обстоятельствах становится востребованной помощь специалистов вспомогательных профессий, психологов и психотерапевтов. *Научный фокус проблемы* исследования взаимоотношений психотерапевта с пациентом полагает изучение условий и факторов взаимоотношений, которые с самого начала предполагают позитивный итог. Позволяют раскрыть психологический потенциал человека, улучшить понимание им своего внутреннего мира и запустить или поддержать на должном уровне процесс актуализации личности для ре-

шения существующих или сформулированных в процессе осуществления взаимоотношений между ним и психотерапевтом задач.

Взаимоотношения – это социально-психологический результат (продукт) отношений. Отношения, в свою очередь, это многогранное явление, проявляющееся во многих сферах жизнедеятельности человека и общества. Существует несомненная практическая востребованность исследования условий и факторов взаимоотношений психотерапевта с пациентом с целью их оптимизации и последующего применения в повседневной практике специалистов-психотерапевтов.

В отечественной психологической науке понятие отношений и взаимоотношений рассматривается с точки зрения физиологии, нейрофизиологии, психофизиологии, психологии и психотерапии (И. П. Павлов, И. М. Сеченов, В. М. Бехтерев, А. А. Ухтомский, Н. Е. Введенский, А.Ф. Лазурский, В. Н. Мясищев, Б. В. Иовлев, Э. Б. Карпова, Д. Н. Узнадзе, В. В. Бобкова, С. Л. Рубинштейн, Б. Г. Ананьев, А. А. Бодалев).

Отношения как категория и объяснительный принцип психики подразумевает латентное состояние, которое определяет основанный на прошлом опыте характер действия или переживания человека по поводу каких-либо обстоятельств. Личность и характер составляют структурно-содержательное целое, определяемое условиями общественно-индивидуального развития (А.Ф. Лазурский, В. Н. Мясищев, Л.И. Вассерман, Б.В. Иовлев, Э.Б. Карпова, А.Я. Вукс.).

Школа отношений зарождалась в рамках нейрофизиологии, как продолжение учения об условных рефлексах. Под понятием «отношения»

И. П. Павлов подразумевал то латентное состояние, которое определяет основанный на прошлом опыте характер действия или переживания человека по поводу каких-либо обстоятельств. Как он подчеркивал, у человека во вторую сигнальную систему перешли его отношения, имеющие при неврозе характер патологических и представляющих патологию, возникшую из-за нарушений взаимоотношений людей.

В результате научного поиска сложилось направление в области медицинских знаний, которое изучало проблему отношений в психике человека и стало предметом описания и поиска закономерностей для психиатрии в клинике, а также для связанных с ней направлений практической медицины – клинической психологии и психотерапии (Б.В. К. Мягер, В.В. Бобкова, Л.Н. Иванов, М.Л. Колотилова, Ю.Н. Казаков).

В. М. Бехтерев настаивал на том, чтобы психика и личность изучались объективно в их соотношении со средой. Задачи психофизиологии и переход от лаборатории к клинике предложил учитывать не только ситуацию момента, но и определяющую роль предыдущего опыта человека в генезисе, а, следовательно, иметь в виду историю не только болезни, но и всей предшествующей его жизни. А.Ф. Лазурский полагал, что проявления личности можно разбить на две группы – эндопсихика и экзопсихика. Экзопсихика состоит из экзопсихических проявлений. «Содержание их определяется отношением личности к внешним объектам, к среде, причем понятие «среды» или «объектов» берется в самом широком смысле, в котором оно объемлет всю сферу того, что противостоит личности и у чему личность может так или иначе относиться: сюда входят и природа, и материальные вещи, и иные люди, и социальные группы, и духовные блага – наука искусство, религия, – и даже душевная жизнь самого человека, поскольку последняя может быть объектом известного отношения со стороны личности.

В. Н. Мясищев считал, что психологическое явление может быть понято на основе учета отношения человека к работе, его мотивов и целей, отношения к самому себе, требований к себе, к результату работы и т. д. Такой подход к психопатологическим проявлениям требует знания и изучения психологии личности.

С. Л. Рубинштейн полагал, что внешние условия не определяют непосредственно поведение и поступки человека, что причина действует «через внутренние условия». Это означает, что суждения, действия, поступки человека не являются непосредственной реакцией на внешние раздражители, инструкцию, содержание задания, а что они опосредуются его установками, мотивами, потребностями, транслируются через эмоции в окружающую среду. Эти установки складываются прижизненно под влиянием воспитания и обучения, но, сформировавшись, они сами определяют действия и поступки человека, здорового и больного. Действия и поступки определяются характером человека, а «ведущим и определяющим моментом в формировании характера являются взаимоотношения человека с другими людьми».

В развитом плане отношения человека характеризуются их сознательностью, выраженной избирательностью и сложностью. Установки можно рассматривать как неосознанные отношения, а отношения как осознанные установки. Сложнейшей высшей констелляцией или системой отношений является сама личность человека. Потенциально отношение, роль которого тем больше, чем больше опыт, накопленный организмом, наиболее ярко выступает у человека (Н. Е. Введенский, А. А. Ухтомский, Н.В. Голиков, Д.Н. Узнадзе, В.К. Мягер, Б.Ф. Тищенко, В. В. Бобкова).

Отношения человека связаны со структурой личности человека, с его потребностями, с эмоциональными и волевыми особенностями. Несмотря на то, что последние рассматриваются психологией как процессы, они, по существу, являются включенными в структуру личности.

Развитие научной школы отношения в 1970-1980-е гг. - характеризовалось пониманием отношений как особого вида деятельности (А.Г. Ананьев, С.П. Рубинштейн, А.А. Бодалев, В. А. Куницына, Г.А. Ковалев, Т.С. Яценко), который, в одних ситуациях выступает самостоятельным проявлением коммуникативной активности человека, а в других, включен в более сложную социальную деятельность и является обязательным условием ее успешного выполнения.

Наиболее полно отношения как принцип психической деятельности изучались в США. Большое количество работ, объединяемых терминами «relation» или «attitude» (Adler, «Человекознание» 1929; Rogers, Kinget, 1965; Allport «Отношение показаний в теории ориентации и измерения» 1967). Альфред Адлер подчеркивал целостность и уникальность человеческой личности. В противовес Фрейду, придававшему особое значение событиям прошлого опыта, Адлер утверждал, что вся динамика психологической жизни личности подчинена достижению его целей – сознательных или неосознаваемых. Развитие личности обусловлено творческой силой Я как источника сознательного активного построения человеком собственной жизни и надления ее смыслом.

Необходимое условие взаимоотношений с другими людьми для Э. Фромма «быть в мире с самим собой» «прислушаться к самому себе – это предпосылка возможности услышать других. Отношение как ценность рассматривал В. Франкл, который считал, что можно «...говорить о трёх типах ценностей: ценностях творчества, ценностях переживания и ценностях отношения». Ценности отношения «позиция, которую он (человек (авт.) занимает по отношению к своей ситуации в том случае, если он не может изменить свою судьбу».

Проблему взаимоотношения психотерапевта с пациентом последовательно изучали, представляли свое видение, формировали принципы и практическую реализацию данных взаимоотношений зарубежные и отечественные ученые. Среди первых необходимо отметить направление изучения взаимоотношений между терапевтом и пациентом начатое З. Фрейдом и продолженное К.Г. Юнгом, Э. Кречмером, В. Франклом, К.Роджерсом, Дж. Рейнуотер. Р. Лонгом. Д. Майерсом, С. Грофом, Томасом А.Харрисом, Дж. Грехомом, К. Хорни, Ф Перлзом, М.Каном, И.Яллом, К.Э. Изардом, Р.Ассаджиоли, Д. Джонсом, И.Кремером

Отечественная наука занималась этой проблемой в рамках изучения отношений и при разработке принципиальных и теоретических основ клинической психологии и психотерапии (П.Б. Ганушкин, А.Е. Личко, С.С. Корсаков, В.П. Сербский, Л.С. Выготский, Б.Г. Ананьев, Б.В. Зейгарник, Г.Л. Исурина, В.А. Абабков, Ф.Е. Василюк, Б.С. Братусь, В.Д. Карвасарский), практической психотерапии (Е.С Калмыков, К.В Роменец, К.В Ягнюк., Е.А. Загрязская, О.В Варфоломеева, И Галь Сон, Е.А. Ромек, Л.Б. Орлов, Е.Л .Милютина, В.В. Макаров, Е.Т. Соколова, Ю.Н.Казаков).

Результаты анализа показывают, что в научной и практической, области осуществления процесса взаимоотношений психотерапевта с пациентом имеют; место существенные противоречия между:

- необходимостью и востребованностью системного знания: социально-психологических особенностей взаимоотношений психотерапевта с пациентом; эффективности деятельности специалистов-психотерапевтов и отсутствием актуальных разработок данной проблемы в современной психологической науке;

- необходимостью оптимизации взаимоотношений психотерапевта с пациентом с целью повышения их профессионального потенциала и недостаточной подготовленностью к решению этой задачи в рамках научно обоснованных модели; алгоритма и технологии, которыми не располагает терапевтическая практика;

- актуальностью разработки практических рекомендаций; учитывающих условия и факторы оптимизации взаимоотношений психотерапевта с пациентом и: их отсутствием в реальной практике.

Таким образом, недостаточная разработанность проблемы оптимизации условий и факторов взаимоотношений психотерапевта с пациентом и потребность в методическом сопровождении осуществления таких взаимоотношений средствами психологических компонентов. При этом гипотеза исследования состоит в предположении о том, что оптимизация взаимоотношений психотерапевта с пациентом; может, быть достигнута посредством реализации системно-психологического подхода, обеспечивающего познание и учет условий и факторов осуществления данных взаимоотношений. Познание возможно при научно обоснованном анализе условий и факторов оптимизации взаимоотношений психотерапевта с пациентом. Выявление условий и факторов оптимизации взаимоотношений психотерапевта с пациентом; может по-

служить основой для создания; оптимальной модели и для определения путей повышения профессионализма специалистов-психотерапевтов и эффективности их деятельности. Эффективность профессиональной деятельности психотерапевта может быть достигнута в результате учета социально-психологических особенностей их деятельности и комплексного воздействия на социально-психологические и личностные характеристики пациента.

Теоретико-методологическую базу исследования составили общенаучная методология исследования, представленная принципами всеобщей связи, системности, развития, детерминизма и причинной обусловленности, единства сознания и деятельности, единства внешних воздействий и внутренних условий. На уровне психологической науки в исследовании учтены следующие положения: культурно-историческая и деятельностная парадигма, разработанная Л.С. Выготским, С.П. Рубинштейном, А.Н. Леонтьевым, Б.Г. Ананьевым, Б.Ф. Ломовым и др.; психологическая концепция труда в особых условиях Б.Ф. Ломова, В.А. Пономаренко, К.К. Платонова и др.; подход к исследованию группы как субъекта совместной деятельности Г.М. Андреевой, А.В. Петровского, А.И. Донцова, А.Л. Журавлева, Л.И. Уманского. Также учитывались исследования в области общей, социальной, клинической и экспериментальной психологии (Г.М. Андреева, Ю.М. Забродин, Л.Ф. Железняк, В.Н. Дружинин, Л.Б. Филонов, Б.И. Хозиев, А.И. Шипилов).

Полученные в ходе исследования результаты были подвергнуты математико-статистической обработке: определение средних арифметических значений, дисперсии и стандартных отклонений, сравнение средних арифметических значений, корреляционный и факторный анализы. Опросники и анкеты обрабатывались вручную и с помощью прикладных программ SPSS 13.0, Excel.

Научная задача исследования заключалась в системном исследовании особенностей взаимоотношений психотерапевта с пациентом (N=134 респондента и психотерапевта – 10) и разработке практических рекомендаций по оптимизации данных взаимоотношений.

Целью исследования явилось определение условий и факторов оптимизации взаимоотношений психотерапевта с пациентом. Решалось несколько задач: определение подхода к проведению эмпирического исследования, выработка методики и организация эмпирического исследования, подготовка инструментария для проведения исследования, осуществление опроса респондентов, обработка полученных данных путем применения методов математической статистики, интерпретация полученных данных, распределений показателей и зависимостей между ними.

Согласно цели исследования, была разработана анкета для проведения опроса респондентов. Анализ проблемы условий и факторов оптимизации взаимоотношений психотерапевта с пациентом как основы позитивного психотерапевтического воздействия показал отсутствие стандартизованных средств получения данных, что обусловило необходимость разработки авторского инструментария. В качестве основного метода был выбран опрос в форме анкетирования, традиционно применяемый в социально-психологических исследованиях и позволяющий за короткое время собрать мнения достаточно большого количества респондентов. В целях обеспечения полноты сбора информации основу анкет составили: незавершенные предложения; открытые вопросы.

Для получения более формализованных данных также применялись вопросы с фиксированным числом ответов. В структуре анкет присутствуют несколько смысловых блоков.

