

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Иркутский государственный университет»
Педагогический институт

А.И. Гордин

Информационная социализация

Учебно-методическое пособие

Иркутск 2016

УДК 378.09
ББК 87.153.АЯ73
Г 67

Рекомендовано к печати учебно-методическим советом Педагогического института Иркутского государственного университета

Рецензенты:

Федосова И.В.

канд. пед. наук, зав. кафедрой социальной педагогики и психологии Педагогического института ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

Куриленкова О.А.

заместитель начальника управления - начальник отдела по связям с общественностью Управления Губернатора Иркутской области и Правительства Иркутской области по связям с общественностью и национальным отношениям

Гордин А.И.

Информационная социализация. Учебно-методическое пособие. - Иркутск: Изд-во «Иркут» , 2016. – 336 с.

ISBN 978-5-904740-35-1

В пособие вошли материалы, предназначенные для изучения курса «Информационная культура социального педагога» в соответствии с ФГОС ВО (2015 г.) по направлению подготовки бакалавров 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование». Пособие содержит в себе контрольные вопросы и задания для самопроверки, диагностические и формирующие методики для организации социально-педагогического сопровождения информационной социализации человека.

В пособии активно используются научные труды И.А.Негодаева, С.П.Расторгуева, Г.В.Бороздиной, С.Г. Кара-Мурзы и других авторов, изучающих такие актуальные социально-психологические явления, как «информационная война», «информационная культура», «информационная манипуляция», «деловое общение».

Пособие может быть полезно при изучении всех учебных предметов в системах среднего специального и высшего образования, в процессе преподавания которых осмысливаются информационная культура, информационная безопасность и информационная социализация личности человека.

ISBN 978-5-904740-35-1

Гордин А.И., 2016
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ: ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕКА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА	4
РАЗДЕЛ I. ИНФОРМАЦИОННАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ НЕПОСРЕДСТВЕННОГО И ОПОСРЕДОВАННОГО МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ	
1.1. Информационная социализация: социально-педагогический аспект.....	11
1.2. Общение как одно из важнейших средств информационной социализации.....	27
1.3. Социально-культурный смысл коммуникативной стороны общения.....	31
1.4. Интерактивная сторона общения как способ интеграции человека в общество.....	46
1.5. Перцептивная сторона общения как способ взаимного познания на основе формирования взаимопонимания между партнёрами по общению.....	70
1.6. Социальное речевое взаимодействие человека через «зеркало» его поступков.....	84
1.7. Потребление информации как социальное взаимодействие.....	91
1.8. Особенности социализации человека в контексте современной информационной культуры.....	103
1.9. Человек как живая самообучающаяся информационная система.....	121
ЗАКЛЮЧЕНИЕ К ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ	145
РАЗДЕЛ II. ЭМПИРИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ ИНФОРМАЦИОННОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ	
2.1. Манипулирование сознанием человека в процессе потребления информации как метод изменения условий его информационной социализации.....	150
2.2. Критерии, формы и методы оценки уровня и отклонений в информационной социализации.....	196
2.3. Социально-педагогические методы для обеспечения эффективной информационной социализации.....	220
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	255
БИБЛИОГРАФИЯ	258
ПРИЛОЖЕНИЕ: СБОРНИК ДИАГНОСТИЧЕСКИХ МЕТОДИК И ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ	259

ВВЕДЕНИЕ:

ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕКА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Информация в современном человеческом обществе имеет первостепенное значения во всех наиболее важных видах деятельности. При этом само содержание данного понятия имеет разнообразный смысл. Традиционно информация – это некий способ передачи человеком собственного опыта, а также некоторой суммы фактов, касающихся прошлого, настоящего и в отдельных случаях будущего жизнедеятельности человека.

Она может иметь прикладные и духовно-нравственные характеристики. В данном учебном пособии акцентируется внимание на понимании информации как социально-культурного феномена, который, однако, невозможно полноценно осмыслить без знаний о том, какую роль выполняет информация в повседневной утилитарной жизнедеятельности человека. Социальные смыслы при отборе, формировании, интерпретировании и транслировании информации лишь направляют эту жизнедеятельность, делают этот процесс осмысленным и нравственным.

Вместе с тем нельзя отрицать, что общество на современном этапе развития человечества из информированного становится информационным. Что это означает? Информация сегодня в жизни человека является таким же фундаментальным и всеобщим свойством мироздания, как вещество и энергия.

Кроме того, фундаментом информационного общества является изменение социального статуса информации. Наблюдается особое влияние информации на общественное развитие. Это влияние осмысливается в науке по-разному. Условно можно выделить три точки зрения, которые отражены в соответствующих теориях: информационное сообщество создаёт предпосылки для формирования сверхинтеллекта; оно формирует коллективный разум, который со временем станет регулятором разумной общественной жизни; законы общественного развития постепенно заменят информационные законы. Какая из этих гипотез наиболее жизнеспособна, покажет время...

А пока мы можем констатировать, что информационное пространство представляет собой физическое пространство, в котором циркулируют информационные потоки, перемещающиеся в пространстве (передача информации) и во времени (хранение информации). Люди одновременно являются создателями информационного пространства и его потребителями. Разум отдельного человека, вооружённого информацией, становится главным средством производства.

Естественно, что в этих условиях понятие информационной культуры человека приобретает особый смысл. Однозначного определения информационной культуры на данный момент не существует. Учёные предполагают, что информационная культура – это «гармонизация внутреннего мира личности в ходе освоения всего объёма социально значимой информации» (Н.Б. Зиновьева); что это «информационная деятельность аксиологического характера» (А.А. Гречихин); «знания, позволяющие человеку свободно

ориентироваться в информационном пространстве, участвовать в его формировании и способствовать информационному взаимодействию» (Е.А. Медведева); «новый тип общения» (В.Н. Михайловский); «характеристика уровня развития общества» (Т.Н. Соснина) и т.д., и т.п.

Несомненно одно – информационная культура является частью общей человеческой культуры. Не следует ограничивать область функционирования информационной культуры лишь сферой компьютеризации или информационной техники вообще. Это определённый уровень знаний. Это новый тип мышления. Это новый тип общения. Это информационная деятельность.

Существует два распространённых аспекта анализа феномена информационной культуры.

В технико-технологическом смысле информационная культура – это знание о способах получения, обработки, хранения, выдачи и использования информации, а также навык целенаправленной работы с информацией для её использования в практических целях.

В социокультурном смысле информационная культура – это совокупность принципов и реальных механизмов, обеспечивающих позитивное взаимодействие этических и национальных культур, их соединение в общий опыт человечества. Особенностью современного информационного общества можно считать то, что важнейшим средством формирования культурного сообщества является создание мирового информационного пространства, которое сегодня – неотъемлемая часть культуры человечества. При этом возникает стремление некоторой его части превратить культуру в технологию, т.е. в рациональное средство овладения природой¹ и подчинения её утилитарным человеческим потребностям. Но нам кажется очевидным, что рационально-технологичное отношение к миру беднее человеческо-деятельного, опирающегося на мощный пласт культуры. Увы, технологический подход к преобразованию общества не учитывает многих социокультурных факторов и заранее обречён на неудачу. Дело в том, что культура опирается на естественную социально-экономическую деятельность человека, которая предопределена эволюцией его психофизического, духовно-нравственного развития как частицы живой природы. Внутренняя духовная жизнь человека не может технологизироваться: душа – не рациональное, а иррациональное понятие. Личность – человек, сформированный на основе опыта многовековой человеческой культуры. Попытка создать техногенного человека, который подчиняется заданным ему извне, имеющим только утилитарную направленность алгоритмам, это фактически попытка создания биоробота, «безликого» человека, некоего актора.

Актор – рационализированный техногенный человек, агент деятельности, который свою субъектность и активность тратит на достижение прикладных, ограниченных рамками своей жизнедеятельности целей. Выбор этих целей диктуется социально-экономическими условиями конкретного сообщества

¹ А значит и биологической сущностью человека (главным образом его психофизическим состоянием), который является частью природы.

людей. Для управления актором достаточно создать определённую социально-экономическую среду, которая будет для него программой деятельности, потому что он изначально ориентирован только на приспособление (адаптацию) к ней. Эта «программа» на уничтожение его индивидуальных характеристик, которые не востребованы данной средой. Она не предусматривает интеграцию человека в общество для творческого его преобразования. Удел такого человека быть не гражданином, а подданным.

Угроза превращения человека в биоробота (актора), послушного какому-нибудь «пульту управления» в руках одного человека или группы людей, в условиях информационного общества становится угрожающей реальностью. Достаточно такому «продвинутому» меньшинству при организации жизнедеятельности человека правильно расставить акценты. А именно сориентировать его (запрограммировать) на достижение в своей неизбежно конечной, а значит и духовно-бессмысленной жизни только на достижение коротких прикладных (утилитарных) материальных целей: работа, пища, одежда, кров, средства передвижения, средства связи и т.п.

У актора, находящегося на примитивном уровне информационной культуры, мозг механически работает как приёмник и транслятор информации. Он не способен её анализировать и интерпретировать самостоятельно. Но при этом, как любой невежда, он убеждён, что самостоятелен, независим и умён, не замечая того, что процессом его мышления», а значит и поведением ловко управляют, с помощью навязанных утилитарных ценностей и охраняющих их стереотипов.

Словом, для тех, у кого в руках находится «информационный пульт управления», важно, чтоб человек не знал, что кроме технико-технологичного смысла (рационального) существует и социокультурный (духовно-нравственный) смысл информационной культуры. А также то, что они между собой диалектически связаны. Чрезмерный акцент на любом из этих аспектов неминуемо приведёт к постепенной деформации сознания человека, а значит и к деформации его социального бытия.

В социокультурном смысле информационная культура – это совокупность принципов и реальных механизмов, обеспечивающих принципиально новые формы связей без «личного присутствия» в режиме опосредованного техникой виртуального диалога. Это некий новый образ жизни на базе использования информации, которая принимается, формируется и распространяется не только в непосредственном межличностном общении, но, преимущественно, с помощью технических средств. Это новый способ построения картины мира, которую в этой связи теперь принято называть информационной.

В таком контексте информационная культура выступает как способ жизнедеятельности человека в информационном пространстве. Разнообразие форм жизнедеятельности не позволяет личности замкнуться в узких рамках профессиональной информационной культуры, а предполагает не только

усвоение определённых мировоззренческих ориентиров, но и разносторонние научные знания, усвоение эргономики², информационной безопасности.

Информационная культура в социокультурном аспекте предполагает формирование у личности определённых нравственных идеалов и образов эстетического освоения действительности. Следовательно, информационная культура в социальном аспекте предусматривает не только научные знания человека-актора, но усвоение человеком-личностью духовно-нравственных, политических, правовых и эстетических ценностей.

Человек должен не только правильно отражать объективный мир и его изменять (так может действовать и актор), но эмоционально переживать, оценивать всё, что он делает, с точки зрения добра и зла, прекрасного и безобразного, гармоничного и негармоничного, гуманного и антигуманного. «Человек познает, – писал Ст. Тулмин, – но он также осознает то, что он познает... На протяжении всей истории мысли эти два рода деятельности всегда существовали параллельно».

Только при таком понимании информационной культуры возможна продуктивная информационная социализация, а значит и противодействие различным отклонениям (девиациям) поведения, которые происходят в результате деструктивного целенаправленного воздействия на сознание человека именно техногенного аспекта информационной культуры. В нашем учебном пособии феномен **информационной социализации** определён как *воздействие разного рода информации в процессе информационного взаимодействия людей друг с другом на нормы поведения и формирование индивидуальной, общественной системы ценностей человека, которые определяют успешность его адаптации, индивидуализации и интеграции в общество.*

Одним из уродливых, но закономерных явлений информационного общества является информационная война. В общих чертах **информационная война** – это *способ психологического воздействия на личность человека с целью разрушения его системы ценностей и управления его поведением, то есть превращения его из субъекта социальной деятельности в её управляемый объект.*

В информационной войне информация – вид оружия, которое используется человечеством с древнейших времён в виде слова, звука, цвета. Разные их комбинации способны воздействовать на подсознание, сознание, а через них на ценности и нормы поведения человека. Совершенствование этого оружия непосредственно связано с развитием научно-технического прогресса.

Какова же основная цель информационного вторжения? – Любая поступающая в систему (на вход) информация неизбежно привнесит некоторые изменения в другую информационную систему, в том числе и человека как

²Эргономика – (от греч. Ergon – работа и nomos – закон) – область научно-прикладных исследований, находящихся на стыке технических наук, психологии и физиологии труда, в которой разрабатываются проблемы проектирования, оценки и модернизации систем «человек – техника – среда». В отличие от инженерной психологии и психологии труда Эргономика изучает взаимодействие человека и техники не только в сфере производства, но и в сферах досуга и быта.

живую самообучающуюся информационную систему. Целенаправленное же, умшленное информационное воздействие может привести систему к необратимым изменениям (перепрограммированию), что в информационной войне является фактом самоуничтожения. Следовательно, с помощью информационного оружия (информации!) можно активизировать или сгенерировать для последующей активизации алгоритмы самоуничтожения. Степень поражения информационным оружием оценивается через ущерб, нанесённый поражённой системе, которая либо погибла, либо работает на цели, чуждые для собственной системы.

Не только человек, но и любое государство – тоже информационная система, которая включает в себя ряд формирующих её подсистем, таких как человек, народ, управление (администрация), СМИ, образование и др. Любая из этих подсистем может быть подвергнута нападению. Проблема защиты информации, которая ранее была, как никогда, актуальна, перевернулась подобно монете, что вызвало к жизни её противоположность – защиту от информации.

Информация, как любой вид оружия (сабля, стрела, пуля, бомба и т.п.), приводится в действие (распространяется, доставляется) в материальном и виртуальном пространстве с помощью специальных технических средств.

Это все средства массовой коммуникации (телефоны, диктофоны, аудио и видеоплееры, радиоприёмники, телевизоры, газеты, компьютеры и т.п.), которые существуют сегодня, и те, которые будут существовать в будущем. Средства массовой информации – газеты, радио, телевидение и Интернет – сегодня самые эффективные из них.

Что же является мишенью информационного воздействия? Информационная мишень – множество элементов информационной системы, принадлежащих или способных принадлежать сфере управления и имеющих потенциальные ресурсы для перепрограммирования на достижение целей, чуждых данной системе. Основные мишени информационного оружия: системы решений и управления (государственная власть); системы коммуникации (СМК, общественное устройство, экономическая инфраструктура и др.); системы психопрограммирования (человек, образование, идеология, вера и др.)

Самые сложные информационные системы, такие как человек, агрессивное информационное воздействие способно вывести из строя. Например, человека – через активизацию определённых его желаний, мыслей и провоцирование поступков, которые будут направлены на саморазрушение его личности.

Разумеется, в сообществе людей главным объектом, предназначенным для интеллектуального уничтожения, является человеческая личность. В научном мире признано, что основными способами поражения и разрушения сознания человека являются: 1) физическое поражение нейро-мозгового субстрата, снижающее уровень функционирования сознания; 2) понижение уровня организации информационно-коммуникативной среды на основе её дезинтеграции и примитивизации, в которой функционирует и «живёт» сознание; 3) оккультное воздействие на организацию сознания на основе

направленной передачи мыслформ субъекту поражения; 4) специальная организация и распространение по каналам коммуникации образов и текстов, которые разрушают работу сознания (условно может быть обозначено как психотропное оружие); 5) разрушение способов и форм идентификации личности по отношению к фиксированным общностям, приводящее к смене форм самоопределения и к деперсонализации³.

Социализация и, в частности, информационная социализация в условиях ведения информационной войны приобретает специфические черты, как это бывает во время ведения любых военных действий. Содержание её не только изменяется, но и гипертрофируется, так как такого рода война базируется на умении человека использовать для обороны и нападения специальные социально-психологические информационные технологии, которые интенсивно развиваются и применяются именно в информационном обществе.

Важнейшей аксиомой современного общества является утверждение, что успешность информационной социализации человека обусловлена уровнем его информационной культуры. Но дело в том, что информационная культура часто понимается только, как высокий уровень знаний, умений и навыков находить, создавать и транслировать информацию. При этом социокультурный аспект информационной культуры игнорируется... А ведь именно он отвечает за ценностную и образовательную её направленность, которая непосредственно связана с этикой, эстетикой и социальной ответственностью деятельности человека.

Понятие «информационная социализация» – порождение современного гипертрофированного информационного сообщества. Некоторые его представители склонны сознательно или несознательно не видеть того, что этот феномен всегда был важным элементом социальной деятельности людей. Процесс социализации был бы невозможен без издревле существующего обмена информацией между людьми. То есть без общения! Информация всегда направляла, организовывала и рождала различные смыслы жизнедеятельности человека. Другими словами, процесс социализации в этом смысле всегда был информационно сущностным.