Для успешного решения задач и достижения поставленной цели была изучена научная литература, которая позволила определить предполагаемые факторы взаимоотношений психотерапевта с пациентом и сформировать перечень показателей, предлагаемых в анкете респондентам – пациентам. Среди таких факторов предположительно выделялись: эмпатия, доверие, профессионализм.

Предложенная респондентам анкета для пациентов (А) состояла из четырех смысловых блоков.

Первый блок анкеты (А) рассматривает потребность, как состояние нужды организма, индивида, личности в чем-то, необходимом для их нормального существования, на выявление ценностных ориентиров как основы мотивации пациента при планировании встреч с психотерапевтом. В блок вошли вопросы: №1 («Вы знаете свою проблему: да, нет, пока нет») и №2: («Для Вас психотерапевт: профессионал, советчик, арбитр, партнер, инструктор, тренер»).

Второй смысловой блок анкеты (А) предназначался для выявления мотивации респондентов к общению с психотерапевтом как о побуждениях (осознанных и неосознанных), вызывающих активность организма в определенном направлении. В блок включены вопросы о потребностях индивида добиваться успеха и побеждать неудачи, о субъективной оценке вероятности успеха предстоящего общения с психотерапевтом.

Вопросы этого блока предполагал получить информацию о том, как респонденты представляют свои возможные цели и мотивы при установлении взаимоотношений с психотерапевтом. В блок вошли вопросы: № 3: («Вы обратились к психотерапевту потому что, уверены в успехе общения, интересно пообщаться, не уверены в успехе общения, то можно попытаться, остальные возможности достижения успеха исчерпан»), № 4: («Вы обратились к психотерапевту потому что, предпочитаете действовать, осознаете необходимость общения, посоветовали, вынудили обстоятельства, знаете, что Вы хотите»), № 5: («Что Вы понимаете под целью взаимоотношений психотерапевта с пациентом: желаемый пациентом результат, формулирование проблемы пациента, формулирование проблемы пациента и совместный поиск решения, общение с профессионалом»).

Третий смысловой блок анкеты (А) предполагал окончание предложенной фразы словом-характеристикой (показателем) отношений с психотерапевтом с точки зрения пациента или психотерапевта, причем отношения рассматривались с точки зрения долженствования, возможности или желательности. Вопрос № 6: («Закончите предложение:

Отношения между психотерапевтом и пациентом должны быть _____

Отношения между психотерапевтом и пациентом не должны быть _____

Отношения между психотерапевтом и пациентом возможны как _____

Отношения между психотерапевтом и пациентом желательны как _____)»).

Четвертый блок анкеты (А) был нацелен на выявление условий взаимоотношений с психотерапевтом, обязательных для обеих сторон, обязательных для психотерапевта обязательных для пациента. В блок вошли вопросы: № 7 («Какие условия взаимоотношений с психотерапевтом Вам кажутся обязательными для обеих сторон: доверие, искренность, понятность, последовательность, конструктивность, сочувствие, требовательность, эффективность, терпимость»), №8: («Какие условия взаимоотношения с психотерапевтом Вам кажутся обязательными для психотерапевта: доверие, искренность, понятность, последовательность, конструктивность, сочувствие, требовательность, эффективность, терпимость»), №9: («Какие условия взаимоотношения с психотерапевтом Вам кажутся обязательными для обеих сторон: доверие, искренность, понятность, последовательность, конструктивность, сочувствие, требовательность, эффективность, терпимость»).

Психотерапевтам было предложено для заполнения три анкеты:

1. Анкета (А1) содержала вопросы, описывающие взаимоотношения психотерапевта с пациентом с позиции психотерапевта.
2. Анкета (А2) содержала вопросы, характеризующие личность психотерапевта.
3. Анкета (А3) предлагала описать пациента с точки зрения психотерапевта.

Первая анкета (А1) содержала вопросы о взаимоотношениях психотерапевта с пациентом и состояла из вопроса, который дает представление пациенте как о субъекте взаимоотношений, второй блок определяет цель взаимоотношений психотерапевта с пациентом, третий блок описывает характеристику взаимоотношений, четвертый блок рассматривает условия взаимоотношений психотерапевта с пациентом.

Первый блок анкеты (А1) рассматривает пациента как субъекта взаимоотношений и направлен на выявление статуса и роли пациента при планировании встреч с психотерапевтом. В блок вошел вопрос № 1: «Для Вас пациент это страдающий человек, участник взаимоотношений, партнер по общению, больной человек».

Второй смысловой блок А1) предназначался для выявления мотивации респондентов к установлению взаимоотношений с пациентами и определения цели этих взаимоотношений. В блок включены вопросы о потребностях индивида добиваться успеха и побеждать неудачи, о субъективной оценке вероятности успеха предстоящего общения с психотерапевтом. Вопросы этого блока предполагали получить информацию о том, как респонденты представляют свои возможные цели и мотивы при установлении взаимоотношений с психотерапевтом. В блок вошли вопросы: № 2: «Пациент обращается к психотерапевту, уверен в успехе взаимоотношений, интересно пообщаться, не уверен в успехе взаимоотношений, но можно попытаться, остальные возможности достижения успеха исчерпаны, осталось только выбрать взаимоотношения с психотерапевтом»), № 3: («Пациент обратился к психотерапевту потому что, предпочитает действовать, осознаете необходимость взаимоотношений, посоветовали, вынудили обстоятельства, знает, что хочет»), № 4: («Что Вы понимаете под целью взаимоотношений психотерапевта с пациентом: желаемый пациентом результат, формулирование проблемы пациента, формулирование проблемы пациента и совместный поиск решения, общение с профессионалом»).

Третий смысловой блок анкеты (A1) предполагал окончание предложенной фразы словом-характеристикой (показателем) отношений с психотерапевтом с точки зрения пациента или психотерапевта, причем отношения рассматривались с точки зрения долженствования, возможности или желательности. Вопрос № 5: («Закончите предложение:

Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом должны быть _____

Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом не должны быть _____

Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом возможны как _____

Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом желательны как _____)»).

Четвертый блок анкеты (A1) был нацелен на выявление условий взаимоотношений с психотерапевтом, обязательных для обеих сторон, обязательных для психотерапевта обязательных для пациента. В блок вошли вопросы: № 6 («Какие условия взаимоотношений с психотерапевтом Вам кажутся обязательными для обеих сторон: доверие, искренность, понятность, последовательность, конструктивность, сочувствие, требовательность, эффективность, терпимость»), № 7: («Какие условия взаимоотношения с психотерапевтом Вам кажутся обязательными для психотерапевта: профессионализм, искренность, сочувствие, понятность, последовательность, конструктивность, эффективность, нейтральность, сотрудничество, терпимость»), № 8: («Какие условия взаимоотношения с психотерапевтом Вам кажутся обязательными для пациента: искренность, доверие, требовательность, уверенность в достижении цели, сотрудничество, нейтральность, терпимость»).

Вторая анкета (A2) содержала вопросы, которые позволяли описать личность психотерапевта по мотивам и потребностям, предпочтений в области знаний, сферы деятельности, творчества и симпатий.

Первый блок второй анкеты (A2) содержал вопросы о потребностях и мотивах респондентов. В блок вошли вопросы № 1 («Вам необходимо: любить человека, быть счастливым, быть другом (подругой), создавать новое (в своей сфере), видеть красоту окружающего мира (природы и искусства), жить уверенно (без внутренних противоречий), быть свободным в поступках, работать с интересом, другое»). Вопрос № 2 («Испытывает ли вы нужду в условиях, средствах для удовлетворения, отмеченного выше необходимого?»)

Второй блок анкеты (A2) был нацелен на выявление предпочтений респондентов в области знаний вопрос № 3 («Какая Ваша любимая область знаний?»), в сфере деятельности вопрос № 4 («Какая Ваша любимая сфера деятельности?»), в творчестве вопрос № 5 («Что Вы создали нового в текущем году?»).

Третий блок (A2) предлагал выбрать из предложенного предпочтения-симпатии. Вопрос № 6 («Чему Вы радуетесь: новым знаниям, успеху друзей, преодолению своей проблемы, приобретенным умениям, другое»). Вопрос № 7 («К чему Вы равнодушны: накоплению материальных средств, развлечениям, кредитам, потере друзей, отсутствию видимой перспективы, другое»).

Анкета № 3 (A3) предлагала описать пациента, выбрав предложенные характеристики («Пациент: солидный, нерасполагающий, приличный, полезный, сложный, располагающий, надежный, скучный, серый, красивый, актуальный, славный, разнообразный, классный, навязчивый, современный, искренний, целеустремленный, точный, аккуратный, тактичный, убедительный, непонятный, знающий, четкий»).

В исследовании приняли участие 10 респондентов. В их число вошли практикующие психотерапевты с медицинским образованием (5 человек), реализующие в своей практике медицинскую модель психотерапии и практикующие психотерапевты с психологическим образованием, реализующие в своей практике психологическую модель психотерапии (5 человек). Респонденты работают в медицинских учреждениях города Москвы, психологических центрах, образовательных учреждениях. Среди респондентов 4 мужчины и 6 женщин. Средний возраст – 41 год, стаж профессиональной деятельности в области психотерапии не менее 15 лет.

Согласно поставленным задачам были проведены: опрос респондентов; обработка полученных результатов путем применения методов математической статистики, и интерпретация полученные данных.

Согласно поставленным задачам были проведены: опрос респондентов; обработка полученных результатов путем применения методов математической статистики, и интерпретация полученные данных.

Вопрос №1, рис.1: ответы респондентов показали, что 93, подавляющее большинство опрошенных человек, уже *знают свою проблему*, или, думают, что *знают*. Примерно одинаковое количество респондентов с разницей в четыре человека *не знают или подозревают, что она есть, но её не сформулировали* (20 и 16 респондентов).

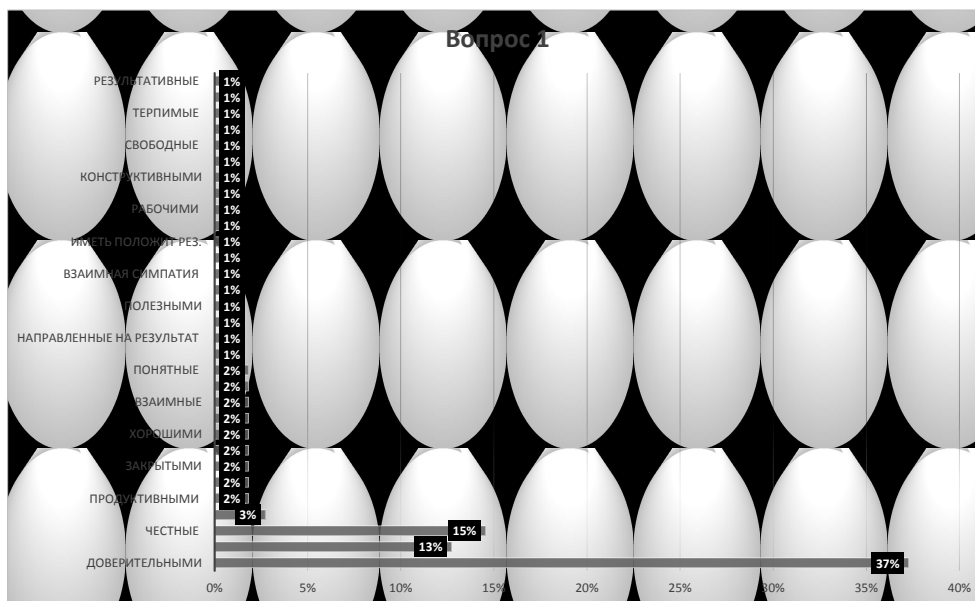


Рисунок – 1 Вы знаете свою проблему....

Вопрос № 2, рисунок 2: результаты анкетирования показали, что одинаковое количество респондентов выбрало два ответа, и они же набрали подавляющее количество предпочтений по поводу представления о психотерапевте – *профессионал* и *советчик* (по 70 предпочтений). Третьим по количеству его избравших стал ответ *инструктор* (10 предпочтений), за ними с небольшим отставанием идут ответы *тренер* (7) и *партнер* (6), замыкает ряд *арбитр* (2). Если сравнить наибольшие предпочтения и наименьшие, можно отметить, что респонденты предпочитают не беспристрастные и объективные отношения, которые обеспечивает арбитр, а профессиональные и личностные, подразумевающие эмпатию. Таким образом, первый блок анкеты показал, что 106 респондентов знают свою проблему или подозревают, что она есть, это дает возможность выявить потребности и продумать возможности их реализации. Психотерапевт с позиции значимости для них *профессионал* и *советчик* одинаково важен, и, не важен, всего два ответа как объективный *арбитр*, контролирующий следование установленным правилам.