Итак, информационная социализация осуществляется с помощью и в процессе сбора и транслирования информации от человека к человеку, т. е. во время непосредственного и опосредованного общения людей друг с другом. Об этом мы будем подробно беседовать во 2-5 параграфах первой главы нашего пособия. В первой главе также подробно рассматриваются другие теоретические основы информационной социализации, в частности, потребление информации как социальное взаимодействие и человек как живая самообучающаяся информационная система. Во второй главе рассказывается об эмпирических подходах к определению социально-психологических и социально-педагогических эффектов информационной социализации.

Для более полного раскрытия содержания понятия «информационная социализация» в учебном пособии активно использовались научные статьи и

³ Расторгуев С.П.. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г.

книги, позволяющие взглянуть на это явление в педагогическом, социально-психологическом и философском аспектах. Основные авторы, на научные труды которых делаются ссылки, представлены в библиографическом списке. Особенную благодарность хотелось бы выразить И.А.Негодаеву, С.П.Расторгуеву, Г.В.Бороздиной и С.Г. Кара-Мурзе. Обильное цитирование этих исследователей объясняется тем, что многие их научные положения органично вписываются в концепцию информационной социализации, предложенную автором данного пособия. Стоит оговориться: никто из выше названных учёных и педагогов свою научно-исследовательскую деятельность напрямую не связывает с этим социальным феноменом. Пересказывать же своими словами их выверенные мысли и, подчас, яркие образы, наверное, не очень порядочно и слишком самоуверенно. Цитирование в данном случае более честный и уместный технический приём.

В приложениях предлагаются некоторые формы и методы формирования и диагностики информационной социализации человека, которые могут пригодиться студентам и преподавателям для организации их исследований.

ГЛАВА I. ИНФОРМАЦИОННАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ НЕПОСРЕДСТВЕННОГО И ОПОСРЕДОВАННОГО МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ

1.1. Информационная социализация: социально-педагогический аспект

Информационная социализация – часть более широкого по объёму понятия «социализация». Автором термина «социализация» является американский социолог Гиддингс, использовавший его в 1887 г. в книге «Теория социализации».

К середине XX века социализация превратилась в самостоятельную междисциплинарную область исследования. Сегодня феномен социализации активно изучается: *психологией* (механизмы деятельности и освоения нового опыта, в том числе на разных стадиях жизненного цикла); *социальной психологией* (социализирующие функции непосредственного окружения и межличностных отношений); *социологией* (соотношение процессов и институтов социализации в макросистеме), *историей и этнографией* (сравнительно-историческое изучение, социализация в разных обществах и культурах) и *педагогикой* (воспитание) (И.Кон). В нашем учебном пособии мы будем рассматривать социализацию и информационную социализацию в социально-педагогическом аспекте. Поэтому для нас наиболее приемлемы определения социализации, которые дают специалисты в этой области педагогики.

По мнению А.В. Мудрика, социализация – развитие человека на протяжении всей его жизни во взаимодействии с окружающей средой в процессе усвоения и воспроизводства социальных и культурных ценностей, а также саморазвития и самореализации в том обществе, к которому он принадлежит. Это развитие и самоизменение человека в процессе усвоения и воспроизводства культуры, что происходит во взаимодействии человека со стихийными, относительно направляемыми и целенаправленно создаваемыми условиями жизни на всех возрастных этапах. Л.В. Мардахаев считает, что социализация – процесс становления личности, усвоение индивидом языка, социальных ценностей и опыта (норм, установок, образцов поведения), культуры, присущих данному обществу, социальной общности, группе, воспроизводство и обогащение им социальных связей и социального опыта.

Процесс социализации может быть как *стихийным*, так и *управляемым*. В первом случае социализация протекает спонтанно, в процессе свободного общения, решения непредвиденных проблем, самостоятельного выбора путей выхода из нестандартных ситуаций. Эта особенность является одним из отличительных признаков социализации по сравнению с воспитанием. Воспитание, как известно, считается специально организованной деятельностью педагогов по реализации целей образования в условиях педагогического процесса⁴.

⁴ Слостенин В.А. и др. Педагогика. М., 1997

Во втором – она является относительно регулируемой и осуществляется как преднамеренный и специально организованный процесс, что особенно характерно для образовательных учреждений.

Характерной особенностью процесса социализации является его непрерывность. Он начинается с появлением человека на свет и началом формирования его сознания, а завершается с его смертью.

В социализации ведущими являются межличностные отношения, которые порождаются людьми в процессе общения для осуществления личностного развития и реализации своих личностных планов.

Если возникает ситуация, когда происходит сбой в отношениях, который приводит к разрушению связей и нарушениям в развитии личности, возникает побочный процесс социализации – диссоциализация. Она *создаёт иное социальное пространство, основанное на ложных ценностях, нормах, способах поведения*. Неудовлетворённость собой, своим социальным положением является важным стимулом как для диссоциализации, так и для ресоциализации, т. е. *восстановления прерванных связей с обществом и стремления к движению по пути социализации*. Опережение в развитии личности также возникает тогда, когда стимулом становится неудовлетворённость, что подталкивает человека к поиску новых смыслов и определению новых мотивов для продолжения жизнедеятельности. Значит, социализация опирается на личностные мотивы, которые, в свою очередь, порождены ею.

В целом процесс социализации условно можно представить как совокупность таких составляющих: *стихийная социализация* (социализация осуществляется во взаимодействии и под влиянием объективных обстоятельств жизни общества, содержание, характер и результаты которой определяются социально-экономическими и социокультурными реалиями); *относительно направляемая социализация*, когда государство предпринимает определённые экономические, законодательные, организационные меры для решения своих задач, которые объективно влияют на изменение возможностей и характера развития, на жизненный путь тех или иных возрастных групп, определяя обязательный минимум образования, возраст его начала, сроки службы в армии и т. д.; *относительно социально контролируемая социализация* (социальное воспитание) – планомерное создание обществом и государством правовых, организационных, материальных и духовных условий для развития человека; *более или менее сознательное изменение человека* в соответствии с объективными условиями жизни или вопреки им (А.В.Мудрик).

Социализация рассматривается также как: *процесс, условие, проявление и результат* социального формирования личности.

Как процесс она означает социальное становление и развитие личности в зависимости от характера взаимодействия человека со средой обитания, адаптации к ней с учётом индивидуальных особенностей.

Как условие – свидетельствует о наличии того социума, который необходим человеку для естественного социального развития как личности.

Как проявление – это социальная реакция человека с учётом его возраста и социального развития в системе конкретных общественных отношений. По ней

судят об уровне социального развития.

Как результат она является основополагающей характеристикой человека и его особенностей как социальной единицы общества в соответствии с его возрастом. Ребёнок в своём развитии может отставать от своих сверстников или опережать их. В этом случае социализация как результат характеризует социальный статус ребёнка по отношению к его сверстникам.

Процесс социализации личности состоит из трёх основных фаз.

В первой фазе происходит социальная адаптация индивида, т. е., осваивая различные социальные нормы и ценности, он должен научиться быть как все, уподобиться всем, «потерять» на время свою личность.

Вторая фаза характеризуется стремлением индивида к максимальной персонализации. Для личностного процесса – это индивидуализация. Для социально-педагогического процесса – это обособление (социальная автономизация).

И лишь *в третьей фазе*, при благоприятном исходе, происходит интеграция индивида в группу, когда он «представлен в других людях» своими особенностями, а у окружающих есть потребность принять, одобрить и культивировать лишь те его индивидуальные свойства, которые им импонируют, соответствуют их ценностям, способствуют общему успеху и т. д.

Всякая задержка на первой фазе или гипертрофированность второй фазы могут привести к нарушению процесса социализации и его негативным последствиям. Социализация считается успешной, если личность умеет защитить и утвердить свою автономность и при этом интегрироваться в социальную группу.

Однако важно учитывать тот факт, что личность на протяжении своей жизни входит в разные социальные группы и, следовательно, многократно проходит все три фазы социализации. При этом в одних группах она может адаптироваться и интегрироваться, а в других – нет, в одних социальных группах её индивидуальные качества ценятся, а в других – нет. Кроме того, и сами социальные группы, и личность постоянно изменяются.

1. Социальная адаптация – приспособление индивида к реально существующим условиям среды его обитания, к ролевым функциям, социальным нормам, к социальным группам и организациям, социальным институтам, выступающим в качестве среды жизнедеятельности.

В процессе адаптации индивид может занимать как *активную позицию* – не только усваивать нормы и правила, но и показывать своё отношение, так и *пассивную* – молчаливо принимать и подчиняться.

Социализация в фазе социальной адаптации означает, прежде всего, осознание себя частью сообщества, в котором он живёт.

2. Социальная автономизация (индивидуализация) как следующая фаза социализации позволяет человеку активно выявлять в себе то особенное, что в освоенном социальном пространстве не даёт ему возможности «раствориться», затеряться как личности.

Индивидуальность характеризует уникальность и неповторимость человека во всём богатстве его личностных качеств и свойств, демонстрирует

его единичность и своеобразие этой единичности. Однако выделение себя как своеобразной единичности возможно только через процесс единения с общим и целым, затем осуществление постепенной взаимосвязи со множеством и только потом выявление себя из него. При этом, не отвергая взаимосвязей, а создавая новые. Другими словами, человек, придя в мир как «случайный индивид» (К. Маркс), старается растворить себя в социальном окружении (социальный индивид). Затем он выступает как *представитель социальной группы*, и только потом *стремится выделить себя* как персонифицированную личность, а в дальнейшем предьявить себя миру как социальную личность, т. е. быть для общества необходимым. Для данной фазы характерен процесс самоидентификации.

Самоидентификация человека заключается в осознании собственной уникальности, определении своих возможностей, интересов, талантов, способностей. Выстраивается иерархия ценностей, причём это всегда индивидуальное дело. В своих контактах человек стремится понять, какова иерархия ценностей нового знакомого. Совпадение этих иерархий служит основой особого уважения, дружбы, любви. Это осознание собственной личности в противовес путанице с социальными ролями.

Если в фазе адаптации человек стремится «вписаться» в сообщество, интуитивно зная, чего он хочет, то в фазе социальной автономизации он стремится сообщить миру о своей автономии. А.В. Мудрик выделяет эту фазу как этап обособления человека в обществе, включающий ценностную, эмоциональную и поведенческую автономии.

Результат этого процесса: потребность человека иметь собственные взгляды и наличие таковых (*ценностная автономия*), потребность иметь собственные привязанности (*эмоциональная автономия*), потребность решать лично его касающиеся вопросы (*утилитарная автономия*), способность противостоять тем жизненным ситуациям, которые мешают его самоизменению, самоопределению, самореализации, самоутверждению (*поведенческая автономия*).

Таким образом, обособление – это процесс и результат становления человеческой индивидуальности.

Для индивида характерным становится процесс *самоопределения* и *самореализации*, когда он после некоторого накопления представлений о себе, своих интересах, потребностях (т. е. посредством самопознания) выдвигает личностные цели и пытается их реализовать для самоутверждения в окружающем его сообществе.

Одновременно он постигает основы *самоорганизации* и *самореабилитации*. *Самоорганизация* и *самореабилитация* имеют свои возрастные особенности. Например, в подростковом возрасте это приводит часто к игнорированию общественных норм поведения. Подросток всячески пытается себя обособить от них, чтобы продемонстрировать свою исключительность. Накопление социального опыта, связанного с позитивными и негативными последствиями осуществляемой деятельности, приводит к тому, что происходит качественный скачок в развитии психологического образа личности.

Социальная интеграция – осознанное включение социальных норм и ценностей во внутренний мир человека, заявление о своей принадлежности общностям людей, которые входят в орбиту его социального окружения. Т.е. в своеобразной расстановке социальных приоритетов: какие установки общностей, к которым ты принадлежишь, для тебя являются наиболее важными (А.В. Петровский).

Иначе говоря, происходит преобразование внешней предметной деятельности человека в структуру внутреннего плана его сознания: превращение интерпсихологических (межличностных) отношений в интрапсихологические (внутриличностные отношения с самим собой), использование социального опыта в соответствии с социальными правилами с целью обеспечения успешности своего бытия.

Такого рода преобразования способствуют критической оценке индивидом собственного поведения и отношений в социуме, что, в свою очередь, побуждает к корректировке своих действий и преобразованию окружающей человека социальной среды. То есть социальная интеграция предполагает не только раскрытие своей индивидуальности, но и понимание того, как генетически заданные способности могут быть реализованы в данном обществе. А также то, что человек, используя накопленный социальный опыт и индивидуальные возможности и способности, активно воздействует на социальную среду, изменяет её, но при этом обогащает себя новыми смыслами, целями и тем самым стимулирует развитие себя, своё преобразование.

Однако использование новых лично значимых мотивов, которые как бы вырастают из предыдущих (но не равнозначных), не гарантирует достижения долгосрочных социальных целей жизнедеятельности человека, например, таких как семейное благополучие и профессиональная самореализация. Относительно долгий отрезок времени для их достижения предполагает решение некоторых текущих жизненно важных задач, т.е. достижение более коротких жизненных целей. Семейное благополучие предполагает как минимум обретение достойного спутника и создание с ним семьи, далее создание «семейного очага» (дом, квартира и т.п.), рождение детей и т. д. В свою очередь, профессиональная самореализация человека непосредственно связана с необходимостью получения образования или обучением какому-нибудь ремеслу, нахождением работы по специальности, самоутверждением в трудовом коллективе и т. п. И в каждом случае это требует от человека определённых адаптивных усилий и развития индивидуальных новообразований, обеспечивающих дальнейшую успешную социализацию. Отсутствие необходимых социальных условий, соответствующих *культурной* (целенаправленно развиваемой) и *социокультурной* (стихийной по отношению к личности) среде, бесспорно, тормозит развитие личности и требует дополнительных усилий (знаний, умений и т. д.) для реализации его целей.

Сочетание накопленных количественных и качественных преобразований и изменений, а также благоприятная социокультурная среда могут привести к качественному витку в развитии личности, что обеспечит ей социальный успех в обществе. Для данного периода характерными социально-психологическими механизмами являются социальная рефлексия и конформность (Р.С. Немов, Н.И.

Шевандрин). Под первой мы подразумеваем осознанное внешнее согласие в поведении с окружающими людьми при возможном расхождении в оценках и мнениях. Под вторым – пассивное принятие ориентаций группы.

Важным моментом социализации остаётся то, что каждый человек в процессе социальной интеграции воспринимает, думает, составляет суждения и контролирует себя согласно представлениям группы, в которой он задействован. То есть он определяет объекты, других людей, мир и себя с позиции перспективы коллективного развития, которое становится важной частью его жизнедеятельности. Он смотрит на свою деятельность с позиции общества, может предсказывать реакции на неё других людей, сдерживать нежелательные эмоционально-волевые импульсы и таким образом контролировать своё поведение. Словом, **социализированная личность** – это общество в миниатюре; она устанавливает для себя такие же стандарты поведения, как и для других, и судит себя с той же самой точки зрения.⁵

Драматургия жизненного пути одного человека может находиться в рамках одноактного сценария, в котором не меняется место действия, представлен ограниченный круг исполнителей, а сама личность играет всю жизнь одну основную социальную роль (например, муж-кормилец или жена-домохозяйка). В этом случае репертуар её жизненных событий и набор действий поневоле будет традиционно ограниченным. Драматургия жизненного пути другого человека, напротив, протекает в рамках многоактного спектакля, имеет множество сюжетных линий, которые непредсказуемым образом переплетаются друг с другом и заставляют главного героя исполнять множество социальных ролей, которые подчас очень далеки друг от друга по роду своей деятельности. Разумеется, в этом случае и место действия постоянно меняется, и количество исполнителей неограниченно. Нами для примера взяты крайние, очень условные случаи драматургии жизненного пути отдельно взятого человека. Жизнь каждого человека вмещает в себя разное количество событий и видов деятельности. И она от этого не хуже и не лучше. Она – единственная и неповторимая в каждом случае. Это индивидуальный микромир, вобравший в себя, сфокусировавший в доступном конкретному человеку объёме всё человечество, всё общество, всю политику, всю экономику, все высокие идеалы в индивидуализированной для данного человека «правде жизни».

Мы бы не рискнули по этой причине утверждать, кто из смертных и в силу каких обстоятельств был счастливее. Например, тот, кто, образно говоря, всю жизнь купался в роскоши, жил в своё удовольствие, не утруждая себя ни физической, ни духовной, ни интеллектуальной деятельностью, или тот, кто всю жизнь «коровам хвосты крутил», вытирал подолом «протекающий» нос своих многочисленных детей и добывал днём и ночью хлеб в поте и труде... Мы просто этим хотим сказать, что социализация – процесс многообразный и индивидуальный, а потому трудно предсказуемый и не подлежащий чёткой классификации. Но наш рациональный ум всё-таки обязывает навести

⁵ Иванов А.В. Методика формирования социальной активности учащегося: Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: , 2013. – 329 с.