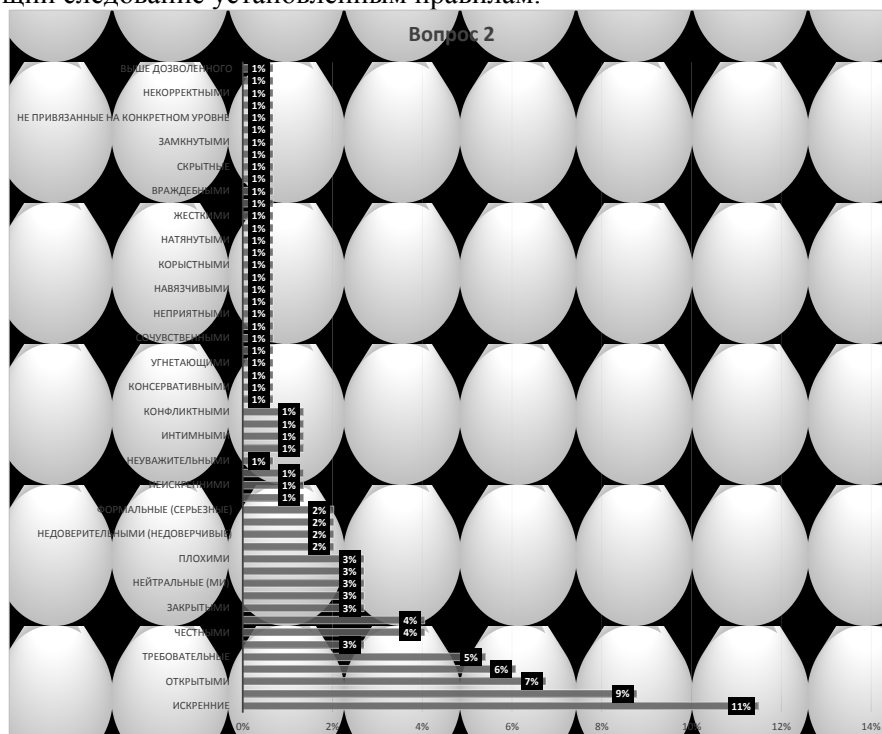


Рисунок – 2 Для Вас психотерапевт это –

Вопрос № 3, рисунок 3: Общение с психотерапевтом как *интерес* предпочли 51 респондент, общение как *попытку с осознанием возможной удачи или неудачи* – 28 и на третьем месте *уверенность в успехе общения* – 22 респондента. Ответ, подчеркивающий *исчерпанные иные возможности* и безальтернативность выбора общения с психотерапевтом, выбрали 12 респондентов.

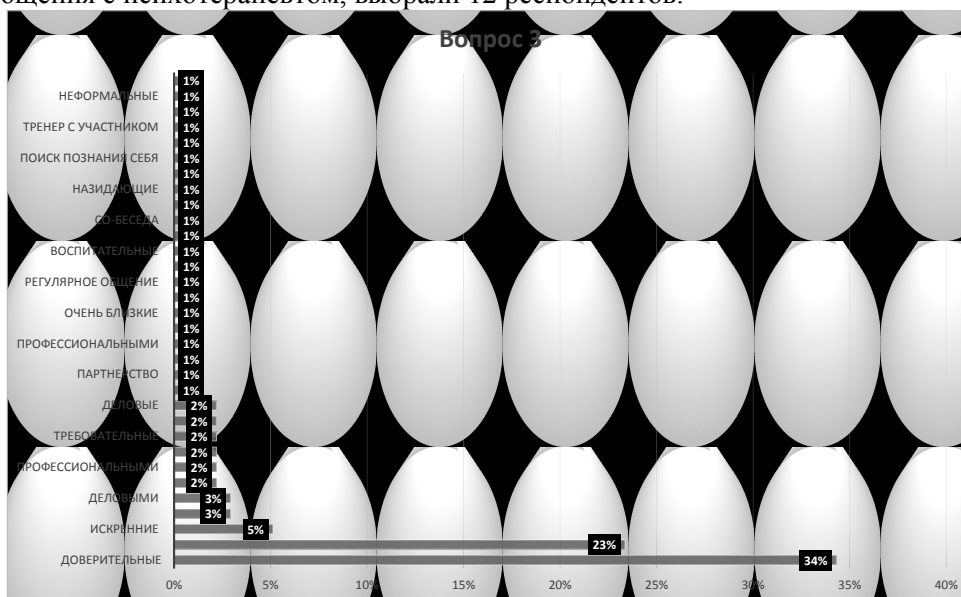


Рисунок – 3 Вы обратились к психотерапевту потому, что....

Вопрос № 4, рисунок 4 показал, что необходимость общения как *осознанный факт* выбрали 31 респондент, *уверенное знание своего желания* отметили 29 респондентов, *предпочитают действие бездействию* – 27 респондентов и с разницей в один выбор – *вынудили обстоятельства* (26), 16 респондентов предпочли *последовать совету третьих лиц*.

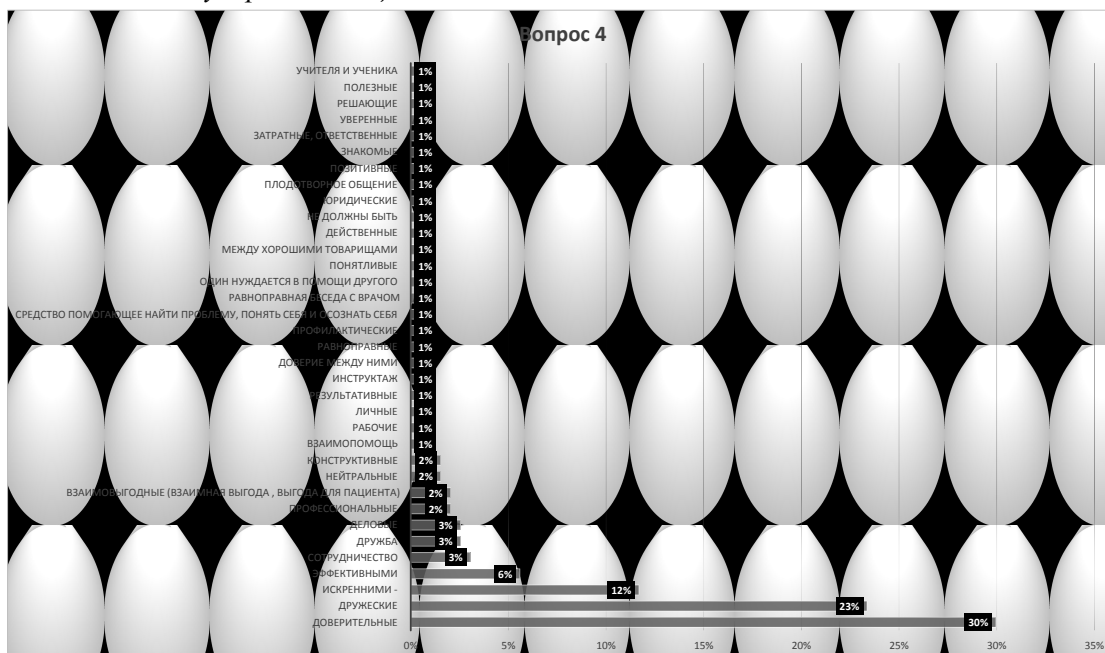


Рисунок 4 – Вы обратились к психотерапевту потому, что....

Вопрос № 5 показало, что 96 респондентов видят в *цели формулирование проблемы пациента и совместный поиск её решения*. Остальные ответы предпочли значительно меньшее количество респондентов. Любопытно, что *общение с профессионалом* выбрали только пять (5) респондентов, остальные предпочли

совместное формулирование проблемы пациента (7) и достижение цели общения как желаемого пациентом результата – 14 респондентов.

Таким образом, второй смысловой блок анкеты показал, что мотивация пациентов ярче всего выражается присутствующим интересом к данному общению, возможной попыткой или волей случая, который может привести к успеху. Мотивацию как необходимость осознали большее число опрошенных, после них идет число респондентов, которые предпочитают действие в разных направлениях как норму. Под целью взаимоотношений с психотерапевтом пациенты обозначили в большем количестве ответов совместный поиск решения. Это говорит о востребованности не столько отношений, а именно взаимоотношений с психотерапевтом, которые подразумевают объединение личностных качеств пациента (в частности, мотивация к изменению), личностных параметров психотерапевта и использование определенных психотерапевтических методов, что в итоге складывается в социально-психологический результат (продукт) общения. Взаимоотношения проистекают из взаимно влиятельных воздействий людей друг на друга и переживания встречных отношений.

Третий смысловой блок анкеты показал, что наибольшее количество из характеристик отношений психотерапевта и пациента с позиций долженствования набрало характерное слово *доверительные* (37%), за ним следует *искренние* (19%) и третье место по предпочтениям респондентов в первом вопросе получило слово *честные* (15%). В отношениях между психотерапевтом и пациентом «не должны быть» лидирует характеристика *искренние* (11%), за ней идет характеристика *личными* (9%) и *открытыми* (7%). Необходимо отметить, что выбранные характеристики можно распределить в процентном соотношении по группам – от 11% до 4% «отношения не должны быть» – *искренние, личные, открытые, дружескими (дружественными), требовательные, честными, напряженными*. 3 % – «отношения не должны быть» вынужденными, *закрытыми, близкими, нейтральными (ми), рабочими, плохими*. 2% – *профессиональные, недоверительными (недоверчивые), не должны быть, формальные (серьезные)*. Возможность в отношениях определяется как *доверительные* (34%) и *дружеские (отношения друзей, особая форма дружбы)* (23%), можно отметить характеристику *искренние* (5%), остальные набрали от 3% и ниже. Желаемость в отношениях показана четырьмя лидирующими характеристиками *доверительные* (30%), *дружеские* (23%), *искренние* (12%), *эффективными* (6%), *сотрудничество и дружба* (3%), при этом *доверительные и дружеские* лидирует со значительным отрывом от всех остальных характеристик.

Четвертый блок анкеты был ориентирован на условия взаимоотношений психотерапевта с пациентами. обязательных для обеих сторон. В вопросе № 7 респонденты обозначили путем предпочтений такие обязательные для обеих сторон условия отношений психотерапевта с пациентами как *доверие* – 97, *искренность* – 87, *эффективность* -71, *понятность* -55, *терпимость* -49, *последовательность* -35, *конструктивность* -33. *Сочувствие и требовательность* набрали одинаковое количество предпочтений, довольно незначительное, по сравнению с вышеперечисленными ответами.

В вопросе № 8 для психотерапевта обязательными условиями (вопрос № 8) назван *профессионализм* -105, это условие является лидером. *Эффективность* -57, *понятность* -56, *терпимость* -56, *сотрудничество* -45 следуют в одной группе по количеству предпочтений. Далее со значительным отставанием следуют - *последовательность* -27, *нейтральность* -21, *сочувствие* - 20.

№ 9 для пациента обязательными условиями отношений с психотерапевтом названы: *доверие* – 97 и *искренность* - 93, это лидеры по количеству отданных предпочтений. Далее следуют *уверенность в достижении цели* - 59, *сотрудничество* -57 и *терпимость* - 26, а вот *требовательность* осталась в конце списка Таким образом, модель представления пациента о продуктивных отношениях в психологической системе «психотерапевт-пациент» должна быть следующей: сами отношения представляются как *доверительные и искренние*, но, они не должны быть *искренние, личными и открытыми*, в данном случае, возможно, под *искренние и личными* респонденты подразумевают персонификацию, что связано с какими-то для них нежелательными обстоятельствами и последствиями. Отношения возможны как *доверительные и дружеские (отношения друзей, особая форма дружбы)*, желательны как *доверительные* (30%), *дружеские* (23%), *искренние* (12%). Возможность и желательность совпадают.

Отношения должны быть *обязательными для обеих сторон* в форме *доверия, искренности, эффективности*. *Обязательны* для психотерапевта отношения с позиции *профессионализма*, это условие является лидером. *Обязательны* для пациента отношения как проявления *доверия* к психотерапевту и *искренности*, это лидеры по количеству отданных предпочтений. Наиболее упоминаемыми характеристиками модели отношений в системе «психотерапевт-пациент» являются понятия *профессионализма и доверия*.

Вопрос №1, рисунок 5 (A1) показал, что практически для всех респондентов пациент является страдающим человеком – 9, потом участником взаимоотношений – 5, затем больным человеком – 2, и всего 1 респондент выбрал ответ «партнер по общению».



Рисунок 5 – Для Вас пациент это –...

Первый блок анкеты показал, что большинство респондентов-психотерапевтов считают пациента человеком, испытывающим страдания, так как психотерапия представляет собой оплачиваемые профессиональные отношения, в которые пациент вступает, пытаясь избавиться от душевных страданий (различные синдромы таких страданий представлены в классификации DSM-III-R.), то можно сказать, что подавляющее большинство респондентов видят в пациенте именно человека, которому необходима психотерапевтическая помощь. Заслуживает внимание ответ «участник взаимоотношений», ровно половина респондентов видит в пациенте участника субъективно переживаемых взаимосвязей между психотерапевтом и пациентом. Респонденты-пациенты (93) в своих ответах показали, что они знают свою проблему или думают, что знают. Если предположить, что страдание – это и есть проблема, то возникновение взаимоотношений психотерапевта с пациентом закономерно.

Вопрос №2, рисунок 6 (A1) показал, что семь респондентов выбрали ответ «остальные возможности достижения успеха исчерпаны, осталось только выбрать взаимоотношения с психотерапевтом» – 7, далее идет ответ «уверен в успехе взаимоотношений» – 4, «не уверен в успехе взаимоотношений, но можно попытаться» – 3, «интересно пообщаться» – 2. Ответ-лидер свидетельствует о том, что респонденты считают обращение к психотерапевту последней возможностью изменить ситуацию. Ответ подчеркивающий исчерпанные иные возможности выбрали только 12 респондентов-пациентов, среди них лидирует интерес, что объясняется средним возрастом респондентов.

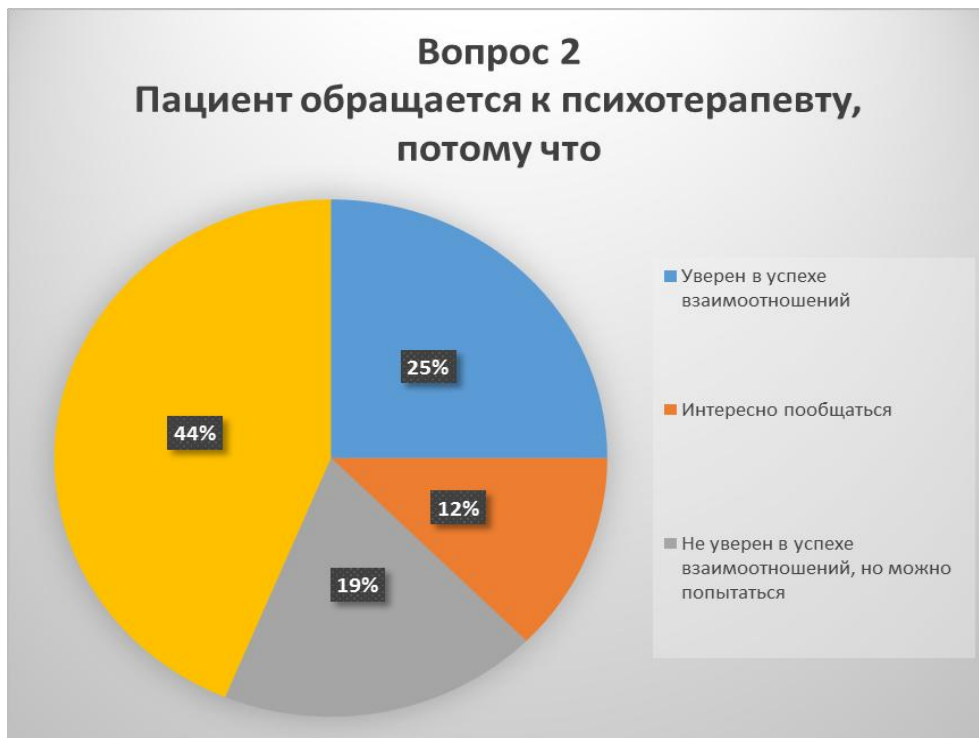


Рисунок 6 – Пациент обращается к психотерапевту, потому что

Вопрос №3, рисунок 7 (A1) предлагает определить мотив, побуждающий пациента обратиться к психотерапевту. Самое большое количество предпочтений получил ответ «посоветовали» – 9, за ним идет «вынудили обстоятельства» – 7, и, затем, примерно равное количество предпочтений получили ответы «предпочитаете действовать» – 3 и по 2 предпочтения ответы «осознаете необходимость взаимоотношений», «знает, что хочет». Необходимо ответить, что ответ-лидер говорит о том, что психотерапевты считают наличие референтной группы объективным обстоятельством, которое формирует мотив пациента, а второй ответ прямо называет объективные обстоятельства, которые вынуждают решаться на взаимоотношения с психотерапевтом. Субъективность причин показана ответами, набравшими значительно меньшее количество предпочтений, это говорит, что самостоятельно выработанное решение реализуется, по мнению, респондентов, значительно реже. Респонденты-пациенты выбрали совет третьих лиц в 16 анкетах, об вынуждающих обстоятельствах заявили 26 респондентов-пациентов и как осознанная сознанием необходимость – 31.



Рисунок 7 – Причины обращения пациента к психотерапевту

Вопрос № 4, рисунок 8 (A1) формулировал цель взаимоотношений психотерапевта с пациентом, по 7 предпочтений набрали ответы «желаемый пациентом результат» и «формулирование проблемы пациента и совместный поиск решения», 1 предпочтение «общение с профессионалом». Ответы говорят о том, что, по мнению психотерапевта, для пациента главным является желаемый результат взаимоотношений. Следовательно, пациент приходит на прием или с представлением о результате взаимоотношений с психотерапевтом, или его интересует формулирование проблемы пациента и совместный поиск решения. Психотерапевты полагают, что пациент менее всего предполагает общение с профессионалом, у него есть четкая цель, которую можно обозначить как «проблема» или «желаемый результат». Совпадение с ответами респондентов-пациента (96) по показателю «формулирование проблемы пациента и совместный поиск её решения» полное.

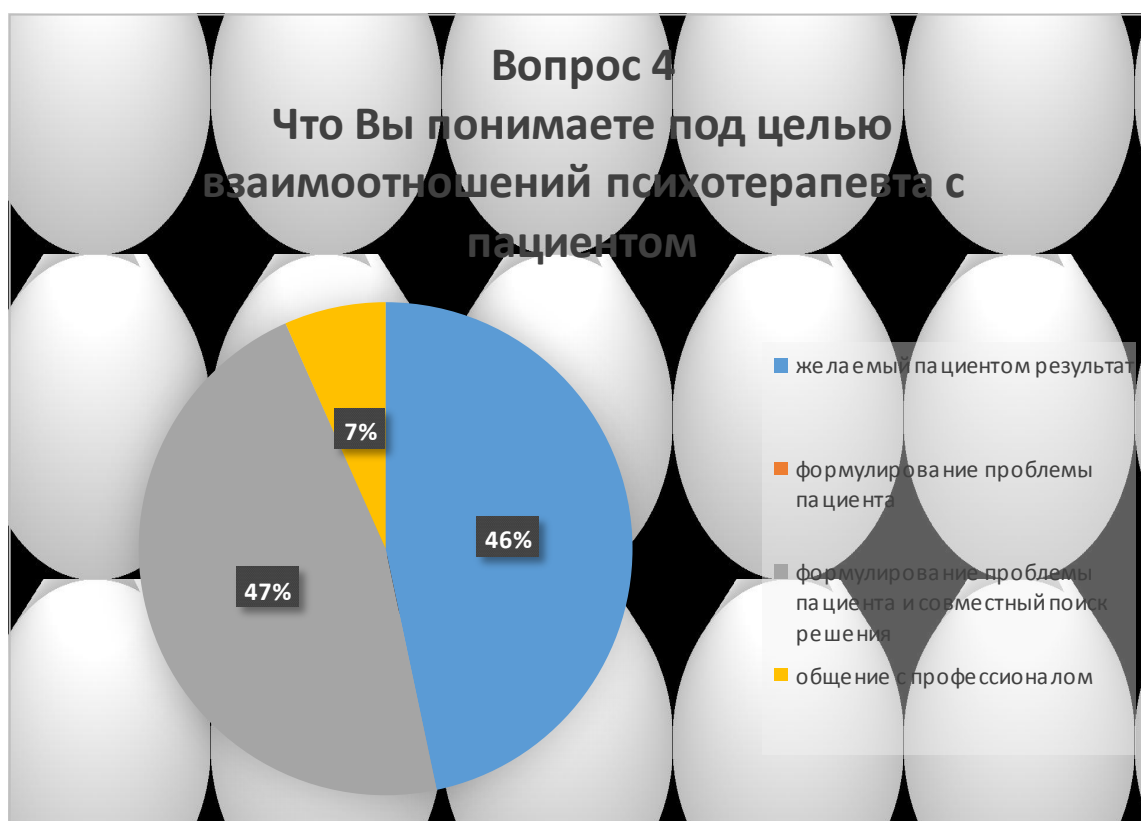


Рисунок 8 – Цель взаимоотношений психотерапевта с пациентом

Таким образом, второй смысловой блок анкеты показал, что мотивами взаимоотношений психотерапевта с пациентом может быть желание изменить ситуацию или существующая у пациента уверенность в успехе взаимоотношений с психотерапевтом. Причина, которая побудила обратиться к психотерапевту довольно неожиданная – «посоветовали», это говорит о наличии объективных обстоятельств, связанных с окружением пациента, авторитетом этого окружения и его опытом в подобных ситуациях. Цель взаимоотношений с психотерапевтом, по мнению респондентов, или формулирование проблемы пациента с обязательным поиском решения, или желаемый пациентом результат. В данном случае необходимо отметить, что пациент хочет дать определение своей проблеме с помощью психотерапевта и найти способ её решения. Другой вариант предпочтение предполагает представление пациента о желаемом результате.

Вопрос № 5, рисунок 9 (а, б, в, г) (A1) состоял из четырех предложений, которые надо было произвольно закончить. «Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом должны быть ...». «доверительные, взаимодовверительные» – 4, и «профессиональные» – 2. Остальные предпочтения «осознаваемы-

ми», «честными», «конструктивными», «гармоничными», «взвешенными», употреблялись лишь один раз. Респонденты-пациенты выбрали параметры доверительные (37), искренние (19), честные (15).

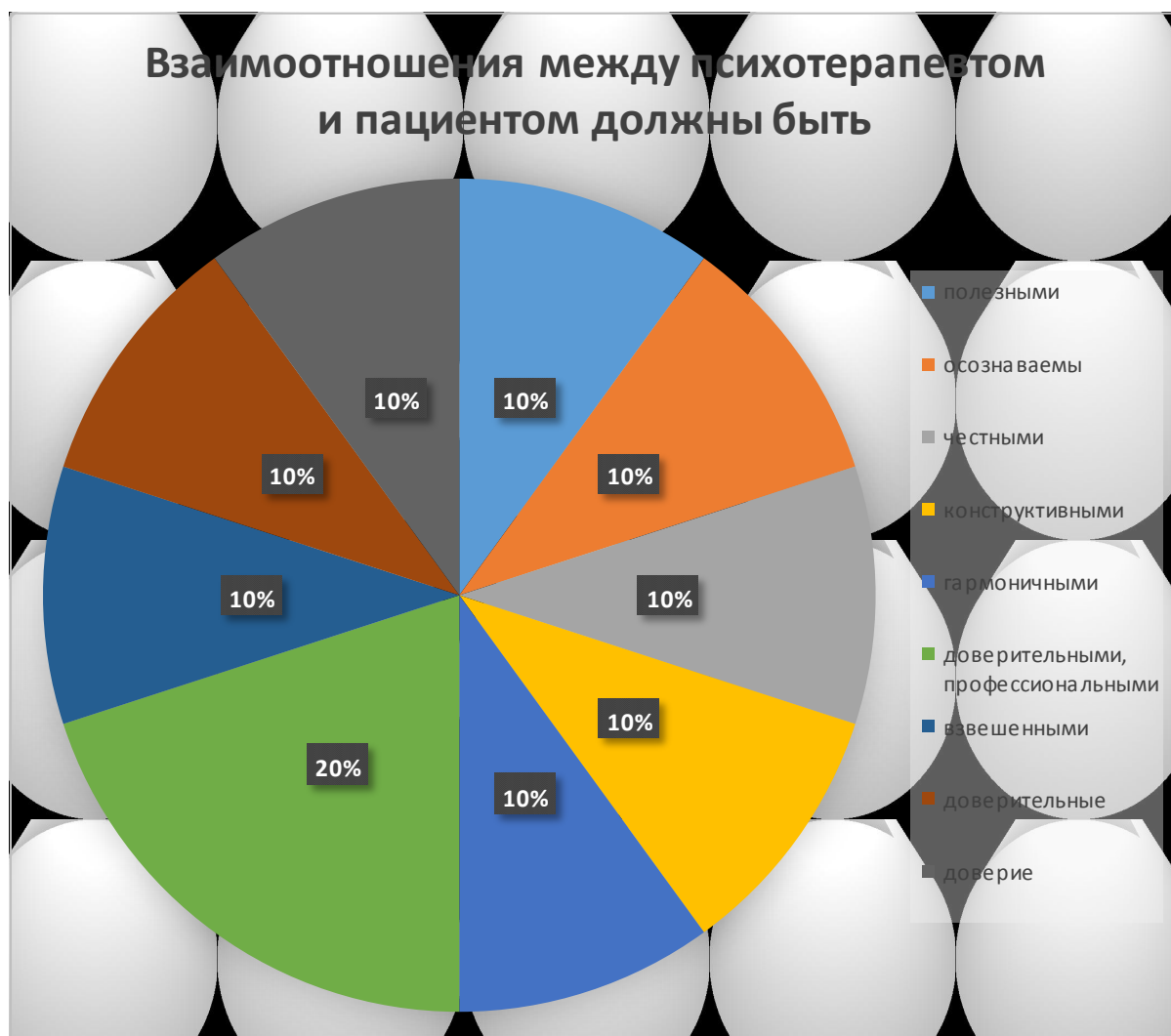


Рисунок 9 а) – Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом

Предложение (рис.9(а)) «Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом не должны быть ...». Представило одного лидера предпочтений, в виде двух синонимов «меркантильными» и «материально обусловленными». Далее предлагались ответы, которые не должныствование каждым респондентов характеризовались по-своему «неинтересными», «родительско-детскими», «приятельскими», «разрушающими личность и способность к самостоятельному решению», «негативными», «бесконечными», «скучными», «хаотичными», «скрытными», «темными». Любопытно, что взаимоотношения не должны быть, по мнению респондентов «меркантильными и негативными», «бесконечными и материально обусловленными». Два респондента считают, что негатив во взаимоотношениях психотерапевта с пациентом связан с «поиском прибыли в неэквивалентном обмене» ((франц. mercantilisme, от итал. mercante — торговец, купец) или с бесконечностью, которая связана с материальной обусловленностью. Респонденты-пациенты в случае «не должны быть» выбрали параметры искренние, личными и открытыми.