некоторый относительный порядок в осмыслении этого социального явления⁶. На современном этапе изучения феномена социализации принято, часто путая или совмещая основания деления, говорить о таких его видах, как семейная социализация (первичная), профессиональная социализация (вторичная), социализация человека третьего возраста, ресоциализация, информационная социализация, психологическая, педагогическая социализация и т. д. Некоторые исследователи предлагают понятие социализации личности разложить на политический, патриотический, гражданский, нравственный, правовой, культурный, образовательный, экономический, профессиональный, демократический, гуманистический и другие аспекты.

Факторы социализации. К главным непосредственным факторам, оказывающим на социализацию личности взаимосвязанные иницирующие, направляющие влияния и наполняющим её конкретным содержанием, можно, по мнению некоторых исследователей, отнести три:

– *материальные, психологически значимые факторы социальной среды, сопровождающие жизнь человека с момента появления его на свет.* Таковыми являются политические, экономические, жилищные, финансовые, бытовые и прочие факторы, обусловленные преобладающими в обществе, социальной группе, малой группе, семье особенностями и всегда в чем-то своеобразные для каждого индивида. Не являясь психологическими по природе, они находят психологическое отражение, устойчиво детерминируют определённые интересы, взгляды и другие процессы в личности, связывающие её с социумом;

– *социально-психологические факторы социальной среды* – это уже психологические по природе факторы, носителями которых выступают люди, группы с их психологией, окружавшие и окружающие человека в жизни. Конечно, на её больших отрезках, исчисляемых годами, человеку приходится встречаться с разными людьми и группами. Но обычно преобладает определённый их тип, с некоторыми людьми и условиями контакты поддерживались и поддерживаются дольше (например, семья и её члены, друзья, учебный класс). Мощный ансамбль социально-психологических влияний испытывает человек при получении образования, ориентированного на помощь ему в социализации. Случается, что и контакты с каким-то отдельным человеком, даже непродолжительные, по разным причинам оказывают на индивида влияние более сильное, чем другие, даже продолжительные. «С кем поведёшься – от того и наберёшься», — верно говорят в народе;

– *фактор собственной социальной активности человека.* Всё, что есть в психологии человека, всегда - продукт не зеркального отражения и не пассивного «вливания в него» кем-то чего-то социального. Переход внешнего во внутреннее, превращение его в достояние психики, т. е. в психическую деятельность, связан с процессом, называемым интериоризацией (Л.С. Выготский).

⁶ Иванов А.В. Методика формирования социальной активности учащегося: Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: , 2013. – 329 с.

Обязательным психологическим механизмом его выступает процесс социального присвоения (А.Н. Леонтьев). Суть его – в необходимости воспроизведения в психике данного индивида и внешних проявлениях того, что должно превратиться в его внутреннее, стать его социально необходимым достоянием.

Перед каждым входящим в самостоятельную жизнь человеком огромный арсенал достижений человеческого ума, творений рук, упорного труда, уроков жизни, успехов и страданий предшествующих и живущих поколений людей. Появившись на свет, он застаёт их готовыми и воплощёнными в богатство знаний, учений, книг, методов познания, обилие объектов, созданных людьми (производства, техника, транспорт, связь, строительство, быт, сервис, искусство, развлечения и пр.), уроков истории и прожитых по-разному жизней, социальных отношений, общественного устройства, норм поведения, способов его регулирования, знаний и советов родителей, старших, учителей и пр., и т. п. Может быть, допустимо сравнение этой реальности с огромным магазином «социальных товаров». Что выберет из него для себя данный индивид, что сделает своей «психологической собственностью» – это зависит от особенностей социальных условий его жизни, открывающих доступ к богатству «социальных товаров», но обязательно и от него самого, от его активности, определяемой выбором на основе уже имеющихся у него запасов знаний о мире и жизни, уже начинающихся складываться интересов, отношений, желаний, позиций.

Поэтому процесс и продукты социализации каждого индивида, то, что становится принадлежащим его сознанию, способностям, отношениям, – это изначально всегда *берущееся* и *взятое им* от других, от человечества, от общества. Продукты социализации, превратившие его в личность, это не только и даже не столько то, что сделала с ним жизнь, но то, что сделал с собой он сам в уготованных для него другими объективных условиях.

В принципиально одинаковых условиях у разных людей социализация нередко протекает со значительными различиями, и личности получают разные. Поэтому социализацию нельзя понимать только как воздействие социальных условий на человека. Она – процесс и продукт его активного отношения к ним. Человек не только объект, но и субъект своей собственной социализации, своей судьбы, своих успехов⁷.

Поэтому многообразие различных аспектов социализации, которые в каждом индивидуальном случае у человека самоорганизуются в собственный уникальный процесс, указывает на то, что они существуют так же индивидуально многообразно, неразрывно и взаимообусловлено в жизни каждого человека. Поэтому лишь условно, например, для исследования одного из аспектов их можно разделить на **три группы способов социализации**.

Первый способ основан на генетически присущей человеку способности запоминать и воспроизводить различные типы поведения. Вначале он сознаёт их

⁷ Иванов А.В. Методика формирования социальной активности учащегося: Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: , 2013. – 329 с.

непосредственную пользу, затем начинает понимать скрытый моральный и мировоззренческий смысл, что сопровождается на протяжении всей жизни человека развитием мышления.

Второй способ социализации предполагает использование имеющихся навыков поведения в новой ситуации. Он связан с обобщением полученного навыка и переносом его в новую ситуацию. При положительном результате происходит усвоение этого навыка.

Третий способ социализации – это научение «становящегося» или, точнее, строящего себя всю жизнь человека языку и речи как способам передачи, понимания и хранения информации. То есть знаний, умений, навыков, ценностей и норм поведения. В разные периоды жизни этот процесс протекает не одинаково и имеет свою специфику, зависящую от избранных человеком видов деятельности, особенностей социально-культурного поля, в котором он осуществляет, даже от природных условий. Но одно несомненно – этот способ социализации непосредственно связан с развитием эмпирического, теоретического, философского познания человеком себя и окружающей его социальной и природной среды⁸.

Именно этот способ социализации непосредственно включает в себя информационную социализацию. Она охватывает все процессы приобщения человека к культуре, в частности, к профессиональной и общественной деятельности, к обучению и воспитанию и т. п., с помощью чего человек приобретает социальную природу и способность участвовать в социальной жизни. В процессе информационной социализации принимает участие всё окружение индивида: семья, друзья, соседи, сверстники, коллеги по работе, единомышленники, т. е. те, с кем он так или иначе обменивается разнообразной информацией во время регулярного межличностного общения. На современном этапе развития человеческого общества всё активнее и активнее в информационной социализации человека участвуют технические средства (СМИ, Интернет и т. п.), с помощью которых организуется опосредованное (виртуальное) общение между людьми для обмена социальными смыслами своей жизнедеятельности и формирования ценностей и норм поведения больших социальных групп людей, объединяющихся между собой по национальному, территориальному, религиозному и другим признакам.

Информационная социализация становится всё более и более важной частью профессиональной деятельности, которая не только предполагает знания, умения и навыки пользования различными информационными технологиями, но и имеет ярко выраженный характер особой культуры делового общения. Соответственно, информационная социализация протекает в устоявшихся формах межличностного непосредственного общения, таких как: беседы, переговоры, круглые столы, дискуссии, совещания, советы и мн. др. Большинство таких форм интерактивны. Но важным элементом обмена

⁸ Иванов А.В. Методика формирования социальной активности учащегося: Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: , 2013. – 329 с.

информацией являются также различные виды отбора, формирования и транслирования информации в автономном режиме, преимущественно при работе с документами. Например, в последние десятилетия широко распространилась такая форма самопрезентации, как резюме, которое постепенно вытесняет из деловых отношений «древнюю как мир» характеристику.

Отдельные виды деятельности предполагают умение человека составлять, в зависимости от его должностных обязанностей, различные нормативно-правовые документы, имеющие форму предписаний, отчётов, приказов, рекламы и т. п.

Например, в педагогике это, прежде всего, умение составлять рабочие и учебные программы, отчёты по научно-методической, воспитательной и прочим видам работ, которые непосредственно выполняют преподаватели согласно своим должностным инструкциям. К сожалению, год от года таких бумаг учителям приходится писать всё больше и больше, что начинает отрицательно сказываться на процессах их профессиональной социализации. Вследствие чего наблюдается массовый уход из профессии, особенно начинающих, педагогов и молодых пенсионеров. В связи с такой ситуацией информационного насилия в образовательной среде появился даже специальный термин «педагогический деятельностный кретинизм», обозначающий подмену творческой деятельности педагога фактическим бумагомарательством, умением писать различные отчёты, программы и т. п.

Другой распространённый пример – это бумажная рутинная работа предпринимателей, которые с разной периодичностью пишут отчёты в государственную налоговую службу, государственный пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд социального развития и другие региональные и общероссийские учреждения и организации, включая санэпидстанцию и пожарную охрану. Важной составляющей деятельности предпринимателя также является реклама. Успех рекламной деятельности зависит от умения владеть методами внеколлективного социально-психологического воздействия на массовую аудиторию (потенциальных своих клиентов или покупателей) в виде заражения, внушения и подражания. Рекламная информация, в основе которой лежит социально-психологический приём «разрыв в достоверности», – важный момент в любой предпринимательской деятельности: от эффективности рекламы во многом зависит формирование прибыльной части бюджета предприятия.

Кроме того, информационную социализацию современные социологические науки традиционно связывают с социально-психологическим воздействием важнейших агентов социализации – средств массовой информации (СМИ) на жизнедеятельность человека. «В наши дни, – пишет И.Д. Фомичёва, – всё раньше люди сталкиваются с ценностным влиянием общей культуры и субкультур именно через СМИ. <...> На протяжении XX века множество исследователей с равным рвением и с применением данных социологических, психологических и социально-психологических методов доказывали, что СМИ всемогущи во влиянии на людей, с одной стороны, и мало способны всерьёз влиять, с другой. И те и другие правы – ценностно-нормативное влияние

результуется в каждом конкретном случае через сумму факторов, но возрастающую роль СМИ отрицать трудно»⁹. Мнение этого исследователя фактически разделяет В.В. Касьянов: «СМИ как агент социализации оказывает более глубокое воздействие, чем только лишь распространение информации и образов для подражания. Способ подачи информации, характерной для СМИ, и прежде всего телевидения, влияет на способ восприятия мира»¹⁰. При этом исследователь ссылается на научную позицию В. Зверевой, утверждающей: «Аудио-визуальное потребление образов способствует складыванию нового типа понимания, который строиться на упрощении. Мнения могут состоять только из эмоций (а не из умозаключений – прим. автора). <...> Телевидение как средство массовой коммуникации, ориентированное на нарративность, на художественные жанры, привносит в мир собственный порядок, приписывая его «жизни». <...> Сообщение в репортаже или фильме, как рассказ, имеет пролог, завязку, кульминацию, финал. <...> И хотя обычная жизнь часто выглядит как хаотическое переплетение «Линий», запутанная, недоговорённая реальность уравновешена чёткими оценками, сюжетами, поисками счастливого конца. Так, логика, которую привносит средство коммуникации в мир, конструируя порядок, апеллирует к «мелодраматическому воображению», заставляя осмысливать реальность в понятиях художественного произведения»¹¹.

Эти и многочисленные другие примеры подтверждают, что сегодня невозможна полноценная профессиональная социализация человека без его качественной информационной социализации. Низкий уровень информационной социализации обозначает, что человек не обладает необходимой профессиональной компетентностью. То есть у него низкий уровень конкурентоспособности. Чем это может для него обернуться при поиске работы на переполненном рынке труда, не трудно догадаться, как и о том, как это скажется на его социализации в целом.

Важно также понимать, что социализация и информационная социализация как её важная часть тесно связаны со многими социально-психологическими феноменами, которые определяют динамику и качество это процесса.

Социализация играет важную роль в формировании социального самочувствия человека, которое определяется качеством его взаимоотношений в семье и с референтным окружением, в сфере профессиональной и общественной деятельности. Под социальным самочувствием подразумевается система субъективных ощущений, свидетельствующих о той или иной степени физиологической и психологической комфортности личности (Бехтерев В.М., Викторов П.П., Войтоловский Л.Н. и Петражитский Л.И.).

Таким образом, социальное самочувствие складывается из трёх составляющих: *внутреннего состояния человека* (здоровье, настроение,

⁹ Фомичёва И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичёва. М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 66

¹⁰ Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации : Учеб пособие / В.В. Касьянов. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – С. 121

¹¹ Зверева В. Репрезентация и реальность // Отечественные записки. 2003. №4.

испытываемые чувства счастья, оптимизма); *оценки внешних условий* (восприятие ситуации в стране и времени, в котором человеку придется жить); *восприятие собственного положения в новых условиях*.

Также социализация играет важную роль в становлении социального интеллекта человека, то есть в умении общаться со своим внутренним «Я», регулировать своё психофизическое состояние во время общения с другими людьми (*социальная сензитивность*¹²). Человек с высоким уровнем социального интеллекта умеет себя поставить на место другого человека, понять и принять его позицию, а также взглянуть на себя со стороны (*социальная перцепция*). Это человек с развитой или, по крайней мере, не утраченной способностью адекватно оценивать поступки, которые он совершал в прошлом, и делать на основе этого соответствующие адекватные выводы о своей жизнедеятельности в настоящем времени (*социальная память*). Наконец у него сохраняется способность планировать и проецировать свою деятельность, реально оценивать исполняемые социальные роли и статусные позиции (*социальное мышление*).

Термин «социальный интеллект» был введён в психологию Э. Торндайком в 1920 году для обозначения «дальновидности в межличностных отношениях». Многие известные психологи внесли свою лепту в интерпретацию этого понятия. Например, социальный интеллект, по мнению Г. Олпорта – особый «социальный дар», обеспечивающий гладкость в отношениях с людьми, продуктом которого является социальное приспособление. То есть, по его мнению, социальный интеллект – это интеллект индивида, формирующийся в ходе его социализации, под воздействием условий определённой социальной среды. В 60-е годы другой учёный – Дж. Гилфорд рассматривал социальный интеллект как систему интеллектуальных способностей, независимых от фактора общего интеллекта и связанных, прежде всего, с познанием поведенческой информации. Гилфорд один из авторов т. н. «кубической модели структуры интеллекта». Эта модель позволяет выделить 120 факторов интеллекта, которые могут быть классифицированы в соответствии с тремя независимыми переменными, характеризующими процесс переработки информации: *содержание предъявляемой информации* (характер стимульного материала); *операции по обработке информации* (умственные действия); *результаты обработки информации*.

В отечественной психологии понятие «социальный интеллект» было рассмотрено рядом исследователей (М.И. Бобнева, Ю. Н. Емельянов, А.Л. Южанинова и др.). М.И. Бобнева определяла его в системе социального развития личности. Механизмом формирования личности в этом случае, по её мнению, выступает процесс социализации. Бобнева М.И. считает, что социальный интеллект следует расценивать как особую способность человека, формирующуюся в процессе его деятельности в социальной сфере, в сфере общения и социальных взаимодействий. Она, так же как и Дж. Гилфорд, считает, что уровень «общего» интеллектуального развития не связан однозначно с

¹² Сензитивность - особая чувствительность к психическим состояниям других. Некоторые переводчики переводят этот термин как «сеситивность».

уровнем социального интеллекта. Высокий интеллектуальный уровень является лишь необходимым, но не достаточным условием собственно социального развития личности. Он может благоприятствовать социальному развитию, но не замещать и не обуславливать его. Более того, высокий интеллект может полностью обесцениваться социальной слепотой человека, социальной неадекватностью его поведения, его установок и т. д.

Другой отечественный исследователь Ю. Н. Емельянов изучал социальный интеллект в рамках практической психологической деятельности – повышение коммуникативной компетентности индивида с помощью активного социально-психологического обучения. Автор предлагает термин «коммуникативная компетенция», схожий с понятием «социальный интеллект». Коммуникативная компетенция формируется благодаря интериоризации¹³ социальных контекстов. Это процесс бесконечный и постоянный. Ю.Н. Емельянов так же, как и другие исследователи, связывает социальный интеллект и ситуативную адаптацию.