Это можно объяснить следующими соображениями. Взаимоотношения амбивалентны, двойственны, противоречивы. Они демонстрируют отношение субъекта к объекту, характеризующееся одновременной направленностью на один и тот же объект противоположных импульсов по знаку, они внутренне противоречивы, так как воплощают единство противоположных тенденций в человеческих отношениях. Их амбивалентность является источником парадоксальности психологии человека, что создает неопределенность в личных отношениях, готовых всегда поменять свой знак. Амбивалентность в аффективной области

предполагает представление об объекте, которое сопровождается приятными и неприятными чувствами одновременно. Амбивалентность в области интеллектуальной деятельности, характеризуется одновременным возникновением и сосуществованием противоположных мыслей. Например, проведенное в рамках исследования анкетирование выявило, что сами взаимоотношения представляются как *доверительные и искренние*, но, они не должны быть *искренние, личными и открытыми*, что доказывает присутствие амбивалентности во взаимоотношениях психотерапевта с пациентом. Амбивалентность в области воли предполагает двойственность движений, действий и поступков. Кроме того, с точки зрения психических состояний взаимоотношения – это состояние, при котором кто-то стремится в двух взаимно исключающих друг друга направлениях или к двум противоположным целям.



Рисунок 9 (б) – Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом

Предложение (рис.9(в)) «Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом возможны как...» представило лидера предпочтений «сотрудничество» – 3, далее следует «диалог» – 2 и по 1 предпочтению «постоянные», «решение задачи», «созидательные», «взаимодополняющие», «взаимообогащающие», «новый опыт для пациента», «единомышленники».

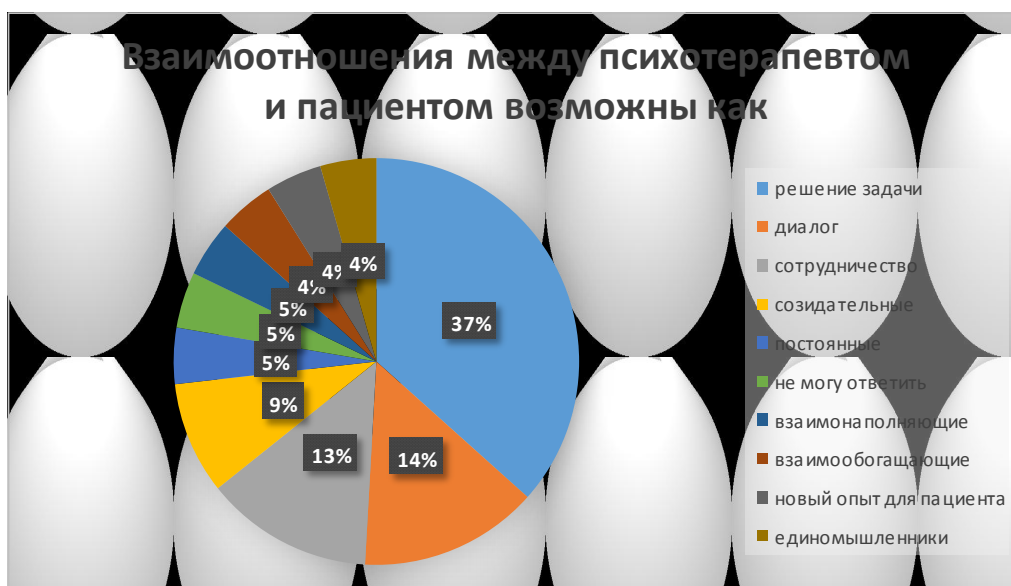


Рисунок 9 (в) – Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом возможны как

Предложение (рис9 (г)) «Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом желательны как ...» выделило «сотрудничество» – 2, «доверительные», «взаимодоверительные», «договор», «психотерапевтический контракт» (смысловое значение этих слов совпадает, поэтому можно сказать, что это тоже лидеры) и далее по 1 предпочтению «позитивные», «полезная среда», «творческие», «постоянные», «партнерские», «приносящие пользу пациенту». Респонденты-пациенты выразили желаемость взаимоотношений параметрами «доверительность», «дружественность», «искренность», «эффективность», «сотрудничество». Совпадение прошло по параметру «доверительность».



Рисунок 9(г) – Взаимоотношения между психотерапевтом и пациентом желательны как

Таким образом, третий блок анкеты показал, что взаимоотношения психотерапевта с пациентом должны быть «доверительные» («взаимодоверительные»), не должны быть «меркантильными» («материально обусловленными»), возможны как «сотрудничество» и «диалог», желательны как «сотрудничество», «договор» («психотерапевтический контракт»), «доверительные» («взаимодоверительные»). Итак, взаимоотношения психотерапевта с пациентом должны быть и желательные как доверительные (взаимодоверительные), возможны и желательные как сотрудничество. (таб. 1)

Таблица 1 – Взаимоотношения психотерапевта с пациентом

Должны быть	«доверительные» («взаимодоверительные»)
Не должны быть	«меркантильными» («материально обусловленными»)
Возможны как	«сотрудничество», «диалог»
Желательны как	«сотрудничество», «договор» («психотерапевтический контракт»), «доверительные» («взаимодоверительные»)

Итак, второй смысловой блок анкеты (А1) показал, что с точки зрения долженствования(обязательности) взаимоотношения должны быть доверительные, с позиций возможности(допустимости) и желательности – сотрудничество на основе диалога и договора при условии доверия.

Можно предположить, что доверие присутствует во всех возможных по прогнозу ситуациях взаимоотношений психотерапевта с пациентом.

Вопрос № 6 рисунок 10 (A1) предлагал определить обязательные условия взаимоотношений психотерапевта с пациентом. Лидер предпочтений «доверие» – 10, затем следуют «искренность» – 8, «понятность», «конструктивность», «сочувствие» и «терпимость» – 6, «последовательность» и «требовательность» – 2. Полученные результаты можно определить, как четкое представление об условиях взаимоотношений психотерапевта с пациентом, центром которого является доверие. Респонденты-пациенты поставили доверие на первое место по количеству предпочтений, затем следует искренность, эффективность и понятность, причем понятность выбрала половина респондентов-пациентов. Таким образом, присутствует совпадение предпочтений показателей психотерапевтов и пациентов.



Рисунок 10 – Обязательные условия взаимоотношений

Вопрос № 7 рисунок 11 (A1) определял условия взаимоотношений, обязательные для психотерапевта. Лидерами предпочтений стали: «профессионализм» -8, «терпимость» и «понятность» – 7, «искренность» и «эффективность» – 6, «сотрудничество» и «сочувствие» – 5. Значительное меньшее количество предпочтений набрали варианты «последовательность» – 3 и «нейтральность» – 1. Психотерапевты определили условия взаимоотношений с пациентом следующим образом – профессионализм, терпимость к пациенту, понятность взаимоотношений, их искренность и эффективность на основе сотрудничества, сочувствия и последовательности. Респонденты-пациенты предпочли профессионализм(105), затем эффективность, понятность и терпимость, все показатели выбрали больше половины респондентов.



Рисунок 11 – Обязательные условия взаимоотношения с психотерапевтом

Вопрос № 8 рисунок 12 (А1) предложил определить условия взаимоотношений обязательные для пациента. Лидер предпочтений: «доверие» – 10, «искренность» и «сотрудничество» – 8, значительно меньше предпочтений «уверенность в достижении цели» – 2, «терпимость» – 1. Требовательность не выбрал ни один респондент. Респонденты-пациенты предпочли доверие (97) и искренность (93).



Рисунок 12 – Обязательные условия взаимоотношений с психотерапевтом для пациента

Четвертый смысловой блок анкеты позволил перечислить три группы условий взаимоотношений психотерапевта с пациентом для них обоих (психотерапевта с пациентом), для психотерапевта и для пациента. Общие обязательные: понятность и искренность. Для обоих и пациента обязательны – доверие. Для обоих и психотерапевта – сочувствие и терпимость. (таб.5)

Таблица 2 – Условия взаимоотношений психотерапевта с пациентом

Совпадения условий взаимоотношений по группам условий	Предпочтения
Для: психотерапевта с пациентом; психоте-	понятность, искренность

рапевта; пациента	
Для: психотерапевта с пациентом; пациента	доверие
Для: психотерапевта с пациентом; психотерапевта	сочувствие, терпимость

Анкета 2 (А 2) предполагалась как возможность описать личностные характеристики психотерапевта: потребности и мотивы, ресурсы, увлечения, симпатии, возможности в творчестве.

Первый смысловой блок анкеты предполагал описание потребностей, мотивов психотерапевтов и наличие ресурсов для их реализации.

Вопрос № 1 (А 2) предложил выбрать из предложенных вариантов то, что является необходимым для психотерапевта. Лидер предпочтений «работать с интересом» – 8, «быть счастливым» – 6 и далее по 5 предпочтений следующая группа – «создавать новое в своей сфере», «видеть красоту окружающего мира (природы и искусства), жить уверенно (без внутренних противоречий), «быть свободным в поступках» и одно предпочтение – «другое» (не указано).

Вопрос № 2 (А 2) предполагал выявить необходимые ресурсы для психотерапевта, обозначенные как условия и как средства. Предпочтения респондентов следующие: половина испытывает нужду в средствах - 5 и половина в условиях – 5.

Первый смысловой блок показал, что психотерапевты предпочитают работать с интересом и быть счастливыми для чего необходимы ресурсы и условия. Половина респондентов удовлетворена условиями, но испытывает нужду в ресурсах. Вторая половина удовлетворена ресурсами, но испытывает нужду в условиях.

Второй смысловой блок анкеты предполагал описание увлечений, симпатий и творческих возможностей респондентов, источники радости для них.

Вопрос № 3 (А2) предполагал определение любимой сферы деятельности респондентов. Лидеры – «психология» и «психотерапия» – 4, по 1 «клиническая психология, «творчество», «спорт», «медицина».

Вопрос № 4 (А2) выявляет творческие возможности респондентов за текущий год (анкета заполнялась в декабре 2014 года). Все респонденты предложили разные направления: публикация статей и выход книг, свидетельства о повышении квалификации или углубление знаний с профессиональной области (репродукция), усовершенствование методик (телесно-ориентированная психотерапия, преподавания учебных предметов для студентов), план новой психологической группы для детей, рабочие тренинг-программы, школа для родителей, игротка для детей, почта доверия для подростков, новые пациенты, освоение гончарного мастерства, дачное строительство своими руками, покупка средства передвижения для большой семьи как возможность путешествий.

Вопрос № 5 (А2) определял источники радости для респондентов. Лидеры – «приобретением умения» и «успеху друзей» – 7, далее «новым знаниям» – 6, «преодолению проблемы» – 4, другое – 3.

Вопрос № 6 (А2) определял сферу равнодушия респондентов. Лидер «кредиты» – 5, «развлечения» – 4, «накопление материальных средств» – 2, другое – 2, «потеря друзей» и «отсутствие видимой перспективы» – 1.