Исследования, которые провела А.Л. Южанинова, а также ряд других учёных, выявили, что социальный интеллект – интегральная интеллектуальная способность, определяющая успешность общения и социальной адаптации. Социальный интеллект объединяет и регулирует познавательные процессы, связанные с отражением социальных объектов (человека как партнёра по общению, группы людей).

При некоторых различиях в научных позициях вышеперечисленных авторов мы видим, что все они едины во мнении о том, что уровень социального интеллекта человека определяет его способность к социализации.

Ещё более социализация связана с самоактуализацией и самоидентификацией человека. Е.Е. Вахромов, пытаясь определить понятие «самоактуализация», разделяет точку зрения А. Маслоу, утверждая, что сначала нужно понять, кто такие самоактуализировавшиеся люди. По мнению А. Маслоу, в «дальних пределах человеческой психики самоактуализация – это способность человека: *полностью принимать реальности и выстраивать комфортное отношение к ней* (не прятаться от жизни, а знать, понимать её); *к принятию других и себя* («Я делаю своё, а ты делаешь своё. Я в этом мире не для того, чтобы соответствовать твоим ожиданиям. И ты в этом мире не для того, чтобы соответствовать моим ожиданиям. Я есть я, ты есть ты. Я уважаю и принимаю тебя таким, каков ты есть»); *к профессиональной увлечённости любимым делом; к сохранению автономности* (независимости от социальной среды, самостоятельности суждений); *к «свежести» оценок* (т.е. быть открытым к любому опыту); *к различению цели и средств, зла и добра* («Не всякое средство хорошо для достижения цели»); *к спонтанности, естественности поведения*. А так уметь *с юмором философского плана переживать все события в жизни* (уметь негативные факторы переводить в позитивные); *быть ориентированным на саморазвитие, проявление способностей, потенциальных возможностей* (в

¹³ *Интериоризация* – формирование внутренних структур человеческой психики посредством усвоения внешней социальной деятельности, присвоения жизненного опыта, становления психических функций и развития в целом.

творчестве, в работе, любви, жизни); *быть готовым к осознанию проблем и трудностей, к осознанию своего опыта* (к подлинному пониманию своих возможностей, к повышению конгруэнтности)¹⁴.

На главный вопрос его теории – что такое самоактуализация? – А. Маслоу отвечает следующим образом: «Самоактуализирующиеся люди все без исключения включены в какое-либо дело... Они преданы этому делу, оно является чем-то очень ценным для них – это своего рода призвание»¹⁵.

В книге «Мотивация и личность» А. Маслоу определяет самоактуализацию как стремление человека к самовоплощению, к актуализации заложенных в нём потенциалов, проявляющееся в стремлении к идентичности.

Содержание понятия «самоактуализация» близко, но не тождественно понятию «самоидентификация». Действительно, некоторые показатели в диагностических методиках, определяющих уровень самоактуализации и самоидентификации человека, совпадают. Но самоидентификация личности есть особого рода отношение личности к самой себе, выражающее ценностно-оценочную характеристику личностных качеств. Личность, превращая саму себя в предмет наблюдения, познания, оценки и практического преобразования, обнаруживает своё соответствие собственному идеалу, условиям своего внешнего социального бытия¹⁶. Их развитие идёт во многих направлениях в соответствии с такими критериями самоидентификации, как: социальным «Я», коммуникативным «Я», материальным «Я», физическим «Я», деятельностным «Я», перспективным «Я».

Исследователи С.Л. Рубенштейн; А.В. Брушлинский; Л.А. Венгер; К.А. Абульханская-Славская предлагают рассматривать самоидентификацию в виде семи уровней, которые непосредственно связаны со структурой сознания: социально-профессиональный, семейно-клановый, национально-территориальный, религиозно-идеологический, эволюционно-видовой, духовный¹⁷.

1. *Социально-профессиональный уровень* определяется утверждениями наподобие: «я – инженер; я – профессор; я – богатый; я – уважаемый гражданин» и т. д. При этом под такой идентификацией мы подразумеваем всё то, что осознанно или неосознанно вкладывает человек в эту «декларацию»¹⁸.

¹⁴ Конгруэнтность – в широком смысле – равенство, адекватность друг другу различных экземпляров чего-либо (обычно – содержания, выраженного в различных формах, представлениях) или согласованность элементов системы между собой. Т.е. это состояние, в котором слова человека соответствуют его действиям. Его невербальные сигналы и вербальные утверждения соответствуют «друг другу». Состояние целостности, адекватности, внутренней гармонии, отсутствия конфликта.

¹⁵ Маслоу А. Самоактуализация // Психология личности: Тексты. – М., 1982 – С. 110.

¹⁶ 2. Крайг Г. К. Психология развития / Г. К. Крайг. – СПб.: Питер, 2000. – 410 с.

¹⁷ Иванова Н. Л., Проблема социальной идентичности в психологических исследованиях [Текст] / Н. Л. Иванова. – (Феномен идентичности в становлении и воспроизводстве Я субъекта и социальных структур) (Идентичность как познавательная категория и социообразующий фактор) // Мир психологии. – 2012. – № 1. – С. 18-27. – Библиогр.: с. 26-27 (38 назв.)

¹⁸ Ларионова Т.П., Социальное обслуживание пожилых дело творческое [Текст] /Т.П.Ларионова // Социальное обеспечение. 1999. – № 9. - С. 23-25.

Например, «Я – профессор» (это утверждение явно подразумевает, что я преподаю, что я главное ассистента или простого преподавателя, что я имею определённый статус в своей среде и могу рассчитывать на соответствующее отношение и привилегии. Это может неявно подразумевать, что я рассчитываю на уважение со стороны соседей, родственников и семьи, что я рассчитываю на определённый уровень жизни, достойный профессора, что я рассчитываю на определённые социальные привилегии и т. д.)¹⁹.

2. *Семейно-клановый уровень* определяется утверждениями: «Я – мать; я – дочь; я – дядя; я – кунак; я – член семьи» (клана, тейпа, племени и т. д.)²⁰.

3. *Национально-территориальный уровень*: «Я – русский; я – москвич; я – сибиряк» и т.д.

В этом уровне социальной самоидентификации обязательно содержится несколько утверждений, вложенных одно в другое, словно матрешка: «Я живу в деревне Большие Ложки; я – рязанский; я – русский; я – россиянин; я – европеец».

4. *Религиозно-идеологический уровень*: «Я – православный; я – мусульманин; я – коммунист; я – атеист; я – иудей; я – фундаменталист; я – демократ; я – пацифист» и т. д.

5. *Эволюционно-видовой уровень*: «Я – человек». Эта идентификация кажется довольно банальной, однако, заглянув немного глубже, мы найдём очень интересные оттенки. Эволюционно-видовая идентификация тесно связана с архетипами и «эволюционной памятью». В первобытных культурах это прямые утверждения, связанные с религиозным и семейно-клановыми уровнями: «Я – орёл»; «Я – лев»; «Я – волк» и т. д. В западной культуре такие ассоциативные связи редко выходят на поверхность, однако в некоторых ситуациях и состояниях сознания они также играют свою роль²¹.

Отметим, что и сама декларация «Я – человек» несёт гораздо большую смысловую нагрузку, чем просто принадлежность к биологическому виду. Для разных людей быть человеком означает не совсем одно и то же.

6. *Половой уровень*²²: «Я – мужчина»; «Я – женщина». В этих утверждениях содержится очень много оттенков, от чисто бытовых: «Я – женщина», поэтому я готовлю обед, стираю и штопаю, до очень глубоких архетипических уровней Анимы и Анимуса.

7. *Духовный уровень*: этот уровень едва ли можно определить прямым вербальным утверждением. Самое близкое (хотя и достаточно неуклюжее)

¹⁹ Лазарева В.С., Информация о международной научно-практической конференции «Пожилые люди и развитие социальных услуг» / Валентина Лазарева. // Психология зрелости и старения. 2003. – № 4. – С.41.

²⁰ Зборовский Г.Е. Пространство и время как формы социального бытия [Текст] / Гарольд Зборовский. Свердловск: Свердл. юрид. ин-т, 1974. – 223 с.

²¹ Дункер О. К., Психология продуктивного (творческого) мышления [Текст] / К. Дункер // Психология мышления. – М.: Прогресс, 1965. – 220 с.

²² Зборовский Г.Е., Пространство и время как формы социального бытия [Текст] / Гарольд Зборовский. Свердловск: Свердл. юрид. ин-т, 1974. – 223 с.

высказывание: «Я чувствую Бога, или я нахожусь в определённой связи с Богом»²³. Духовный уровень это тот комплекс ощущений, мировосприятия и связанной непосредственно с ними системы ценностей, который определяет наши отношения с внешней и социальной средой. Здесь речь идёт о системе ценностей, связанной с личным духовным опытом, а не с системой ценностей, например, предлагаемой церковью.

Читатель уже обратил внимание на то, что наша характеристика социализации и непосредственно связанных с ней социально-психологических феноменов: социального самочувствия, социального интеллекта, самоактуализации и самоидентификации – связаны с информационной социализацией.

Информационная социализация, опираясь на приведённые выше мнения различных учёных, начиная с А. Маслоу, С.Л. Рубенштейна и заканчивая М.И. Бобневой, Ю. Н. Емельяновым и А.Л. Южаниновой, говоря просто и обобщённо, – *это воздействие разного рода информации в процессе информационного взаимодействия (обмена информацией) между людьми на нормы поведения и формирование индивидуальной, общественной системы ценностей человека, которые определяют успешность его адаптации, индивидуализации и интеграции в общество*. Поэтому чтобы разобраться в этом социально-психологическом и социально-педагогическом феномене, нам необходимо, прежде всего, разобраться, что является для человека источником получения информации. Воспользуемся опытом журналистики, которая наиболее осведомлена в силу особенностей своей профессиональной деятельности в этом вопросе.

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Кто является автором термина «социализация»?
2. Какие современные науки занимаются изучением феномена социализации?
3. В чём заключается особенность социально-педагогического подхода к определению содержания понятия «социализация» (на примере определений А.В. Мудрика и Л.В. Мардахаева)?
4. В чём разница между стихийной и управляемой социализацией, какие их разновидности существуют?
5. Дайте определение понятиям «диссоциализация» и «ресоциализация»?
6. Рассмотрите социализацию как: процесс, условие, проявление и результат?
7. Охарактеризуйте три основные фазы процесса социализации: социальную адаптацию, индивидуализацию и интеграцию?
8. Какую личность можно считать социализированной и почему?
9. Назовите три основные фактора социализации и охарактеризуйте их?
10. Назовите и охарактеризуйте три способа социализации, какой из них непосредственно относится к информационной социализации?

²³ Кагермазова Л.Ц., Возрастная психология [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.twirpx.com/file/269409/>

11. Назовите основных агентов информационной социализации. Какую роль они играют в профессиональной, общественной и личной жизни человека?

12. Как влияет информационная социализация на формирование социального самочувствия (адаптацию), социального интеллекта (индивидуализацию), самоактуализацию и самоидентификацию (интеграцию) человека?

13. Как влияет информационная социализация на нормы поведения и формирование общественной и индивидуальной систем ценностей человека?

14. Дайте определение понятию «информационная социализация» с точки зрения обмена информацией между людьми в процессе общения?

1.2. Общение как одно из важнейших средств информационной социализации

Специалисты из области журналистики почти единодушно (С. Г. Корконосенко, Г.В. Лазутина, Е.П. Прохоров, А.А. Тертычный и др.)²⁴ убеждены, что источниками получения информации являются: *человек, предметно-вещевая среда и документы*. Если мы «приглядимся» внимательнее к этому утверждению, то обнаружим, что данная классификация предлагает нам фактически один источник информации – человека! Ибо и предметно-вещевая среда в разных её модификациях (СМИ, Интернет, предметы искусства, продукты научно-технического творчества и мн. др.), и документы – рукотворны, то есть создаются человеком. При этом необходимо заметить, что и природная, нерукотворная среда, также является источником информации. Современный человек об этом запамятовал, но наши предки, да и часть сегодняшнего поколения людей, например, охотники, путешественники и т. п. хорошо знают об этом. Для них умение считывать информацию с различных явлений природы является жизненно необходимым фактором, без которого их профессиональная, да и бытовая социализация не может быть успешной.

Конечно, термин «информационная социализация» – порождение современного гипертрофированного информационного сообщества. Но, тем не менее, сам процесс социализации был бы невозможен без издревле существующего обмена информацией между людьми. Информация всегда направляла, организовывала и рождала различные смыслы жизнедеятельности человека. Другими словами, процесс социализации всегда был информационно сущностным. Другое дело, что в последние десятилетия, в связи со стремительным развитием информационных технологий, она начала играть в

²⁴ Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М., 2001; Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000; Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2000; Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М., 1998

сравнении с другими способами социализации (способности запоминать и воспроизводить различные типы поведения, использование имеющихся навыков поведения в новой ситуации) главенствующую роль в социальной жизни человека. Этот способ – научение становящегося человека языку и речи как способом передачи, понимания и хранения информации (знаний)²⁵. Поэтому совершенно справедливо считается, что современный человек, владеющий методами сбора, формирования и распространения информации, более успешен в своей жизнедеятельности.

У многих подобные знания, умения и навыки ассоциируются с «грамотным» взаимодействием человека со СМИ, Интернетом и другими массовыми информационными технологиями. Но мы можем наблюдать и обратную картину, когда «продвинутые молодые технари», т. н. айтишники фактически дезадаптированы и нуждаются в совершенно не соответственной их возрасту ресоциализации²⁶. Несмотря на выдающиеся познания некоторых из них, которые воплощаются в «фантастическом» владении, по меркам представителей старшего поколения, информационными технологиями, они – своеобразные скрытые социальные сироты, обречённые на непонимание близких им людей, на одиночество и даже отторжение сообществом. Поэтому они вынуждены объединяться в группы таких же отверженных или изолированных, формировать свою субкультуру. Но! Процессы их социализации в обществе не становятся от этого продуктивнее. И презираемые ими «лузеры» – примитивные, с их точки зрения, пользователи персональных компьютером (ПК) зачастую более успешно строят свою профессиональную карьеру, имеют множество друзей и более счастливы в личной жизни. Разумеется, речь идёт о большинстве, а исключения, как известно, только подтверждают правила. Почему же так происходит? Вопрос этот нам кажется риторическим. Потому что получение, формирование и транслирование информации на непосредственном межличностном уровне более отвечает специфике деятельности человеческого общества, процессы социализации в котором протекают во многом под воздействием эмоционально-волевой сферы человека, которая требует обязательного непосредственного межличностного взаимодействия, проще говоря, живого общения. Попытка переориентировать человека только на виртуальное, дистанционное общение – это попытка превратить его в актора (биоробота), а человеческое сообщество в нечто иное, мало имеющее общего с нашим социально-биологическим видом.

В связи с этим в данном исследовании нас интересует общение как феномен получения, формирования, интерпретации и транслирования информации. За основу нашего понимания содержания понятия «общение»²⁷ мы принимаем определение В. Бороздиной, которая полагает, что это «сложный

²⁵ Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте / Л.И. Божович. – М.: Перо, 2009. – С.34

²⁶ Термин «ресоциализация», т.е. восстановление процессов социализации, чаще употребляется по отношению к пожилым людям пенсионного возраста.

²⁷ «К сожалению, научные представления об общении достаточно противоречивы. Имеется большое количество монографий и научных исследований по проблеме общения, но проблема делового общения в отечественной литературе остается практически неизученной» (В. Бороздина).

многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека» (В. Бороздина). Из большого и многообразного количества определений содержания понятия «общение» нами выбрано данное не случайно. Оно, на наш взгляд, яснее других «указывает» на социально-психологическую сущность этого явления, которое неразрывно связано с социализацией человека.

Общение между людьми как речевое взаимодействие может быть непосредственным и опосредованным. Любая информация имеет образовательную направленность и ценностнообразующий смысл, поэтому мы полагаем, что *непосредственное общение* – это прямой межличностный обмен информацией между участниками коммуникативного процесса, способствующий получению определённых знаний и социальному взаимодействию между ними.

Опосредованное общение – это также межличностный обмен информацией, обладающий теми же характеристиками, но осуществляющийся через посредника, который может быть физическим лицом («переводчик») или техническим средством. Особенностью этого общения является потеря некоторых, в каждом случае разных, но важных вербальных и невербальных средств коммуникации, которые активно участвуют в традиционных процессах социализации человека.

Рассматривая феномен информационной социализации, мы по необходимости будем обращаться к этим двум основополагающим для этого вида социализации понятиям.

Прежде всего, «живое» или непосредственное межличностное общение имеет свою специфику. Общение может происходить на различных уровнях, что определяется особенностями личности, общей культурой и т.п.