Второй смысловой блок анкеты показал, что у респондентов есть любимые сферы деятельности, почти половина предпочитает психологию и психотерапию. Респонденты создают новое в своей профессиональной сфере, хотят и могут сделать что-то своими руками (сарайчик на даче, керамика, игротка). Источники радости в двух сферах – умения, знания, друзья, преодоление проблемы. Половина респондентов равнодушна к кредитам и развлечениям.

Анкета 3 (А3) предлагала описать пациента с точки зрения психотерапевта. Характеристика предполагаемого пациента по лидирующим предпочтениям: «сложный», «красивый», «славный», «искренний», «непонятный» – 5. Далее, «располагающий», «актуальный», «целеустремленный» – 4. За ними следуют такие характеристики: «приличный», «разнообразный», «современный», «аккуратный» – 3. По 2 предпочтения набрали – «солидный», «тактичный» и «знающий». Группа характеристик, которая набрала по 1 предпочтению – «нерасполагающий», «полезный», «скучный», «серый», «классный», «навязчивый». Группа интересна тем, что здесь явно негативные характеристики и, одновременно, положительные. Не выбрали вообще – «надежный», «точный», «убедительный», «четкий». Предпочтения формируют образ пациента

для половины психотерапевтов следующим образом: пациент красивый, славный, искренний, сложный и непонятный человек, очень возможно, что он располагает к себе, актуальный и целеустремленный.

Проведенное эмпирическое исследование позволило применить полученные данные в продолжении исследований взаимоотношений психотерапевта с пациентом с целью выявления условий и факторов оптимизации этих взаимоотношений. Так как важнейшей движущей силой различных направлений психотерапии является система отношений «психотерапевт—пациент», то общие факторы психотерапии связаны со стилем и стратегией поведения психотерапевта. Вне конкретных форм психотерапии, но с учетом ее основополагающих факторов можно выделить некоторые обобщенные модели интегративного типа: гуманистическая, инструментально-интеракционная и инструментально-техническая.

Если рассматривать фактор как причину вообще, действующую силу, вызывающую то или другое последствие или как существенное обстоятельство, делающее или производящее что-либо, то возможно классифицировать факторы как общие и специальные, внутриличностные и внешние, значительные, определяющие, решающие и т.д. В гуманистической модели психотерапевтического процесса решающим фактором действенности психотерапии может быть признана эмпатическая коммуникация психотерапевта с пациентом, где основным лечебным средством является эмпатическая реакция психотерапевта в соответствующий момент переработки материала. Существенную роль при этом играет создание условий для развития процесса позитивных изменений личности пациента. Наиболее типичным выражением таких условий является триада К. Роджерса (безусловное принятие пациента, эмпатия, конгруэнтность переживаний и поведения психотерапевта).

Понятие эмпатии, характерное для психотерапии гуманистической ориентации и феноменологической модели психотерапии получило признание и в психоаналитической психотерапии, где длительное время сохранялось представление о необходимости позиции эмоционального нейтралитета, личной анонимности аналитика, и в поведенческой психотерапии, принявшей факт важности эмоциональной взаимосвязи психотерапевта и пациента. Вопрос № 2 анкеты для пациента был нацелен на ценность как характеристику предмета, обозначающую признание его значимости. Психология подразумевает под ценностью то, что индивидуум предпочитает в окружающем его социуме. *Ценность* как понятие тесно связано с понятием *мотивация*. Результаты анкетирования показали, что одинаковое количество респондентов выбрало два ответа, и они же набрали подавляющее количество предпочтений по поводу представления о психотерапевте – *профессионал* и *советчик* (по 70 предпочтений). Третьим по количеству его избравших стал ответ *инструктор* (10 предпочтений), за ними с небольшим отставанием идут ответы *тренер* (7) и *партнер* (6), замыкает ряд *арбитр*. Если сравнить наибольшие предпочтения и наименьшие, можно отметить, что респонденты предпочитают не беспристрастные и объективные взаимоотношения, которые обеспечивает арбитр, а профессиональные и личностные, подразумевающие эмпатию. Анкета для психотерапевта (А1) выявила три группы условий взаимоотношений психотерапевта с пациентом для обоих (психотерапевта с пациентом), для психотерапевта и для пациента. Общие обязательные условия – это понятность и искренность, для обоих и психотерапевта – сочувствие и терпимость. Перечисленные параметры показывают присутствие фактора эмпатии.

В инструментально-интеракционной модели психотерапии интегративного типа предпочтение также отдается не отдельным приемам, а взаимоотношениям «психотерапевт—пациент» как лечебному инструменту. Однако психотерапевт занимает более активную позицию, берет на себя определенную долю ответственности и инициативы. Психотерапевтический процесс строится более структурированно, чем в предыдущей модели психотерапии, повышается значение принципов контрактного взаимодействия психотерапевта с пациентом. Контракт предусматривает взаимное доверие (как условие), в противном случае заключение контракта вряд ли возможно, и пациенты-респонденты на вопрос о характеристике взаимоотношений для обеих сторон ответили, что главным является *доверие* – 97, сами пациенты считают, что с их стороны во взаимоотношениях с психотерапевтом главным является вышеназванное *доверие* – 97, на вопрос об характеристике взаимоотношений с точки зрения представлений пациента о психотерапевте во взаимоотношениях с ними ответили, что это его *профессионализм* -105. Анкета (А1) для психотерапевта показала, что, по мнению респондентов, с позиции должностования взаимоотношения с пациентом должны быть доверительные, с позиций возможности и желательности – сотрудничество на основе диалога и договора при условии доверия. Следовательно, фактор договора (контракта) будет действенным при условии доверия сторон взаимоотношений. Можно сделать вывод, что решающим фактором инструментально-интерактивной модели является договор.

Инструментально-техническая модель психотерапии интегративного типа, по сравнению с предыдущей, характеризуется дальнейшим возрастанием активности психотерапевта во взаимоотношениях с пациентом и сложным по структуре и динамике процессом психотерапии. В этой модели существенное значение придается применению разнообразных технических приемов и методов психотерапии. Важной особенностью инструментально-технологической модели психотерапии является постановка реалистических и поэтапных лечебных целей, выбор соответствующих им психотерапевтических методов. В ответах на вопрос № 5 предполагалось получить информацию о том, что пациенты-респонденты понимают под целью взаимоотношений с психотерапевтом. 96 респондентов видят цель *в формулировании проблемы пациента и совместном поиске её решения*. Остальные ответы предпочли значительно меньшее количество респондентов. Любопытно, что *общение с профессионалом как цель* взаимоотношений с психотерапевтом выбрали только пять (5) респондентов, остальные предпочли выбрать целью только *формулирование проблемы пациента* (7) и *цель взаимоотношений как желаемый пациентом результат* – 14 респондентов. Таким образом, во взаимоотношениях психотерапевта с пациентом 70% респондентов готовы к постановке цели и совместном поиске её решения, следовательно, особенность инструментально-технической модели, которая ориентируется на постановку поэтапных лечебных целей ими воспринимается позитивно.

Анкета для психотерапевта (А1) показала, что психотерапевты видят цель взаимоотношений с психотерапевтом для пациента:

1. Формулирование проблемы пациента с обязательным поиском решения.
2. Желаемый пациентом результат.

В этом вопросе совпали представления респондентов-пациентов и респондентов-психотерапевтов. Совпадение настолько точное, что можно сделать вывод о том, что психотерапевты и пациенты не только одинаково представляют себе цель взаимоотношений, но и выстраивают одинаковую иерархию возможных целей взаимоотношений психотерапевта с пациентом. Фактор результата при осуществлении взаимоотношений психотерапевта с пациентом связан с условием присутствия цели как выражения проблемы. (таб. 6)

Таблица 3 – Факторы и условия взаимоотношений психотерапевта с пациентом

направление деятельности (модель психотерапии)	факторы	условия
феноменологическая	эмпатия	искренность
инструментально-интеракционная	договор (контракт)	доверие
инструментально-техническая	результат	цель

Пациент представляет личность психотерапевта как профессионала и советчика. При сравнении с наименьшим предпочтением (арбитр) респонденты предпочитают профессионала и советчика, что требует определенных личностных качеств от психотерапевта. Встречу с психотерапевтом респонденты-пациенты (51) считают интересной. Интерес – это признак личности, следовательно, личность пациента как фактор взаимоотношений презентуется в половине анкет респондентов-пациентов.

Психотерапевты-респонденты в вопросе о том, что является необходимым для психотерапевта выбрали (8) работу с интересом, следовательно, половина респондентов-пациентов реализует ожидания при осуществлении взаимоотношений с психотерапевтом.

Психотерапевты описали пациента в половине предпочтений как сложного, красивого, славного, искреннего и непонятого, возможно, что он располагает к себе, актуальный и целеустремленный. Такая характеристика свидетельствует о наличии интереса к пациенту, следовательно, осуществлению профессиональной деятельности, которая должна принести эмоциональное удовлетворение. В этом описании присутствует эмпатия.

Психотерапевтическое влияние многомерно и многогранно. Ведущие направления психотерапии имеют целью личностные изменения, т. е. изменение отношений, чувств и поведения пациента. Изменение — результат различных вмешательств, и нередко его трудно связать с конкретным видом психотерапевтического воздействия, но главным элементом грядущих позитивных изменений личности пациента, избавление его от страданий являются взаимоотношения психотерапевта с пациентом, потому что именно благодаря им осуществляется психотерапевтическое влияние. Без присутствия взаимоотношений как взаимно

влиятельных воздействий психотерапевта с пациентом и переживания встречных отношений психотерапевтического влияния осуществление психотерапевтического влияния проблематично. Кроме того, взаимоотношения наполнены эмотивным содержанием психологической деятельности, которое включает эмоциональный отклик, оценки, переживания, состояния, мотивы, чувства и отношения партнеров, являются проявлением гуманизма и деятельного внимания к человеку.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что расширены концептуально-психологические аспекты представления о взаимоотношениях психотерапевта с пациентом как социально-психологическом феномене. Практическая значимость исследования состоит в том, что разработанные и апробированные теоретические и практические основы в виде модели взаимоотношений психотерапевта с пациентом могут использоваться практикующими психотерапевтами, а также в консультационной и коррекционной работе психологов и при осуществлении образовательного процесса в высшей школе. Полученные в исследовании результаты могут применяться в учебном процессе в вузах психологического профиля при проведении занятий по учебным дисциплинам «Социальная психология», «Общая-психология», «Основы психотерапии», «Психодиагностика».

Таким образом, основные результаты исследования состоят в том, что на основе анализа различных источников информации по проблеме оптимизации взаимоотношений психотерапевта с пациентом уточнены сущность и содержание взаимоотношений психотерапевта с пациентом. Определена специфика взаимоотношений психотерапевта с пациентом на основе которых реализуется общение и взаимодействие психотерапевта с пациентом, а также происходит их воспроизведение с учетом личностных особенностей пациента и профессионализма психотерапевта. Удалось выявить и описать систему условий и факторов эффективных взаимоотношений психотерапевта с пациентом и соотнести их с выделенными показателями.

В целом использованные психологические компоненты взаимоотношения позволил определить направление оптимизации взаимоотношений психотерапевта с пациентом и содержательно раскрыть ее признаки.

Литература

- Исаева И.Э. Модель представления пациента о продуктивных отношениях в психологической системе «психотерапевт-пациент» // Актуальные вопросы в научной работе и образовательной деятельности Часть 5 // Тамбов. 2014 .54 с.
- Казаков Ю.Н., Исаева И.Э. Акмеологические аспекты взаимодействий психотерапевта и пациента. //Акмеология. №4. 2015. с.176-185.
- Кулганов В.А., Белов В.Г., Парфенов Ю.А. Основы клинической психологии. Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения // СПб.: Питер. 2013. 99 с.
- Лазурский А.Ф. Классификация личностей. Психология индивидуальных различий / Под ред. Ю.Б.Гипенрейтер, В.Я.Романова. 3-е изд. Перераб. И доп // М.: АСТ : Астрель. 2008. 631 с.
- Меркантилизм. Большая советская энциклопедия. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/108377/%D0%9C%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%BC> 17.01.2015 18:22
- Оксфордский толковый словарь по психологии. [Электронный ресурс] URL: <http://www.persev.ru/ambivalentnost>
- Психологический словарь А.В.Петровского, М.Г. Ярошевского. [Электронный ресурс] URL:<http://www.persev.ru/ambivalentnost>. (дата обращения: 25.10.2014).
- Психология индивидуальных различий / Под ред. Ю.Б.Гипенрейтер, В.Я.Романова. 3-е изд. Перераб. И доп // М.: АСТ : Астрель. 2008. 314 с.
- Рубинштейн С.П. Основы общей психологии.с.176-178, http://ezolib.ru/Rubinshtain-osnovy-obshej-psihologii/page_36.html.31.03.2014 13:32
- Фромм Э. Характер. Психология индивидуальных различий / Под ред. Ю.Б. Гипенрейтер, В.Я. Романова. 3-е изд. Перераб. И доп. // М.: АСТ : Астрель. 2008. 674 с.
- Тетерин В.Н. Ценности и смыслы Виктора Франка. Вопросы философии. №4. 2013. с. 71.
- Adler A. Menschenkenntnis. Leipzig, 1929. Адлер, Альфред. Энциклопедия Кругосвет. Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия. http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/psihologiya_i_pedagogika/ADLER_ALFRED.html 06.04.2014 10:07
- Rogers K., Kinget M. Psychotherapie et relations humaines. Louvaim, 1965. Энциклопедия Кругосвет. Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия.

http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/psihologiya_i_pedagogika/RODZHERS_KARL.html
06.04.2014 10:27

14. Allport G.W. Attitude in readings in attitude theory and measurement // N.-Y. 1967.
<http://books.google.ru/books>. 4/5/2014 6:57 PM

УДК 372.881.111.1

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ
В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ**

Е.А. Акбилек, кандидат филологических наук, доцент,
заведующий кафедрой иностранных языков,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Академия социального управления», г. Мытищи, Россия.

Л.М. Казначеева, доцент, доцент кафедры иностранных языков, Государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Академия социального управления», г. Мытищи, Россия.

Ю.М. Зинина, кандидат филологических наук,
доцент кафедры иностранных языков,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Академия социального управления», г. Мытищи, Россия.

В статье рассматриваются способы повышения творческой активности студентов, применяемые в работе преподавателями кафедры иностранных языков Академии социального управления. Авторы статьи останавливаются на таких приемах как: личностно-ориентированное общение, коллективное взаимодействие и обучение в сотрудничестве, постановка различных целей для преподавателя и ученика в совместной деятельности, ролевая организация процесса обучения и подбор учебного материала.

Творческая активность студентов; Академия социального управления; обучение иностранному языку.

**WAYS OF INCREASING STUDENTS' CREATIVE ACTIVITY
IN THE PROCESS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGE
IN THE NON-LINGUISTIC UNIVERSITY**

E.A. Akbilek, Candidate of Philology, Head of Foreign Languages Chair,
State Budget Educational Institution of Higher Education
of the Moscow Region "Academy of Public Administration",
Mytishchi, Russia.

L.M. Kaznacheeva, Associate Professor of Foreign Languages Chair,
State Budget Educational Institution of Higher Education
of the Moscow Region "Academy of Public Administration",
Mytishchi, Russia.

Yu.M. Zinina, Candidate of Philology, Associate Professor of Foreign Languages Chair,
State Budget Educational Institution of Higher Education
of the Moscow Region "Academy of Public Administration",
Mytishchi, Russia.

The article considers ways, applied by the teachers of the Department of Foreign Languages of the Academy of Public Administration, to increase students' creative activity. The authors of the article focus on such methods as personality-oriented communication, teamwork and learning in cooperation, setting different goals for teachers and students in joint activities, role-playing organization of the learning process and the selection of educational material.

Students' creative activity; Academy of Public Administration; foreign language teaching.

В современной языковой политике, в том числе в области иностранных языков, утвердился личностно-ориентированный подход к обучению. Одними из основных положений данного подхода являются направленность на развитие личности учащегося как активного субъекта учебной деятельности и всесторонняя подготовка его к непрерывному процессу саморазвития и самосовершенствования в течение всей жизни.

Для преподавателей важным представляется концепт самостоятельности учащегося относительно учебной деятельности по овладению иностранным языком. Пути реализации концепта могут быть различными. Прежде всего необходимо четкое обоснование критериев самостоятельности и основных ее характеристик в рамках программ по иностранным языкам применительно к различным уровням владения изучаемым материалом. Целенаправленная работа по формированию учебной компетенции и способности учащегося к самостоятельному, гибкому и творческому осуществлению учебной деятельности по овладению иностранным языком предполагает, с нашей точки зрения, разработку специальных учебных материалов и различных форм и видов организации учебного процесса, включая самостоятельную работу студентов. Соответствующие материалы и формы организации учебной деятельности учащегося могли бы составить систему – психолого-педагогическую модель – в рамках которой в процессе обучения иностранному языку обеспечивается устойчивая привычка к самостоятельной работе, достаточный уровень учебной компетенции, способность к конструктивной и творческой учебной деятельности.

Реализация концепта самостоятельности по овладению иностранным языком позволит поддерживать и развивать систему непрерывного языкового образования, обеспечит возможность поддерживать и совершенствовать свой языковой уровень в различных учебных ситуациях в условиях варьируемого учебного контекста, разнообразия образовательных систем, изменяющихся социальных потребностей в области иностранных языков. Помощником в этом может служить дистанционное обучение – важное составляющее современной образовательной среды.

Дистанционные проекты способствуют развитию творчества, инициативности, помогают осознать и сравнить свои собственные умения со способностями других обучающихся. Неотъемлемой частью дистанционного обучения в Академии социального управления (АСОУ) является платформа Moodle, как эффективная форма телекоммуникации. В условиях ограниченного аудиторного времени, отводимого на обучение иностранному языку, дистанционное обучение дополняет, а в некоторых случаях и замещает традиционную форму обучения, давая равные возможности всем участникам образовательного процесса получить знания независимо от места проживания и состояния здоровья. Обучаемые получают возможность заниматься в удобное для себя время, в любом месте и темпе. Таким образом повышается творческий и интеллектуальный потенциал за счет самоорганизации, стремления к знаниям и самостоятельному принятию решений [1; 2].

Современная концепция обучения иностранному языку, как известно, развивается в гуманистическом направлении, которое связано с новыми подходами к определению содержания, стратегий, средств реального процесса обучения.

Развитие психолингвистики, социальной психологии, теории деятельности вызвали необходимость разработки деятельностно-личностно-коммуникативного метода, при котором в центре внимания находится формирование коммуникативной компетенции, уделяется большое внимание учету личностных особенностей обучаемых, коммуникативной мотивированности учебного процесса. Наиболее полно особенности этого метода нашли свое выражение в так называемых интенсивных методиках обучения иностранному языку, элементы которых мы, преподаватели АСОУ, используем в своей работе. Преобладание коммуникативного направления в обучении иностранным языкам в современной методике дополняется развитием когнитивной психологии, которая возвращает педагогическому процессу ведущую роль его познавательной функции. Коммуникативная компетенция выступает в качестве приоритетной цели.

Иностранный язык – это средство, с помощью которого можно приобретать и проявлять свой общекультурный уровень, свою способность мыслить, творить, оценивать чужую мысль. Поэтому из всех способов овладения иностранным языком предпочтение отдается тем, которые обладают развивающим потенциалом – будят мысль, совершенствуют культуру общения и социального поведения в целом. Это значит, что сообщение готовых знаний, зазубривание, воспроизведение чужих мыслей не могут быть сегодня ведущими формами обучения. Сознательность в обучении общению на иностранном языке – это

умение преподавателя ориентироваться в особенностях аудитории, соотносить с ней задачи, форму и средства своего сообщения, умение прогнозировать его воздействие, возможные реакции собеседника.

Обучение языку как средству коммуникации и приобщения к иноязычной культуре требует от преподавателя такого отбора и построения учебного материала, создания такой атмосферы на занятиях, которые позволяют наиболее продуктивно активизировать творческий потенциал личности учащегося и добиваться наилучших результатов в обучении иностранному языку. Изучение иностранного языка предполагает не только получение знаний о языке как средстве общения, формирование навыков и умений учащегося в речевой деятельности, но и развитие его личности.

Процесс обучения можно рассматривать как процесс межличностного взаимодействия, где эмоции играют немалую роль. Учащиеся, которым свойственна большая эмоциональность, успешнее овладевают иностранным языком, так как эмоциональные качества человека входят в структуру иноязычных способностей. Повышение «эмоциональности» процесса обучения становится возможным благодаря созданию творческой атмосферы на уроке.

Метод повышения творческой активности студентов, успешно используемый в обучении иностранным языкам в АСОУ, включает следующие составляющие:

- принцип *лично-ориентированного общения*. Осуществление его заключается прежде всего в партнерском отношении преподавателя к студентам и студентов друг к другу. Главное – умение слушать и проникать в смысл высказывания, выражать свое отношение к содержанию высказывания. Интерес к другим людям постепенно формирует осознание того, что Ваши собственные мысли, мнения и их проявления интересны всем остальным. Такое общение, когда смысл важнее формы, является полноценным общением, к которому следует стремиться. Прямое негативное оценивание здесь недопустимо, но косвенная оценка необходима и способствует адекватной самооценке и личностному развитию учеников. Преподаватель и студенты могут задать уточняющие вопросы, вступить в диалог, используя юмор и опираясь на самоиронию учащихся. Коммуникативное задание должно восприниматься студентами как лично значимая задача;

- принцип *коллективного взаимодействия и обучение в сотрудничестве*. Для создания атмосферы общения и сотрудничества, без которой нельзя говорить об обучении говорению, преподаватель может начать занятие с непринужденной беседы, умело вовлекая в нее студентов и отдавая предпочтение моделям общения «группа-студент», «студент-группа», «студент-студент», «группа-группа». Обучение в сотрудничестве, как разновидность лично-ориентированного подхода к преподаванию иностранного языка, позволяет значительно увеличить время речевой практики каждого студента на занятии. Преподавателю отводится роль организатора самостоятельной учебно-познавательной, коммуникативно-творческой деятельности обучаемых. У него появляется больше возможностей дифференцировать процесс обучения. Обучаемым важно уметь самостоятельно добывать информацию, делать выводы, аргументировать их.

Преподаватель, управляя на уроке групповым взаимодействием, должен делать все возможное, чтобы направлять учащихся на взаимное сотрудничество, помогая им понять, что не конкуренция и соперничество, а взаимная и дружеская заинтересованность способствует росту уровня личной активности и творческой инициативы, максимальной реализации языковых возможностей каждого. Студенты не только помогают друг другу, но и учатся общаться, что ведет к развитию их личностных качеств.

Преподаватель своим поведением воспитывает гуманистическое отношение к человеку, терпимость, понимание ценности каждого, умение видеть хорошее в людях и событиях. Для преподавателя обязательно умение доброжелательно и заинтересованно слушать, грамотно оценивать действия учащихся, стимулируя их творческую активность.

В процессе обучения иностранному языку следует разрабатывать упражнения, адекватные реальным жизненным ситуациям. При этом, в зависимости от видов упражнений, могут использоваться разные формы группового взаимодействия. Задания должны носить ярко выраженный творческий характер, вызывая у учащихся желание общаться, сотрудничать, создавать собственные варианты высказываний, сообщений и т.д.;

- принцип *полифункциональности* подразумевает двуплановость процесса обучения, т.е. постановку различных целей для преподавателя и ученика в совместной деятельности. И если преподаватель для тренировки, например, системы глагольных времен иностранного языка формулирует задание таким образом, чтобы учащиеся в процессе общения выполняли коммуникативные и смысловые задания (составить режим дня, планы на каникулы и т.д.), то учащиеся, решая коммуникативно-смысловые

задачи, одновременно тренируют использование тех или иных языковых явлений в данной ситуации: при этом учащиеся обучаются языковым обобщениям и выявлению правил и закономерностей функционирования языка. Это способствует активной мыслительной деятельности студентов;

- принцип *ролевой организации процесса обучения и подбор учебного материала*. Если в начале обучения преподаватель является лидером, организующим процесс общения, то в дальнейшем он все в большей степени становится лишь партнером по общению, реагирующим на любое проявление творческой активности учащихся, поддерживая ее и создавая условия для ее проявления.

Рассмотренные пути активизации творческих возможностей учащихся нуждаются в осмыслении каждым преподавателем. Подход к обучению иностранному языку не должен быть догматичным, с одной стороны, и формальной данью моде – с другой. Проблема оптимизации процесса обучения иностранным языкам – это непрерывный поиск, поиск такой гибкой методики, которая в сочетании с разными моделями обучения учитывает специфику учебного заведения и реальности современной жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Казначеева Л.М., Зинина Ю.М. Использование системы дистанционного обучения виртуальной образовательной платформы Moodle в неязыковом вузе // Конференциум АСОУ: сборник научных трудов и материалов научно-практических конференций. Вып. 2 // М.: АСОУ. 2017. С.191-194.

2. Нилова С.В. Размышление о дистанционном творчестве преподавателя [Электронный ресурс]. URL: <http://www.distance-learning.ru/db/el/57B8BBEAE6E2E4EAC3256D2F004E4E72/doc.html> (дата обращения: 29.08.2018).