Фатический уровень (от латинского слова – «глупый») – самый примитивный уровень общения, предполагающий простой обмен репликами для поддержания разговора. Он не всегда имеет глубокий смысл и не отличается содержательностью, не несёт принципиально новой информации. В то же время он важен в стандартных ситуациях, когда просто неприлично молчать. Его «содержание» определяется этикетом социального речевого взаимодействия («Как жизнь? Как дела? Завтра будет хорошая погода!» и т. п.).

Информационный уровень. На этом уровне осуществляется обмен информацией, сопровождающийся мыслительной, эмоциональной и поведенческой активностью человека. Преобладает в условиях совместной деятельности или дружеской встречи. Способствует активному включению человека в процесс коммуникации.

Личностный (духовный) уровень – взаимодействие, в процессе которого субъекты способны к глубокому самораскрытию и постижению сущности другого человека. Такое общение возможно лишь при позитивном отношении к себе, к другим и миру в целом.

Общение самим с собой – это внутриличностное индивидуальное общение (диалог со своим внутренним «Я»), предполагающее особую точку зрения на себя и окружающее, которая может меняться. В ходе такого разговора человек мысленно может общаться с тем, с кем общался недавно, продумывать тактику будущего общения и т. п.

Основными функциями общения традиционно в социальной психологии считаются:

1. *Познавательная функция.* Она состоит в том, что общение является источником важной для личности информации о происходящих в социальной группе (социуме), в сфере, к которой она принадлежит, событиях. Часто это информация о том, как воспринимают члены группы друг друга, о их намерениях, состояниях, действиях, событиях, которые происходят в результате их совместной деятельности. В конечном счёте общение служит интересам формирования взаимопонимания между ними.

2. *Развивающая функция.* Она указывает на то, что общение играет заметную роль в социализации человека, потому что способствует развитию его знаний, умений и навыков, прежде всего, способствующих более продуктивному взаимодействию с другими людьми. Совершается разносторонний обмен информацией, мотивами и интересами, в результате чего происходит изменение психологических свойств и качеств личностей социальной группы.

Особенности группы в целом выступают как общий фактор, влияющий на членов группы, обеспечивающий сближение их знаний, взглядов, отношений, умений, привычек и пр., и вместе с тем группа представляет собой «поле», открывающее возможности и для проявления

индивидуальных возможностей развития личностей.

3. *Детерминирующая функция* регулирует поведение членов группы, способствует побуждению у них интересов к совместной деятельности, составлению коллективных планов, возникновению общих мотивов, желаний, потребностей, которые в дальнейшем интерпретируются в индивидуальных и групповых поступках. Общение в этом случае способствует возникновению и усилению определённых психологических состояний, процессов, проявлений активности. И, наоборот, – сдерживанию, недопущению, ослаблению такой активности.

4. *Сплачивающая функция* – это способствование в социальной группе через общение возникновению между её членами взаимопонимания, согласия, отысканию компромисса, установлению близких взаимоотношений, социально-психологической синхронизации их психофизических ситуативных состояний, согласованию действий.

5. *Функция управления, руководства.* В этом случае общение малой группой используется в качестве организующего фактора, способствующего установлению организационного порядка в жизни и деятельности группы, достижению чёткого взаимодействия всех членов группы в ходе совместной деятельности, достижения её целей и удовлетворения интересов каждого.

Добиться продуктивной «работы» этих функций возможно только при чётком представлении, какова природа структуры общения, и при неукоснительном соблюдении психологической культуры общения.

Структура общения состоит из *мотивационно-целевого компонента* и трёх сторон общения: *коммуникативной, интерактивной и перцептивной*.

Мотивационно-целевой компонент общения – это системы мотивов и целей общения. Мотивы бывают следующими: потребности, интересы одного человека, проявляющего инициативу в общении; потребности и интересы обоих партнёров общения; потребности, вытекающие из совместно решаемых задач.

Совпадение мотивов общения колеблется от полного совпадения до конфликта. В соответствии с этим общение может носить дружеский или конфликтный характер.

Основными целями общения могут быть: получение или передача полезной информации; активизация партнёров; снятие напряжённости; управление совместными действиями; оказание помощи и влияние на партнёров по общению. Цели участников общения могут совпадать или противоречить, исключать друг друга. От этого и зависит характер общения.

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Охарактеризуйте основные источники информации: документы, предметно-вещевую среду и человека?
2. Дайте определение понятию «общение» с точки зрения процесса обмена информацией между людьми?
3. В чём заключается суть непосредственного и опосредованного общения?
4. Назовите основные уровни общения и охарактеризуйте их с точки зрения информационной социализации?
5. Назовите основные функции общения и охарактеризуйте их с точки зрения информационной социализации?
6. Назовите основные элементы структуры общения и кратко охарактеризуйте их?

1.3. Социально-культурный смысл коммуникативной стороны общения

Социализация человека во многом зависит от содержания (социального смысла) общения, которое формируется с помощью названных в п. 1.2. трёх сторон общения: коммуникативной, интерактивной и перцептивной. В реальном речевом социальном взаимодействии каждая из этих трёх сторон общения, которые будут рассмотрены далее в нашем учебном пособии, не существуют изолированно друг от друга. Такое своеобразное их «теоретическое обособление» нам необходимо только для того, чтобы проследить, как они по-особенному отражаются на процессах социализации в целом и, в частности, на информационной социализации человека в современном обществе.

Коммуникативная сторона общения – прямой (простой) обмен информацией между общающимися индивидами. Специфика обмена информацией в коммуникативном процессе заключается в том, что в ходе совместной деятельности люди обмениваются между собой различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, установками и пр.

Всё это можно рассматривать как информацию, и тогда сам процесс общения можно понимать как процесс обмена информацией. Однако было бы не вполне корректно интерпретировать этот процесс в терминах исключительно теории информации. Процесс человеческой коммуникации гораздо многостороннее. При рассмотрении человеческой коммуникации с точки зрения теории информации фиксируется лишь формальная сторона дела: как информация передаётся, в то время как в условиях человеческого общения она не только передаётся, но и *формируется, уточняется, развивается*. То есть она имеет образовательный, а значит и социально направленный смысл. Ибо содержание образования, по утверждению Эдуарда Днепров, с которым мы согласны, многопланово. Оно включает в себя:

«– *Собственно педагогический план* – обучение воспитание и развитие личности, способной к самообучению, самовоспитанию, саморазвитию, к нравственному, духовному и гражданскому выбору и ответственности за этот выбор, к сознанию национальной идентичности и глобальных проблем современного мира, к профессиональному самоопределению и самостоятельной деятельности в условиях динамично меняющейся жизни для достижения личной самореализации и процветания страны.

– *Социальный план* – одно из наиболее значимых социальных благ, фундамент и основное средство приращения человеческого капитала нации.

– *Социально-политический план* – первейший инструмент формирования гражданских ценностей и гражданского сознания, становления гражданского демократического общества.

– *Социально-экономический план* – источник и основной ресурс экономического роста страны, её благосостояния и конкурентоспособности.

– *Цивилизационный план* – основа преемственности культур и цивилизаций, мост, обеспечивающий сегодня переход к новому состоянию общества – обществу знаний и соответственно к экономике знаний»²⁸

Разумеется, общение имеет прямое отношение к социальной педагогике. Потому что, *во-первых*, общение нельзя рассматривать как простое «движение информации» между двумя людьми, поскольку здесь мы имеем дело с отношением двух индивидов, каждый из которых является активным субъектом. Значит, направляя информацию партнёру, каждый из субъектов должен ориентироваться на то, зачем с ним вступают в общение, какие для этого используются методы и т.п., то есть анализировать мотивы, цели, установки своего партнёра. Нужно также предполагать, что в ответ на посланную информацию будет получена новая информация, исходящая от партнёра. Это означает, что информация в человеческом обмене приобретает социальную

²⁸ Днепров. Э., «Общество вне реформы» // Народное образование, №7, 2005 г.

значимость, потому что люди стремятся при этом выработать общий смысл понятий. Т. е. информация не просто принимается «к сведению», но и совместно осмысливается партнёрами по общению. Поэтому в каждом коммуникативном процессе *деятельность, общение и познание* даны их в единстве.

Например, общение в деловых сферах это всегда вид деятельности, от которого зависит результат заключенной между партнёрами сделки. Но, кроме этого, деловые партнёры всегда приобретают некоторый опыт, иногда узнают новую информацию, которая приумножает их индивидуальные знания, особенно, если предметом сделки является совершенно новое дело.

Во-вторых, для обмена информацией между людьми характерно, что посредством системы знаков партнёры могут повлиять друг на друга. Иными словами, обмен информацией обязательно предполагает воздействие на поведение партнёра. Эффективность коммуникации в данном случае в контексте общения измеряется именно тем, насколько удалось это воздействие. Это означает изменение самого типа отношений, который сложился между участниками коммуникации во время общения. Ничего подобного не происходит в «чисто» информационных процессах.

Например, если один из общающихся просит у другого деньги, то он никогда их не получит, если не сможет эмоционально расположить к себе партнёра по общению.

В-третьих, общение возможно лишь тогда, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор), и человек, её принимающий (реципиент), обладают единой или сходной системой кодификации и декодификации. На быденном языке это правило выражается словами: «все должны говорить на одном языке». Это особенно важно, потому что во время процесса общения коммуникатор и реципиент постоянно меняются местами. Обмен информацией между ними возможен лишь при условии, что знаки и закреплённые за ними значения известны всем участникам процесса общения. Это условие называется условием интересубъективности знака.

Только принятие единой системы значений обеспечивает возможность партнёров понимать друг друга. Для описания этой ситуации социальная психология заимствует из лингвистики термин «тезаурус», обозначающий общую систему значений, принимаемых всеми членами общающейся группы людей. Но дело в том, что, даже зная значения одних и тех же слов, люди могут понимать их неодинаково. Социальные, политические, возрастные особенности могут быть тому причиной. Мысль никогда не равна прямому значению слов, она всегда имеет индивидуальный оттенок, так как основана на разном интеллектуальном, профессиональном, культурном, эмоциональном, психологическом и прочих опытах общения каждого из конкретных людей. Поэтому у общающихся людей должны быть идентичны не только лексическая и синтаксическая системы, но и одинаковое понимание ситуации общения. Поясним это на житейском примере.

Например, муж, встреченный у двери словами: «Я купила сегодня несколько электрических лампочек», не должен ограничиваться буквальным истолкованием полученной информации. Он должен понять, что ему надо пойти

на кухню и заменить перегоревшую лампочку. Пропуск смыслового звена в приведённом примере – распространённый случай обыденного речевого общения, но не единственный случай, когда общающиеся люди могут либо понять друг друга с полуслова, либо нет. Эта проблема коммуникации хорошо известна в логике, а также в работе переводчиков. Когда мы говорим: «Я сегодня съел за обедом две тарелки супа», вряд ли кто-то из нас задумывается об абсурдности сказанного, потому что собеседник вполне нормально, «правильно» воспринимает полученную информацию. А каково переводчику, которому мгновенно необходимо на иностранный язык перевести такую фразу: «И я начала работать как бешеная собака!» (пример взят из телевизионного интервью).

Наконец, *в-четвёртых*, в условиях человеческой коммуникации могут возникать специфические коммуникативные барьеры.

Они носят социальный или психологический характер. *Социальные барьеры* возникают, когда отсутствует единое понимание ситуации общения, когда социальные, религиозные, профессиональные различия партнёров порождают разную интерпретацию содержания одинаковых понятий, которая часто базируется на различных мировоззренческих позициях людей.

Например, понятия «демократия» и «демократическое государство» понимаются по-разному в США, Китае и тем более в исламских государствах. Это порождает не только непонимание какой-то части человечества другой, но и приводит к социальной конфронтации.

В качестве примера возможного возникновения *психологических барьеров* в процессе общения можно назвать чрезмерную застенчивость одного партнёра, скрытность другого, или ситуацию, когда между партнёрами сложились отношения неприятия, недоверия друг к другу. В этом случае особенно прослеживается связь между общением и социальным отношением, которая отсутствует в кибернетических системах.

Как было сказано выше, названные особенности человеческой коммуникации не позволяют рассматривать её только в терминах теории информации. Однако целесообразно позаимствовать ряд понятий из этой теории. Например, понятие «направленность сигнала» позволяет выделить: *аксиальный коммуникативный процесс*, когда сигналы направлены отдельным людям; *ретиальный коммуникативный процесс*, когда сигналы направлены множеству вероятных адресатов.

Исследование ретиальных коммуникативных процессов имеет особое значение в связи со стремительным развитием различных средств массовой коммуникации (СМК). В случае ретиальной коммуникации происходит социальная ориентация участников информационного взаимодействия через осознание их принадлежности к определённой социальной группе. Именно так с помощью СМК формируется общественное мнение по поводу локальных событий, происходящих в обществе, а через них определённая система ценностей, которая становится неотъемлемой частью общественного сознания людей, объединённых в большие социальные группы.

Например, на уровне государства (большой социальной группы, входящей в состав государственного образования) это происходит таким образом. Американские СМК в течение второй половины 20-го и в начале 21-го века активно формировали в своём государстве образ внешнего врага. Сначала это было тоталитарное коммунистическое государство, затем тоталитарное исламское государство, теперь постсоветская Россия. Таким образом, США «присваивалась» социальная роль гаранта соблюдения человеческих прав в мире. Через освещение в СМИ под необходимым углом зрения многочисленных событий, происходящих на геополитическом пространстве, утверждалось, что только эта нация способна спасти человечество от надвигающейся угрозы физического уничтожения. Это привело к тому, что большинство граждан США действительно в это поверили и считают, что все вмешательства их государства во внутренние дела других стран вполне оправданы. Эта юная нация забыла (если только вообще знала) печальные уроки истории, когда, например, Наполеон точно так же вводил в заблуждение свой народ после Великой французской революции, в результате чего было пролито много человеческой крови, в том числе и в России в 1812 году. Весьма похожими лозунгами руководствовался и Гитлер, мечтая о мировом господстве германского сверхчеловека.

Приведённый выше пример не означает, что ретинальный коммуникативный процесс может выполнять только деструктивные функции. Всё зависит от того, кто и какие идеи вкладывает в него, какие социальные группы обладают возможностью идеологически на него влиять и реально распоряжаются материальными ресурсами информационных инфраструктур.

Распространение информации в обществе происходит через своеобразный «*фильтр доверия*» и «*фильтр недоверия*». В результате действия такого фильтра абсолютно истинная информация может оказаться непринятой, а ложная – принятой. Существуют средства, которые ослабляют действие «фильтра недоверия» путём создания дополнительного «фона».

Таким фоном может быть музыкальное или цветное сопровождение речи. Или видеоряд, который усиливает её смысловую направленность. Удачным примером такого социально-психологического воздействия можно считать принцип монтажа документального фильма кинорежиссёра М. Рома «Обыкновенный фашизм». Дело в том, что автор синхронизировал закадровый текст, рассказывающий о деяниях гитлеровцев в их собственной интерпретации, с кадрами документальной кинохроники, которые показывали истинное лицо этих «героев», занимавшихся массовыми убийствами граждан разных стран. Разновидность этих средств очень многообразна. Их совокупность называется *фасцинацией*.

Существует множество разновидностей информации, из которых в контексте нашей темы целесообразно выделить *побудительную и констатирующую*.

Побудительная информация выражается в приказах, советах, просьбе. Она рассчитана на то, чтобы стимулировать человека на определённые социальные действия:

– *активация* – побуждение к действию в заданном направлении (например, крик «Ура!» во время атаки);

– *интердикция* – запрет нежелательных действий (например, администрация театра просит выключить сотовые телефоны зрителей, потому что они будут мешать во время представления);

– *дестабилизация* – раскогласование или нарушение некоторых форм поведения или деятельности (например, использование некорректных приёмов ведения спора во время дискуссии. «Аргумент к смелости» – скрытая угроза в адрес оппонента: «Ты можешь говорить, что тебе угодно, но по окончании дискуссии я подумаю – будешь ли ты работать у меня...»), – говорит работодатель подчинённому, который ему оппонирует).

Констатирующая информация презентуется в форме «нейтрального», безоценочного сообщения. Она применяется в различных образовательных системах и не предлагает непосредственного изменения поведения. Характер сообщений может быть различным: от изложения «безличностным» тоном до включения в сам текст явных элементов убеждения.

Примером безличностного изложения сообщений могут служить телевизионные информационные программы, дикторы которых всего за несколько минут вынуждены рассказывать о множестве событий. Они, как правило, эмоционально ими не «осмысливаются», прежде всего, потому, что у них нет на это времени. А явные элементы убеждения активно используются во всех ток-шоу и в таких авторских программах, как «Однако», «Специальный корреспондент» и др.

Способы трансляции информации также весьма многообразны. Но это многообразие условно можно свести к двум основным видам: *вербальной и невербальной*.

Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь, естественный звуковой язык.

Коммуникатор в процессе речи кодирует информацию (облекает её в некую систему речевых знаков), а реципиент в процессе слушания декодирует эту информацию. Успех декодирования (восприятия информации) в прямую зависит от готовности и желания реципиента вступить в совместную коммуникационную деятельность.

Точность понимания слушающим смысла сообщения может стать очевидной для говорящего (коммуникатора) лишь тогда, когда произойдёт смена «коммуникативных ролей», т. е. когда реципиент своими высказываниями даст понять коммуникатору, как он раскрыл смысл полученной информации. Диалог, или диалогическая речь, представляет собой последовательную смену коммуникативных ролей, в ходе которой проясняется смысл речевого сообщения и происходит обогащение и развитие информации.

В данной фазе общения посредством речи не просто передаётся информация. Участники коммуникации воздействуют друг на друга, ориентируют, убеждают друг друга, т. е. стремятся добиться определённого изменения поведения.

Искусство убеждения посредством речи заключается в умении построить правильную *модель речевого коммуникативного процесса*. Она представляет собой простую, но эффективную схему (формулу): коммуникатор + сообщение + информационный канал + аудитория (реципиент, группа) = *эффективность*.

Позиция коммуникатора. У коммуникатора как у участника коммуникативной стороны общения выделяются три позиции:

1. *Открытая*, когда коммуникатор не скрывает, что он является сторонником излагаемой точки зрения.

Например, в открытых публицистических выступлениях этой позиции, по крайней мере, должны придерживаться социально ответственные политики, журналисты и все средства массовой коммуникации. Их информация должна быть простой, ясной и доступной для большого количества людей, не содержать в себе подтекста и двусмыслиц. В противном случае транслируемая ими информация будет восприниматься как попытка манипуляции сознанием. Причём это касается не только прямой дезинформации, но и простого скрывания коммуникаторами некоторых фактов. Считается, хотя, может быть, это мнение и небесспорно, что информация, которая транслируется коммуникатором, находящимся в открытой позиции по отношению к аудитории, более быстро воспринимается и усваивается сознанием человека.

2. *Отстранённая*, когда коммуникатор держится нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения. Такую позицию должны занимать, например, ведущие дискуссий, которые вольно или не вольно выступают в роли «третейских судий». Также обязаны сохранять нейтральную позицию модераторы фокус-групп, исследующие общественное мнение по поводу самых разнообразных вопросов (потребление товара, изучение ценностей и норм поведения людей и т. п.). Это необходимо для того, чтобы они невольно не оказывали давление на участников групповой дискуссии или группового интервью. Судья во время слушания дела не должен выказывать свои симпатии ни к стороне обвинения, ни к стороне защиты. Это необходимо для объективного рассмотрения всех точек зрения и формирования на их основе относительно объективного суждения (приговора).

Такую позицию занимал часто, по нашим наблюдениям, В. Познер, по крайней мере, как ведущий телевизионной программы «Времена».

3. *Закрытая*, когда коммуникатор умалчивает о своей точке зрения, даже прибегает иногда к специальным мерам, чтобы скрыть её. Такая позиция наглядно демонстрируется ведущими в различных телевизионных играх «Что? Где? Когда?», «Поле чудес», «Как стать миллионером» и т. п. Это также один из принципов построения речевого взаимодействия в таких видах профессиональной деятельности, как дипломатия и внешняя разведка.

Надо заметить, что приведённое выше «деление» коммуникаторов на позиции достаточно условно. В процессе реального «живого» общения, которое свойственно именно для социализации, коммуникатор может, а в иных случаях и должен переходить с одной позиции на другую во время речевого социального взаимодействия.

Нелепо или вызывающе выглядит тот человек, который только «режет правду-матку в глаза». Его ум не гибок, он не способен к компромиссам, это создаёт в его жизни и в жизни окружающих его людей множество социально-психологических проблем, которые нередко перерастают в межличностные конфликты. Он «генетически предрасположен» быть изгоем, процесс его социализации всегда напряжённый, чреват многочисленными перепадами восхождений до самых высоких статусных позиций и падений до самых низких. Как правило, это либо люди нестандартные, не вписывающиеся в социальную парадигму своего времени или конкретного общества, либо страдающие скрытыми или явными психологическими патологиями

Неприятен в общении человек, который никогда не высказывает собственного мнения, бесконечно лавирует между чётко выраженными социальными позициями других людей. О таких в народе говорят: «Не вашим, не нашим», «У него семь пятниц на неделе», «В тёмном омуте черти водятся» и т. п.

И уж совсем неприлично выглядит тот, кто преднамеренно постоянно скрывает цели своего общения, пытаясь тайно управлять поведением других людей.

В процессе живого непосредственного общения человек десятки раз меняет свою позицию, непринуждённо осуществляя сложный их синтез. Искусство общения, а если взглянуть шире – социализации как раз в том и состоит, чтобы этот процесс протекал разнопланово, с нанесением минимального дискомфорта окружающим людям. Хотя, конечно, во время интеграции в то или иное сообщество не обойтись без определённых умалчиваний и дистанцирования от некоторых людей и идей, которые они активно артикулируют в обществе.

В некоторые из моментов человеку необходимо, особенно при постановке темы, цели общения и в формулировании его результатов, занимать открытую позицию. В ходе общения, для его активизации, можно занять отстраненную позицию, чтобы дать возможность высказаться обстоятельнее как можно большему количеству людей. Иногда человеку просто необходимо в силу личных причин или, например, во время делового общения скрыть свою позицию, чтобы не нанести возможный ущерб близким людям, коллегам по работе и т. д.

Логическая форма сообщения также является важным коммуникативным звеном. При подготовке текста сообщения устанавливается определённая пропорциональность в соотношении между различными его частями.

В этом случае, прежде всего, учитывается логика построения сообщения. То есть последовательность и пропорциональность таких его частей, как *вступление, основная часть и заключение* (вывод). Обычно вступление подразумевает небольшой объём сообщения, в котором формулируется его тема и цель.

Основная часть самая значительная по объёму, так как именно в ней сосредоточены различные точки зрения, аргументы, реализация логических и психологических приёмов межличностного общения (т. е. соблюдение основных

положений теории аргументации, корректных и некорректных правил ведения спора) и т. п.

Заключение, или вывод, всегда очень короткое динамичное высказывание, с акцентом на полученный результат (основную мысль).

Это традиционные требования для написания или публичного транслирования любой из разновидностей научной работы: курсовой или дипломной работы, диссертационного исследования, научной или научно-публицистической статьи, доклада. Также эти требования распространяются на разные виды преподавательской деятельности. Они же являются неотъемлемой частью делового общения, которое стремится к краткости и логической последовательности.

Есть в сообщении и своя логика убеждения. Она, прежде всего, связана с искусством взаимодействия его содержания и формы. Это подбор фактов и эффективное их использование, искусное применение дедуктивных и индуктивных способов мышления, соблюдение законов формальной логики (законов тождества, непротиворечия, исключённого третьего и достаточного основания), элементов художественно-образных, публицистических и научных форм выражения мысли, организации психологической тактики воздействия на аудиторию или отдельную личность для достижения стратегических целей общения. Умение чётко определить и распределить социальные роли среди участников общения, обеспечить их эффективное, продуктивное взаимодействие и т. д. Такой подход также является неотъемлемой частью любой научной работы, делового общения, которые требуют непротиворечивости и достоверности транслируемой информации.

Информационный канал. При организации общения необходимо учитывать специфические особенности информационного канала, через который сообщение будет транслироваться. Это определяет во многом успешность достижения основной цели сообщения.

Информационным каналом может считаться любой источник, посредством которого осуществляется транслирование информации. В том числе – человек. Осознанная ориентация на определённый информационный канал помогает организовывать грамотное социально-психологическое воздействия на аудиторию или отдельно взятого человека и продуктивно взаимодействовать с ними.

Например, одна и та же информация может быть по-разному интерпретирована различными информационными каналами, которые могут представлять из себя разные по целям и задачам деятельности издания (политические, информационно-аналитические, коммерческие, общественно-образовательные и т. п.), разные страны (Россия, США, страны третьего мира), разные общественные объединения (религиозные, национальные, культурно-просветительские и т. п.), разных людей (политик, юморист, художник, экономист и т. п.).

Информационный канал как субъект неформальной и информальной образовательной деятельности, в том числе преподаватель и журналист, играет важную роль в распространении информации. Он не только транслирует

определённые социальные и другие знания, но и способен воздействовать на ценностное самоопределение людей и их нормы поведения. Часто тот или иной, образно говоря, «предмет», включённый в информационную повестку дня, лекции, семинара, дискуссии и т. п., имеющий одинаковое содержание, становится любимым или нелюбимым только из-за того, кто (какой информационный канал) презентует этот «предмет».

Информационный канал требует того, чтобы его «хозяин» заботился о его дееспособности. То есть обновлялся новым содержанием, новыми средствами транслирования, был в необходимом эмоционально-образном тоне и т. п.

Наконец, информационный канал, особенно в средствах массовой коммуникации, ещё до транслирования информации может создавать определённые психологические предпосылки для потребления информации (юмористическая, аналитическая, новостная и т. п. передачи), форматировать необходимые нормы поведения реципиента (церковная проповедь, телевизионное шоу, научно-практическая конференция и т. п.).

Аудитория. Важнейшее место в модели речевого коммуникативного процесса занимает аудитория (реципиент, группа). При организации общения необходимо учитывать особенности состава аудитории, с которой будет вступать в речевое взаимодействие коммуникатор. Для этого необходимо как можно детальнее понять, какова психологическая установка реципиентов на предстоящий процесс коммуникации.

Например, готовы ли они или он к позитивному восприятию информации и, как следствие этого, к соответственному внутреннему или внешнему диалогу с коммуникатором. Или, напротив, настроены против тех целей и задач, которые он хочет решать вместе с ними в процессе общения. Какова, предположительно, их или его оценка личности коммуникатора как профессионала, человека. Разделяют или не разделяют люди его взгляды на артикулируемую им проблему. Интересна или не интересна для них тема разговора. Как глубоко они или он посвящены в суть обсуждаемого вопроса и т. п.

При поиске ответов на эти и другие вопросы, которые характеризуют социально-психологическую установку на восприятие информации, коммуникатор неизбежно будет вынужден учитывать профессиональные, возрастные, гендерные, национальные, психофизиологические и другие характеристики людей, с которыми ему предстоит общаться. От того, насколько ясно он будет себе представлять, с какой аудиторией (реципиентом, группой) ему предстоит общаться, зависит успешность кодификации или декодификации транслируемой информации. То есть того, насколько аудитории будет понятно, близко или хотя бы приемлемо то, о чём предстоит разговор, и возможно ли возникновение конфронтации. Если да, то какие социально-психологические меры необходимо предпринять в ходе общения, чтобы её сгладить, избежать или перевести в позитивное русло. Словом, как выстраивать тактику и стратегию своего речевого с взаимодействия со слушателями.

Не менее важно знать и уметь на практике применять во время непосредственного или опосредованного общения невербальные средства коммуникации. Особенно во время публичного общения с большим количеством

людей. Невербальные средства коммуникации не только дополняют экспрессивными реакциями поведение коммуникатора, но и наполняют его речь семантикой (т. е. смыслом поступков). В классической социальной психологии принято выделять следующие невербальные средства коммуникации:

1. *Опτικο-кинетическая система знаков* – жесты, мимика, пантомимика (т. е. моторика рук, лица, позы). Эта общая моторика различных частей тела, которая отображает эмоциональные реакции человека, что придаёт общению нюансы, которые связаны с национальным менталитетом, сложившимися народными традициями общающихся.

Например, кивок головы сверху вниз у русских означает знак согласия, а у болгар отрицание.

Моторика рук, лица, тела являются важным средством эмоционального воздействия на партнёра по общению. Эти средства используются для достижения разных целей. Например, для фиксации внимания (обычно это жесты рукой, наподобие тех, которые используются пешеходом для водителей автомобилей при переходе дороги), для подчёркивания ритма речи (примерно так же, как дирижёр использует свою палочку для руководства музыкантами во время исполнения музыкального произведения), для точной передачи эмоционального состояния (мимика лица, с помощью которой подчёркивается то или иное состояние, например, страх, радость, отношение к явлению – обожание, брезгливость и т. д.). Область исследования, которая имеет дело с проблемами оптико-кинетической системы знаков, называется *кинесикой*.

2. *Паралингвистическая система* – вокализация, т. е. особенности владения артикулярным аппаратом, умение правильно дышать во время организации своей речи, выбор диапазона, тембра и тональности голоса.

Общеизвестно, что человеческий голос – лучший музыкальный инструмент. И только от коммуникатора зависит, что он исполнит на нём – какофонию или стройное музыкальное произведение. Смена тембра голоса, демонстрация его диапазона, сила и чёткость звучания речи не менее важны для смыслообразования, чем логические средства. Можно интереснейший текст превратить в заунывный и, наоборот, заурыдный – в интереснейший только за счёт вокализации голоса.

Особенно важным компонентом это является в сфере деятельности «человек-человек», к которой относятся в том числе и такие профессии, как педагогика и журналистика.

Например, педагог, который монотонным (звучащим на одной ноте) голосом читает лекционный материал, рискует «усыпить» аудиторию. И, напротив, например, в телевизионной журналистике немало примеров, когда корреспондент обладает неприятным «дребезжащим» голосом, вследствие чего репортажи, которые он ведёт с места событий, вызывают у слушателей раздражение и, как следствие, эмоциональное отторжение, хотя информация сама по себе вполне заслуживает их внимания.

3. *Экстралингвистическая система* – это приёмы ритмической организации речи, т. е. включение в неё пауз, покашливания, плача, смеха, смены темпа. Вместе с вокализацией голоса приёмы ритмической организации

речи играют важную роль в создании эмоциональной окраски речи, которая отчасти выполняет роль фазинации и помогает ярче воспринимать смысл транслируемой информации. Эта система непосредственно связана с психологией общения, так как разнообразные паузы часто служат средством психологической разрядки и управления вниманием аудитории. Например, оратор, который умеет впечатляюще скорбеть или заразительно смеяться, имеет больше шансов завладеть вниманием людей.

Выделяют две разновидности пауз:

– логическую, когда синтагма²⁹ ставится перед словом, которое необходимо по тем или иным причинам (в том числе смысловым) выделить в звучащей речи (казнить нельзя / помиловать; казнить / нельзя помиловать);

– психологическую (театральную), когда пауза направлена на достижение определённых психологических целей. Например, чтобы обратить внимание собеседника или аудитории на то или иное явление. Так часто поступают опытные педагоги, когда они, подобно актёрам на сцене, во время лекции или урока замолкают, чтобы ученики (студенты) успокоились и обратили внимание на то, что образовательный процесс продолжается и важно, оставив все посторонние дела, слушать то, что говорит преподаватель.

Не менее важно уметь ритмически грамотно организовывать свою речь, особенно когда информацию приходится транслировать достаточно долгое время. Во-первых, смена темпа речи может служить для предания ей определённой экспрессивной окраски (тревоги, таинственности, торжественности и т. п.) Во-вторых, это хороший приём для обращения (акцентирования) внимания на какую-то важную часть информации, которая в этом случае медленно проговаривается коммуникатором.

Оптико-кинетическая, паралингвистическая и экстралингвистическая системы увеличивают семантическую значимость информации.

4. *Проксемическая система* – умение организовать пространство и время речевого общения. Проксемика как специальная область, занимающаяся нормами пространственной и временной организации общения, имеет большое прикладное значение для оптимального размещения дискуссионных групп, при проектировании зданий и сооружений, предназначенных для общения. Умение организовать пространство и время речевого общения необходимы любому человеку, но особенно они востребованы в сфере делового общения, в педагогике и журналистике.

Так, например, размещение партнёров лицом друг к другу символизирует внимание к говорящему. Доказано преимущество некоторых пространственных форм организации общения. Например, совет директоров принято проводить в замкнутом изолированном помещении. Собравшиеся располагаются за прямоугольным столом, во главе которого сидит глава компании – генеральный директор, а рядом, слева и справа, его ближайшие доверенные лица. Вызвано это необходимостью соблюдения автономности такого вида делового общения и его чёткой иерархизации.

²⁹ Синтагма – знак логического ударения.

Дискуссия, напротив, предполагает её проведение в просторном помещении и свободное расположение участников, но так, чтобы они могли друг друга видеть и слышать. Ведущий (модератор) располагается в центре. Для дискуссии – формы открытого межличностного общения, важно наличие зрителей, которые могут принимать сторону одного (одних) из оппонентов, выступать в случае необходимости экспертами.