УДК 371.72

Анализ физической подготовленности студентов Технологического университета

Т.Н. Архипова, к.т.н., доцент кафедры дизайна,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

Статья посвящена исследованию результатов тестирования в зависимости от посещаемости занятий по физической культуре. В статье отмечается проблема психологической напряженности современного человека и важности здорового образа жизни молодежи. Показана значимость дисциплин «Физическая культура» и «Элективные курсы по физической культуре и спорту». Затронут вопрос взаимосвязи пропусков занятий с результатами физического уровня студентов. Представлены отдельные результаты тестирования студентов разных групп 1-3 курса Технологического университета. Даны выводы по результатам тестирования.

Молодежь, здоровый образ жизни, физическая культура.

Analysis of the physical fitness of students Technological University

T. N. Arkhipova, *Cand.Tech.Sci.*, assistant professor of Design Chair,
State Educational Institution of
Higher Education Moscow Region
«University of Technology» (“UNITECH”), Korolev, Russia

The article is devoted to the study of the results of testing, depending on the attendance of classes in physical culture. The article mentions the problem of psychological tension of a modern person and the importance of a healthy lifestyle for young people. The importance of the disciplines "Physical Education" and "Elective courses in physical culture and sport." The question of the relationship of absenteeism with the results of the physical level of students. Presents some test results of students of different groups of 1-3 courses of the Technological University. The conclusions of the test results.

Youth, a healthy lifestyle, physical culture.

Современные условия проживания человека связаны с большими психологическими перегрузками, что требует хорошей физической подготовленности от каждого из нас. В последнее время все больше внимания уделяется здоровому образу жизни, это не просто модно, но и необходимо при такой загруженности организма деятельностью, включающей использование компьютерной техники. Особенно это важно для молодого поколения, за которым будущее. Вопросам здоровья и развития молодежи посвящены работы многих авторов [1-8].

Современный образовательный процесс невозможен без компьютеризации, использования информационных технологий. Молодой, недостаточно окрепший организм получает значительные перегрузки с точки зрения психического и статического воздействия на него. Если при этом еще организм недостаточно физически укреплен, то проблемы со здоровьем непременно появятся в скором времени.

Наличие в учебном плане таких дисциплин как «Физическая культура» и «Элективные курсы по физической культуре и спорту» позволяют обеспечить гармоничное развитие личности студента, мотиви-

руют к здоровому образу жизни и укреплению организма, повышая тем самым стойкость его к стрессовым ситуациям, не только связанным с учебой, но и в целом к жизненным.

Однако, многие студенты, не понимая значимости данных дисциплин, относятся легкомысленно к посещаемости данных занятий (рис.1). Это связано, в первую очередь, с особенностями личного отношения студентов к дисциплине, что хорошо видно из электронных журналов по посещаемости занятий студентами. Большой процент пропусков занятий не имеют уважительной причины, много пропусков по болезни, при этом имеются справки.

Для выработки стратегии улучшения физической подготовленности студентов МГОТУ было проведено тестирование среди студентов 1-3 курсов, группы: ДОС-18, ДОФ-18, ДОГ-18, ДОС-17, ДОФ-17, ГО-17, ДОС-16, ДОФ-16, ЭБО-16, МО-16.

Пропуски занятий по физической культуре напрямую повлияли на результаты тестирования. В ходе выполнения обязательных тестов выявлено, что студенты, имеющие большой процент пропусков занятий получили низкие баллы по тестовым упражнениям.

Занятия по физической культуре построены таким образом, чтобы развивать гармонично мышцы тела, и студенты, которые регулярно посещали их, легко справились с тестовыми заданиями, при этом многие выполнили упражнения на отлично (рис.2). В группе МО-16 Егорова Анастасия, Панюшкина Полина и Терещенко Александра смогли выполнить упражнение «Поднимание туловища в сед» на «отлично», сделав при этом упражнение по 60 раз (рис. 1).

Показать: [Лекции](#) [Практические занятия](#) [Аттестации](#) **Всё**

Группа: ГО-17; Дисциплина: Элективные курсы по физической культуре и спорту; Семестр: 3 (символ @ удаляет оценку)

Список группы	04.09	05.09	11.09	12.09	18.09	19.09	25.09	26.09	02.10	03.10	09.10	10.10	16.10	17.10
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1. Ведлева Ксения Викторовна лс						н	2		н	н		н	1	
2. Гаппоева Валерия Александровна лс	н	н				н	н		1			н	0	
3. Кошевой Вадим Андреевич лс	н		н		н		1		н				0	
4. Круду Валерия Андреевна лс	н			н		н	0	н	5	н			н	
5. Лесниковский Дмитрий Сергеевич лс				н	н	н	2	н	0	н		н	2	
6. Мунтян Денис Русланович лс			н				н		н	н			н	
7. Павленко Никита Михайлович лс					н	н	0		0				4	
8. Рамазанов Филипп Александрович лс				н	н		0		н	н	н		0	
9. Решнова Екатерина Александровна лс				н		н	н		1		н	н	н	
10. Савченкова Анна Алексеевна лс			н		н	н	н	н	н	н	н	н	н	
11. Стороженко Нелля Вячеславовна лс						н	2		5	н		н	0	
12. Фомичев Эдгар Игоревич лс	н	н	н	н	н	н	н	н	н	н	н	н	н	

Показать: Лекции Практические занятия Аттестации Все

Группа: МО-16. Дисциплина: Элективные курсы по физической культуре и спорту. Семестр: 5 (символ @ удаляет оценку)

Список группы	16.10	04.09	06.09	11.09	13.09	18.09	25.09	27.09	02.10	11.10	16.10	25.09	02.10	16.10	17.10	Сум.	Пос.	Ауд.	Атт.	Итог
1. Алескерова Динара Эльдаровна лс				н			0	3			4	0	3			10	90	35	15	42
2. Дадаев Руслан Олимович лс		н		н	н	н	0	н	н		н	0	0			0	36	0	0	11
3. Денисова Анастасия Андреевна лс			н		н		0	н			н	0	0			0	63	0	0	19
4. Егорова Анастасия Бронюсовна лс							1	5			4	1	5			16	100	67	30	58
5. Катков Антон Дмитриевич лс		н	н	н		н	0	н	н	н	н	0	0			0	27	0	0	8
6. Панюшкина Полина Андреевна лс							2	5			1	1	5			14	100	53	30	56
7. Романова Наталия Александровна лс					н		0	н		н	1	0	1			2	72	4	5	25
8. Рулева Вера Алексеевна лс					н		1	2			2	1	2			8	90	25	15	40
9. Снегирев Роман Владимирович лс							2	4			3	1	4			14	100	60	25	55
10. Терещенко Александра Валерьевна лс				н		н	0	5	н		н	0	5			10	63	17	25	35
11. Хованских Никита Павлович лс		н	н	н	н	н	0	н		н	н	0	0			0	27	0	0	8
12. Чубуков Данил Вадимович лс		н		н	н	н	0	0	н		0	0	0			0	54	0	0	16
13. Шалинская Дарья Олеговна лс		н		н	н	н	0	н	н		н	0	0			0	36	0	0	11

Copyright © 2018 - All Rights Reserved - les.unitech-mo.ru

Рисунок 1 – Фрагменты электронного журнала посещаемости студентов группы ГО-17 и МО-16 по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту»



Рисунок 2 – Панюшкина Полина (группа МО-16) выполняет упражнение «Поднимание туловища в сед»

Из всех вышеперечисленных групп стопроцентную успеваемость в тестовом упражнении «Сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу» показали студенты группы ЭБО-16.

Общий анализ тестирования по группам ДОС-18, ДОФ-18, ДОГ-18, ДОС-17, ДОФ-17, ГО-17, ДОС-16, ДОФ-16, ЭБО-16, МО-16 представлен на диаграмме (рис.4). В результате данного анализа выявлены сильнейшие группы студентов. Ими оказались ЭБО-16 и ДОФ-18.

Большой интерес вызвало тестирование по выполнению упражнения со скакалкой. Выявлены слабые стороны выполнения данного упражнения. Сложность составило то, что упражнение выполняется за определенный период времени и выполнить безошибочно прыжки в течение минуты оказалось довольно трудно более 70 % студентам. Безукоризненно выполнено упражнение среди девушек только Богдановой Анастасией, группа ДОС-16 (150 раз в минуту) – без единой ошибки.

Однако следует отметить, что уровень качества выполнения данного упражнения достаточно низок. Некоторые студенты не смогли выполнить ни одного сгибания и разгибания рук в упоре лежа четко, без ошибок. Таким образом, следует отметить необходимость дальнейшей работы по совершенствованию качества выполнения данного упражнения.

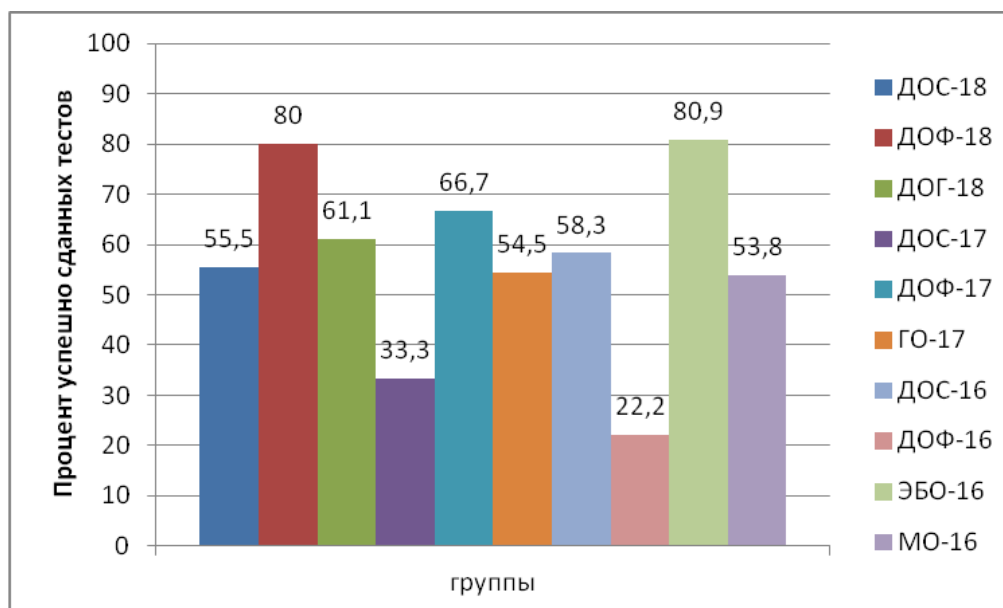


Рисунок 3 – Анализ тестирования по группам ДОС-18, ДОФ-18, ДОГ-18, ДОС-17, ДОФ-17, ГО-17, ДОС-16, ДОФ-16, ЭБО-16, МО-16

Анализ тестирования позволил понять слабые стороны студентов и наметить перспективные задачи для повышения их физического совершенства к концу семестра. Необходимо увеличить объем работы на группы мышц, которые задействованы в упражнениях тестирования.

Аналогичные выводы можно сделать и по другим тестовым упражнениям. Таким образом, мы наблюдаем уровень физической подготовленности студентов ниже среднего. Результаты исследования показали необходимость работы со студентами не только непосредственно по физическому их развитию, но и разъяснение, проведение бесед по важности укрепления здоровья и ведения здорового образа жизни.

Литература

1. Архипова А.А., Архипова Т.Н., Значение физической культуры и двигательной активности для здоровья человека. Проблемы внедрения результатов инновационных разработок: сборник статей Международной научно - практической конференции (7 февраля 2018 г., г.Оренбург) // Уфа: ОМЕГА САЙНС. 2018. 183 с., С. 121-123.
2. История закаливания организма - как средство оздоровления [Электронный ресурс]: независимый проект. - Режим доступа: <http://sujet.su/articles/faristory/istoriya-zakalivaniya-organizma-kak-sredstvo-ozdorovleniya> (дата обращения 12.01.2018).
3. Капранова Е. И., Закаливание детей раннего возраста, Интернет - издание "Русский медицинский журнал". 2000г.
4. Кирилина Т. Ю., Лапшинова К.В., Татарова С.Ю. Цивилизационное развитие России в оценках современной студенческой молодежи // В мире научных открытий. № 7.9 (67). 2015. С. 1073-1079.

5. Кирилина Т.Ю. Мониторинг качества учебного процесса в вузе // В сборнике: Перспективы, организационные формы и эффективность развития сотрудничества ВУЗов стран Таможенного союза и СНГ сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2013. С. 228-238.
6. Панова Е.Л., Татарова С.Ю., Татаров В.Б., Кондраков Г.Б. Формирование имиджа здоровья россиян средствами массовой информации // ТиПФК № 4 2017 с. 10-13.
7. Татарова С.Ю., Татаров В.Б. Актуальные вопросы здорового образа жизни студенческой молодежи // Потенциал современной науки. 2016. № 1 (18). С. 135-137.
8. Физическая культура и закаливание. Влияние физических упражнений на развитие растущего организма [Электронный ресурс]: независимый проект. - Режим доступа: <http://46cge.rospotrebnadzor.ru/info/110369/> (дата обращения 12.01.2018).