Похожая пространственная организации общения при полемике. Разница заключается в том, что она более линейна. Сторонники разных точек зрения, это уже не оппоненты, а противники, рассаживаются напротив друг друга, но так, чтобы между ними не мог возникнуть спонтанный физический контакт. Модератор находится не в центре, а строго между ними.

Интересна специфика организации пространства круглого стола, который часто путают с дискуссией. Действительно, и дискуссия, и круглый стол могут проходить за столом круглой формы. Но у круглого стола более ярко выражена структура общения: ведущий часто «по кругу», а не по желанию предоставляет слово его участникам. Они могут оппонировать с другими членами круглого стола, но только в ущерб отпущенного им времени. То есть во время проведения круглого стола предполагается более строгий регламент выступлений. Роли ведущего дискуссии и круглого стола также различны. Последний, скорее, руководитель (регулирующий), чем ведущий, который более включён в «спектакль» дискуссии. Кроме того, участниками круглого стола, как правило, являются компетентные эксперты по обсуждаемой проблеме, а в дискуссии могут принять участие просто заинтересованные равнодушные люди. И последнее, – для круглого стола необязателен зритель. Если он даже присутствует на мероприятии, то более пассивен, чем на дискуссии: на его мнение ни эксперты-участники, ни модератор не ориентируются.

Выше были приведены некоторые примеры группового общения.

Свою специфику имеет пространственная организация как внеколлективного общения больших масс людей, так интимного общения. В обоих случаях, в отличие от группового общения, значительную роль играют декорации. Например, для митингов важно наличие трибуны, акустической аппаратуры, плакатов, лозунгов, знамён и прочих аксессуаров, подчёркивающих публичность происходящего «общественного спектакля».

Для интимной встречи, например, двух влюблённых желателен особый вид освещения (свечи, настольный светильник и т. п.), важную функциональную роль выполняют костюмы участников, наличие других красивых вещей, подчёркивающих романтическую природу происходящего действия.

Организация временного пространства особенно важна при деловом общении, о чём косвенно свидетельствует одна из самых распространённых пословиц деловых людей: «Время – деньги». В особенном временном режиме (по расписанию) осуществляют свою профессиональную деятельность педагоги. Кроме того, их занятия имеют временную фабулу (начало, основная часть, заключение), каждому из этих эпизодов соответствуют определённые педагогические формы.

Умение «контролировать» время – важная профессиональная черта журналистов, особенно работающих на телевидении.

Примером значимой временной характеристики организации общения, с психологической точки зрения, является опоздание. Опоздавший человек, например, на лекцию или на совещание невольно приковывает к себе на некоторое время внимание больше, чем остальные. Или, например, приход участников заблаговременно до начала дипломатических переговоров, истолковывается как проявление неуважения. В дипломатии разработаны в деталях различные возможные «допуски» опозданий с соответствующими им значениями.

5. *Знаковая система «контакт глаз»* – специфика визуального общения.

Контакт глаз один из самых важных компонентов невербальной сферы общения человека, который имеет ярко выраженную психофизиологическую основу. Как биологический вид человек унаследовал от животного мира некоторые психологические реакции на визуальный контакт между живыми существами. Так, известно, что в животном мире продолжительный неотрывный взгляд в глаза одного животного другому обозначает угрозу нападения. Наблюдение искоса с помощью бокового зрения также не предвещает ничего хорошего. Такого рода контакт глаз у человека вызывает аналогичные ощущения.

Важной проблемой во время транслирования информации большому количеству людей во время публичных выступлений (в т. ч. лекций, брифингов и т. п.) является умение коммуникатора поддерживать обратную связь с аудиторией с помощью дозированного распределения внимания на некоторую часть аудитории. Общеизвестно, что невозможно контролировать поведение большого количества людей, рассказывая что-то только одному из них.

Не менее сложная задача решается коммуникатором во время общения с одним человеком или небольшой группой. Слишком пристальное рассматривание или неподвижный взгляд глаза в глаза создают у собеседника чувство неловкости, которое бессознательно интерпретируется как попытка коммуникатора навязать (гипнотизировать), помимо его желания, свою волю собеседнику.

Вместе с тем собеседника раздражает, когда у его партнёра «блуждающий взгляд» или он не смотрит в глаза во время беседы, глядит напряжённо или слишком иронично и т. д.

Есть гендерные, деятельностные, национальные, возрастные и другие особенности контакта глаз. Мужчины не любят, когда их пристально (бесцеремонно) разглядывает женщина, такой контакт глаз расценивается как неуважение. Женщинам, как правило, такое «визуальное поведение» со стороны мужчин нравится, некоторые из них всеми кокетливыми, игривыми, вроде бы ненароком «брошенными» взглядами стараются привлечь к себе такого рода внимание.

Деятельностные отношения возникают на основе обмена информацией, которая непосредственно связана с конкретным видом деятельности. Например, для деловых отношений неприемлемо избегать взгляда собеседника. Такое

поведение расценивается как слабость или притворство. Журналист и педагог в разных обстоятельствах и в разной степени стремятся дозированно распределять внимание посредством контакта глаз. Но, тем не менее, для этих профессий важно сохранять комфортную социально-психологическую атмосферу, от которой напрямую зависит конечный результат их деятельности. Для журналиста – это получение необходимой информации, для педагога – мотивирование учащегося (студента) на получение необходимых знаний, умений и навыков.

У национальностей, которые считаются более темпераментными, приветствуется открытый контакт глаз, у других, более сдержанных по своей природе, ценится умение скрывать свои чувства.

Ребёнку, в отличие от взрослого, свойственно фиксировать внимание, прежде всего, на человеческом лице. Взрослому можно на некоторое время отвлечь позой, жестом, отвлечь внимание необычной одеждой и т. п. С ребёнком такого рода управление его вниманием не пройдёт, он интуитивно «считывает» информацию о психофизическом состоянии, наблюдая за мимикой человека, который вступил с ним в коммуникацию.

В общей теории информации известно понятие «семантически значимая информация», которое очень важно для понимания информационной социализации человека в процессе его коммуникативных связей с другими людьми. Дело в том, что в процессе человеческой коммуникации семантически значимая информация, которая влияет на изменение поведения других людей, имеет социальный смысл. Все вышеназванные нами невербальные знаковые системы помогают более полно раскрыть социально-смысловую сторону информации, выявить намерения тех, кто её транслирует, общий психологический настрой и т. д.

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Дайте определение содержанию понятия «коммуникативная сторона общения»?
2. Назовите и охарактеризуйте четыре условия коммуникативной стороны общения, в которых реально даны в единстве деятельность, общение и познание?
3. Охарактеризуйте аксиальный и ретинальный коммуникативные процессы?
4. Что такое «фильтр доверия» и «фильтр недоверия» и как они связаны с процессом информационной социализации?
5. Чем отличается побудительная и констатирующая информации, какие их разновидности активно используются в процессе информационной социализации?
6. Из каких алгоритмических шагов состоит модель речевого (вербального) коммуникативного процесса? Охарактеризуйте их.
7. Назовите и охарактеризуйте пять систем невербальной коммуникации?

1.4. Интерактивная сторона общения как способ интеграции человека в общество

Важным феноменом информационной социализации в процессе общения является также её *интерактивная сторона*. Это тот случай, когда во время общения участники не только обмениваются информацией, налаживают взаимоотношения, но и организуют обмен действиями.

Такой обмен действиями может выражаться в совместном планировании, в совместных выводах, в совместном выведении содержания понятий и т. п., что в результате значительно повышает продуктивность речевого взаимодействия, которое плодотворно сказывается на социализации всех участвующих в этом процессе.

Немаловажную роль в нём играют виды межличностного взаимодействия, которые определяют мотивацию и стратегию их дальнейшего взаимодействия.

Таковыми видами социальной мотивации могут быть: мотив максимизации общего выигрыша (*кооперации*); мотив максимизации собственного выигрыша (*индивидуализм*); мотив максимизации относительного выигрыша (*конкуренция*); мотив максимизации выигрыша другого (*альтруизм*); мотив минимизации выигрыша другого (*агрессия*); мотив минимизации различных выигрышей (*равенство*).

Эти мотивы социальной деятельности определяют построение стратегии речевого взаимодействия, которая существенно влияет на обретение человеком тех или иных социальных ролей, статусных позиций, присвоение норм и ценностей поведения, а в конечном итоге, на динамику его интеграции в общество. Рассмотрим эти стратегии речевого взаимодействия подробнее.

Стратегия противодействия – индивид демонстрирует полную ориентацию на свои цели. Это индивидуализм, который граничит с ярко выраженным эгоизмом и может быть направлен на разрушение конструктивных взаимоотношений между отдельными людьми и группами. Самый печальный пример, который непосредственно связан с информационной социализацией, это процесс возрождения национального самосознания, который нередко перерождается в этнический эгоизм, именуемый нацизмом. Или ренессанс религиозных идей, который может трансформироваться в фанатизм, а через него в религиозный экстремизм.

2. *Стратегия избегания* – уход от контакта с собеседником, истинного взаимодействия, потеря собственных целей ради исключения выигрыша другого (и сам не «ам» и другим не дам – агрессия). Это стратегия агрессивного социального поведения, которая направлена на разрушение социальных отношений, на индивидуальный или групповой маргинализ, который может долгое время маскироваться, например, под патриотизм или какие-то другие благородные цели (общечеловеческие ценности, противостояние международному терроризму и др.).

3. *Стратегия уступчивости* – собеседник жертвует собственными целями речевого взаимодействия ради достижения цели партнёра (альтруизм). С этой стратегией в социальной жизни человечества связаны такие понятия, как

доброхотство (волонтерство), человеколюбие (филантропия), благородство, интеллигентность и другие, которые являют собой образцы самопожертвования ради блага других людей. Несмотря на свой явный позитивный посыл, эта стратегия является весьма сложным социально-психологическим феноменом, который может порождать и негативные социальные явления наподобие иждивенчества, туеядства и других, отрицательно влияющих на социальную мобильность, а значит и на социализацию как отдельных лиц, так и целых сообществ.

4. *Стратегия компромисса* – неполное достижение целей партнёрами ради условного равенства. Эта стратегия базируется на мотиве минимизации различных выигрышей. Как социальный феномен такого рода стратегия давно исследуется и осмысливается человечеством в виде различных социальных утопий, широко представленных в устном народном творчестве, художественной, публицистической и даже научной литературе разных этнических и наднациональных групп. В социальной практике эта стратегия не проявила жизнеспособности. Любое равенство порождает рано или поздно различные виды неравномерного распределения различных человеческих ресурсов, прежде всего, таких как власть и деньги, либо их эквивалентов, к которым, кстати, в наше время относят информацию. Как известно, в информационном обществе «тот, кто обладает информацией – обладает всем».

Те немногие образцы условного равенства, которые существуют главным образом в религии, некоторых государственных объединениях, свидетельствуют о том, что этот опыт не получил широкого распространения в социальной жизни человечества, даже в период существования СССР и экономического содружества социалистических стран. Относительное равенство было настолько относительным, что, как показывает этот исторический опыт, социальное равенство перед Законом, декларации о независимости и т.п. становились фикцией. И подлог духовно-нравственный неизбежно экстраполировался в экономические и политические взаимоотношения между людьми.

Кроме того, стратегия компромисса, как и стратегия уступчивости, оказалась весьма плодотворной формой распространения иждивенчества, отрицательно влияла на социальную и экономическую активность людей, что привело к многочисленным случаям успешного управления через СМК их массовым сознанием.

В качестве положительного примера можно привести тот факт, что процессы социализации в сообществе, в котором доминирует стратегия компромисса, протекают для людей в целом, за исключением маргиналов, менее болезненно с социально-психологической точки зрения по причине предсказуемости социального маршрута жизнедеятельности каждого индивида.

5. *Стратегия сотрудничества* – направленная на полное удовлетворение участниками речевого взаимодействия своих социальных потребностей. При некоторых отличиях от стратегии компромисса у неё есть определённое сходство с ней: настоящее сотрудничество в практике живого взаимодействия (по-другому – совместной деятельности!) всегда предполагает нахождение некоего компромисса между её субъектами. С той лишь разницей, что в отличие

от стратегии минимизации эта стратегия базируется на мотивах максимизации относительного выигрыша (конкуренции) и кооперации. Сотрудничество как социальное явление не рассматривается в контексте общения как способ уравниловки, а как способ «каждому от способностей и желания по потребности». Она предусматривает во взаимоотношениях между людьми наличие разных целей, разного уровня их интеллектуального, духовного и физического развития. И, главное, осознание индивидами неизбежной разницы, постепенный приход их к справедливому социальному соглашению о добровольном социально ответственном исполнении своих ролей во имя достижения общих целей. Например, все одновременно не могут быть богатыми или высокоинтеллектуально, духовно развитыми людьми. Но смысл заключается в том, что все они, каждый на своём месте, могут быть счастливы, по разным причинам и в силу разных обстоятельств удовлетворены своим социальным положением. Это подтверждает история человечества, которая знает немало примеров, когда «властелины мира» были несчастливы, несмотря на обладание, по меркам простолюдина, несметными богатствами. И, наоборот, люди, не имеющие за душой ни гроша, пребывающие, с точки зрения обывателя, в нищенском положении, считали себя счастливейшими из счастливейших.

Конкурировать, в социальном плане, – это не значит, как думают некоторые, уничтожить конкурента. Это стремление сохранить границы своей территории свободы, отстоять свою независимость, автономию, самостоятельность, самобытность. Быть не поглощённым другой социальной группой, другой культурой, религией и т. п., с которыми вполне возможно конкурировать на основе сотрудничества – взаимного уважения ценностей и норм поведения каждого сообщества.

Сотрудничество считается самой эффективной стратегией, например, во время педагогического взаимодействия или делового общения.

О структуре межличностного интерактивного взаимодействия трудно говорить что-то определённое, потому что она складывается спонтанно во время совместных действий партнёров по общению, каждый из которых является индивидуальной социально-психологической системой. С этой точки зрения любой тандем или групповая интерактивная деятельность имеет уникальную «формулу», ибо она находится в прямой зависимости от неповторимости каждого из субъектов общения. Поэтому единой классической структуры интерактивного взаимодействия в социальной психологии нет.

Но характеристика ряда видов речевого взаимодействия предпринималась неоднократно. Очень полезно познакомиться с одной из самых распространённых среди них, которая может подсказать, как определять структуру речевого взаимодействия в каждой конкретной социальной группе. Это так называемая схема Бейлса. Данный исследователь предложил весь спектр межличностных речевых взаимодействий разделить на четыре категории, каждая из которых, по его представлению, может соответствовать важнейшим поведенческим проявлениям.

Схема Бейлса:

1. *Категория позитивных эмоций*: солидарность, снятие напряжённости, – согласие.

2. *Категория решения проблем*: предложение, указание, мнение, ориентация на позицию других.

3. *Категория постановки проблем*: просьба об информации, просьба высказать мнение, просьба об указании.

4. *Категория негативных эмоций*: несогласие, создание напряжённости, демонстрация антагонизма.

Ориентируясь на эту схему, важно учесть, что, регистрируя частоту и форму проявления тех или иных категорий в ходе речевого взаимодействия, можно понять его особенности. Например, в какой сфере разворачивается общение, на что оно направлено, было ли поведение участников конструктивно или направлялось на эмоциональное отвержение других участников и т. д.

В этой ситуации очень важно понять: было ли общение социально продуктивным или вследствие его непродуктивности возникли и получили развитие межличностные конфликты, которые являются важной составной частью социализации вообще и, в частности, информационной. Межличностные конфликты нередко «разгораются» на почве недостоверной или неправильно понятой (интерпретированной) информации. Иногда предпосылками к конфликту становится неприятие (антипатия) личности коммуникатора. Человек не всегда может свободно выбирать партнёра по общению, особенно если он с ним связан одним видом, например, профессиональной деятельности.

При этом надо помнить, что у межличностного конфликта изначально существуют две противоположные по социальному смыслу стороны: *деструктивная и конструктивная*. Внешне конфликт всегда выглядит как явление деструктивное, однако нередко конфликтная ситуация, как ни странно, способствует разрешению социальных проблем. От умения человека увидеть в конфликтной ситуации позитивные моменты во многом зависит успешность его социализации. Изначально негативная информация и даже лживая информация характеризует источник информации, информационный канал и помогает уточнить или вскрыть её социальную направленность. Нахождение ответа на простой вопрос: «Кому надо (выгодно), чтобы информация воспринималась именно так, а не иначе?» иногда становится основанием для выстраивания конструктивных или адекватных отношений с коммуникатором, помогает увидеть истинное его лицо и реальные цели, которые он стремится достигнуть, «вбрасывая» в сознание или подсознание человека определённую информацию.

Традиционно в социальной психологии под конфликтами подразумеваются те социальные взаимодействия и отношения, в основе которых лежат несовместимые интересы, потребности или ценности, когда их одновременное удовлетворение, существование невозможно.

Причины возникновения межличностных конфликтов многообразны. Социальный мир, создаваемый человеком, – противоречив. Эти противоречия особенно часто обнаруживаются и в процессе социализации, которая непосредственно связана с разными видами общения человека: со своим внутренним «Я» (внутриличностные конфликты); с отдельной личностью

(межличностные конфликты); с группой (конфликт между отдельной личностью и группой); с взаимодействием различных групп (межгрупповые конфликты).

В современных условиях, при сложных деформациях в структуре общественных отношений, многие граждане формируются как носители эгоистической психологии, равнодушные к делам общества, настроенные иждивенчески и даже экстремистки по отношению друг к другу. Это стимулирует остроту противоречий и частоту возникновения конфликтов. Основными предпосылками и причинами конфликтов сегодня чаще всего выступают³⁰:

- неблагоприятные материальные условия жизни и деятельности для большинства граждан;
- усилившаяся дифференциация людей по возрасту, опыту, национальной принадлежности, неофициальной позиции, в результате несправедливых привилегий отдельных лиц; как следствие отрицательных групповых настроений и т. п.;
- противоречия в общественном мнении и негативные настроения;
- недостатки в организации жизни, защиты прав и свобод людей, внимания к их нуждам, запросам и социальным ожиданиям;
- недостатки в организации трудового, образовательного процесса, досуга;
- недостатки в руководстве и работе с людьми, игнорирование или слабое удовлетворение их интересов и потребностей, чувство беззащитности, социальной несправедливости, бесправия. Конфликтную ситуацию провоцирует несправедливость в оценке труда людей и вознаграждении за труд. Когда человек встречается с необъективным, незаслуженным восхвалением одних и заниженной оценкой других сотрудников, когда по сути дела происходит поощрение деятельности ловкачей и авантюристов и т. п. В этих случаях неизбежно между людьми возникает неприязнь, обида друг на друга, негодование и другие отрицательные эмоции;
- возникновение микрогрупп и лидеров, ценности и действия которых отрицательно влияют на условиях общественного (социального) бытия;
- участвовавшие деформации социализации граждан вследствие увеличения числа людей с негативным отношением к признанным в обществе нормам и ценностям. У таких людей, как правило, низкий уровень социального сознания, отсутствуют духовно-нравственные цели в жизнедеятельности, ослаблена потребность в труде. Всё это «усиливается» примитивными потребительскими практиками, негативными бытовыми привычками (пьянство, наркомания, вседозволенность). Они, в свою очередь, инициируют повышение агрессивности людей, проявление злопамятства, жестокости и т. п. отрицательных характеристик, которые способствуют созданию социального напряжения в обществе.

³⁰ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

В условиях жизненной и социальной неустроенности людей отдельные лица в меру своей невоспитанности, физических преимуществ пытаются силой обеспечить себе то, чего им недостаёт, за счёт других. В такой обстановке, где нет подлинной заботы о людях, об условиях их жизни и труда, не только чаще возникают конфликтные отношения, но и складываются условия для безразличия, снижения требовательности к себе и другим, безответственности, пренебрежения к нормам цивилизованного поведения.

Предпосылкой к социальным конфликтам является и недостаточная психолого-педагогическая подготовленность руководителей и работников управленческих структур. Такие «управленцы» нередко слабо понимают индивидуальные особенности психологии людей, особенности их поведения в группах, что отрицательно сказывается как на социально-психологической обстановке в коллективе, так и на результатах совместной трудовой деятельности.

Конфликты классифицируются по ряду оснований. Например, по причинам их возникновения, по количеству участников, по месту возникновения конфликта, по времени года и продолжительности, по форме проявления и последствиям.

Различаются конфликты: между лицами, занимающими одинаковое положение («конфликты по горизонтали»), между состоящими в отношениях субординации («конфликты по вертикали»).

Конфликты «по горизонтали» могут возникать между неформальными лидерами и другими членами группы, между претендующими на лидерство или власть в группе. Конфликты «по вертикали», возникающие вследствие недовольства руководством группы, традиционно возникают между властью и остальным составом группы.

При рассмотрении процесса информационной социализации обычно фокусируется внимание на межличностных, лично-групповых, межгрупповых конфликтах, так как они особенно устойчиво влияют на процессы адаптации, индивидуализации и интеграции личности в общество.

При этом особенно пристального внимания требуют к себе взаимоотношения между людьми различных национальностей. В структуре групп нередко возникают и обособляются малые земляческие группы, возглавляемые неформальными лидерами, с позиций «национальной исключительности», противопоставления одной национальности другой.

К противоречиям, которые приводят к социальному конфликту, относят:

- *противоречия поиска* – борьба новаторства и консерватизма, творчества и догматизма:

- *противоречия групповых интересов* – борьба микрогрупповых, групповых и межгрупповых интересов (частных, местных, ведомственных и общих);

- *противоречия, связанные с личными эгоистическими побуждениями* (лично-групповые);

- *противоречия, возникшие в результате несостоявшихся ожиданий,*

- *противоречия политического характера.*³¹

Любой социально-психологический конфликт можно охарактеризовать как доведённое до взаимоисключения столкновение противоречивых тенденций в отношениях между людьми и группами. При возникновении такого конфликта страдают достоинство, интересы, нравственные ценности обеих или одной из сторон. Это относится в первую очередь к межличностным и групповым конфликтам, когда носителем противоречивых тенденций выступают два лица (несколько лиц) или же две группы (несколько групп). С этой точки зрения, конфликт – это такое противоречие между людьми, которое характеризуется противоборством в различных формах его проявления. В том числе, и прежде всего, в процессе интерактивного взаимодействия. В общении он всегда сопровождается эмоционально насыщенным столкновением мнений, интересов, взглядов, направленных на разрешение возникшего острого противоречия.

Бывают и внутриличностные конфликты, при которых столкновение противоречивых тенденций, взглядов, представлений и мотивов происходит в сознании одного человека, вызывая растерянность, неуверенность, сомнения, ведущие к нарушению его деятельности и, как следствие, непонимание его другими людьми. Человек может полностью «уйти» в эти противоречия, а индивид, раздираемый внутренними противоречиями, становится бессильным неврастеником, не способным к активной и сознательной социальной деятельности. Однако в этом типе конфликтов обычно больше индивидуально-личностных причин, чем социально-психологических.

Если подходить к конфликтам с позиции социальной полезности, то можно говорить, как нами уже отмечалось выше, о двух их разновидностях. Конфликты конструктивные являются результатом возникающих противоречий морального и практического планов между рутинными и творческими подходами, между консервативными и традиционными установками в деятельности людей. В конечном итоге они приносят пользу общему делу, группе и персонально обеим конфликтующим сторонам. В деструктивных конфликтах обычно преобладают негативные интересы, корыстные, вздорные, господствуют эмоции, самолюбие, а не поиск истины, полезного решения проблемы. Такие конфликты обычно никому не приносят пользы и вредны в коллективе. Они оборачиваются снижением производительности, работоспособности, потерями времени, моральными издержками, травмируют людей, ведут к подрыву их уверенности в том, что межличностные отношения могут быть основаны на нравственных законах, на общечеловеческих ценностях, на социальной справедливости³².

³¹ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

³² Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

Конфликт легче предупредить, чем разрешить и погасить после того, как он возникнет. Успешная профилактика возникновения конфликтных ситуаций предполагает соблюдение ряда социально-психологических условий, а также проведение комплекса мероприятий организаторского, воспитательного, педагогического, психологического и юридического характера.

Основой профилактики выступает организация жизни и деятельности коллектива, осуществляемая с полным пониманием психологии коллектива и его членов, ориентированная на поддержание в нём благоприятного социально-психологического климата и удовлетворённости членством в коллективе. Специального внимания заслуживает формирование установок у всех членов коллектива на предотвращение конфликтов, необходимость постоянного проявления всеми доброжелательного, взаимного уважительного и делового поиска путей разрешения возникающих противоречий, недопустимость обострения отношений, неотвратимость моральной и административной ответственности лиц, выступающих инициаторами и виновниками конфликтных ситуаций. Практика показывает, что чем выше сознательность, чем глубже люди понимают значение своей сплочённости, коллективизма, взаимного уважения и требовательности, тем меньше в таких коллективах предпосылок для возникновения конфликтов.

Главная роль в профилактике конфликтов принадлежит руководителю коллектива. Он должен самым тщательным образом анализировать каждую конфликтную ситуацию, определять причины, мотивы конфликтных действий людей и групп; обобщать и систематизировать их в целях предметного определения профилактических мер. Важно каждый произошедший конфликт разобрать, вскрыть его истоки и последствия, определить реальное лицо и позиции людей, его развязавших, и предать всё это гласности. При этом не оставлять ни одного конфликтного случая или предпосылки к нему без серьёзного анализа причин их возникновения, без разъяснения людям смысла случившегося, без разбора нравственного облика тех, кто мог и должен был предотвратить конфликт, но «не заметил» его.

Предупреждению конфликтных взаимоотношений служит убедительная увязка смысла деятельности членов коллектива с решаемыми социальными задачами, раскрытие значения дружеских отношений для решения трудовых задач и пагубности конфликтных отношений в выполнении планов. Такая работа приобретает большой вес в многонациональных трудовых коллективах.

Профилактика конфликтов немыслима без чёткой организации труда и любой иной общественно полезной деятельности. Даже незначительные отклонения от требований норм согласованной деятельности негативно отражаются на взаимоотношениях людей. Нарушенный ритм деятельности, срыв выполнения намеченных планов, неразбериха вызывают у них раздражительность, недовольство, активизируют недисциплинированных, способствуют возникновению конфликтов.

На социально-психологический климат группы, на её сплочённость оказывают влияние внутrigрупповые традиции. Хорошо, когда в коллективе есть настрой и реальное следование традициям российского народа, профессии.

Важно стремиться, чтобы стали традиционными борьба за отличные показатели в труде, учёбе, за организованность, порядок. Хорошо отражаются на психологии коллектива, его сплочении разработка всем коллективом своих, только в нём существующих и действующих групповых ценностей – эмблем, флажков, значков, ритуалов, традиций.

Предотвращению конфликтов в малой группе служит знание руководством, органами самоуправления индивидуальных особенностей её членов, их способностей, самооценки и уровня притязаний. Эффективность профилактической работы зависит от своевременности обнаружения диспропорции между самооценкой отдельных личностей и её оценкой группой, руководством. Тактичное формирование у каждого правильного отношения к себе, коррекция притязаний и самооценки, обеспечение достойного статуса и признания – не только основа гармонического развития личности и её хорошего самочувствия, но и условие поддержания взаимоприемлемых межличностных отношений³³.

Предотвращение конфликтов немыслимо без взвешенного сочетания в работе с членами коллектива методов убеждения и принуждения, контроля и проверки исполнения. Они гармонично регулируют процессы социального развития, побуждают каждого осмысленно, сбалансированно принимать решения и вести себя.

Профилактика конфликтов обеспечивается психологическим прогнозированием вероятного их возникновения. Оно основывается на результатах постоянного отслеживания состояния психологии группы, её отдельных членов и их изменений. Важно учитывать психологические и социально-психологические особенности каждого человека, особенно те, которые могут послужить причиной осложнения его взаимоотношений с другими и поведения в коллективе, психологическую совместимость и сработанность конкретных пар, микрогрупп, возникновение неформального лидерства и необоснованных притязаний отдельных членов.

Эффективность применения системы мер, направленных на профилактику конфликтных взаимоотношений, предполагает соблюдение ряда социально-психологических условий, главные среди которых:

- вооружение людей прочными знаниями норм поведения и деятельности, формирование глубокого осознания каждым значимости выполняемого труда и нормальных взаимоотношений, а также чувства ответственности за провоцирование и/или непринятие мер по предотвращению конфликта;
- формирование в общественном мнении группы установок нетерпимости к конфликтным проявлениям и неотвратимости осуждения за участие в них;
- оперативное информирование людей о мерах, принятых к инициаторам конфликта, обеспечение гласной оценки фактов некорректных взаимоотношений;

³³ Бороздина Г. В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

- преодоление национальных и иных предрассудков, неременный учёт интересов и здоровых запросов людей в организации их быта и досуга;
- выявление и перестройка конфликтогенных элементов неформальной структуры группы (негативное лидерство, отрицательно направленные микрогруппы и др.);
- усиление психолого-педагогической подготовки руководителей.

Все профилактические мероприятия важно строго дифференцировать: проводить их как с группой в целом, так и по категориям, уделяя пристальное внимание индивидуальной работе с лицами – носителями конфликтогенных качеств (повышенная агрессивность, привычки к физическому давлению, стремление к неформальной власти, к распространению слухов и др.). Особую значимость в работе важно придавать повышению ответственности руководителей за нарушение ими норм взаимоотношений с членами коллектива, обеспечению примерности их отношений к сотрудникам.

Наряду с профилактикой социальных конфликтов имеет значение умение их разрешать, если всё же конфликтная ситуация уже возникла. Под разрешением конфликта понимается совместная деятельность его участников, направленная на прекращение противодействия в решении проблемы, которая привела к столкновению. Конструктивным является такое разрешение конфликта, при котором обе конфликтующие стороны удовлетворены исходом, продолжают активно действовать для достижения сознательно поставленных целей. Это в свою очередь оказывает положительное влияние на социально-психологический климат и деятельность группы (коллектива) в целом.

Урегулирование конфликта, в отличие от разрешения, отличается тем, что в устранении противоречия между оппонентами принимает участие третья сторона.

Наиболее благоприятным вариантом является разрешение конфликта самими его участниками. Важно для начала прекращение конфликтных действий, которое, если оно продолжается, только усиливает конфликт. Прекращение нуждается в осознании пагубности, вредности конфликта как для его участников, так и для группы (коллектива) в целом. Нужен рассудительный поиск общих или близких по содержанию точек согласия участниками конфликта. Нахождение общего в интересах, подходах, понимании усиливает уверенность в возможности нахождения общего и в других вопросах, по которым есть расхождения. Пробуждение оптимизма усиливает желание покончить с конфликтом.

Разгул эмоций в конфликте, негативное отношение к оппоненту затрудняют занятие объективной позиции. Поэтому обязателен отказ от выражения эмоций, переход на спокойный разговор без задевающих самолюбие другого человека слов.

Конструктивно последовательное рассмотрение вопросов, по которым нет согласия. Здесь не нужно искать победителя и побеждённого, а необходимо найти компромисс мнений и оценок, устраивающий обоих. Благоприятно сказывается признание кем-то своих ошибок в резких высказываниях, принесение извинений в чрезмерной горячности. Обычно этот пример вызывает

ответный отклик, во всяком случае, из вежливости его надо сделать. Это снижает негативное восприятие оппонентами друг друга. Рассматривая спорные вопросы, надо постараться увидеть разумное в позиции оппонента, понять его, что облегчит нахождение согласия. Чем больше конфликтующие перестают видеть друг в друге врагов, тем лучше они понимают, что надо с уважением друг к другу решать проблему сообща, объединив усилия.

Для этого можно использовать технику открытого разговора, которая состоит в следующем:

- заявить, что конфликт невыгоден обоим;
- предложить конфликт прекратить;
- признать свои ошибки, уже сделанные в конфликте;
- сделать уступки оппоненту, где это возможно, в том, что в конфликте не является для вас главным;
- высказать пожелания об уступках, необходимых со стороны оппонента³⁴.

Если же собственные усилия конфликтующих не дают положительных результатов, необходимо вмешательство третьей стороны, как правило, руководителей. Однако вмешательство, не учитывающее психологические последствия предпринимаемых действий, чаще всего не способствует урегулированию конфликта, а, наоборот, усиливает его. Это вызвано тем, что в основе доминирующей стратегии воздействия посредников на конфликт лежит стремление ликвидировать внешние признаки конфликта, заставить оппонента отказаться от открытого противодействия, не обнаруживая и не разрешая противоречия, вызвавшего конфликт.

Лицу, занимающемуся урегулированием конфликта, нужна социально-психологическая компетентность вообще и конфликтологическая, в частности. Она включает в себя:

- понимание природы противоречий и конфликтов между людьми;
- формирование у себя и подчинённых конструктивного отношения к конфликтам в организации;
- обладание навыками неконфликтного общения в трудных ситуациях;
- умение оценивать и объяснять возникающие проблемные ситуации;
- наличие навыков управления конфликтными явлениями;
- умение развигать конструктивные начала возникающих конфликтов;
- умение предвидеть возможные последствия конфликтов;
- умение конструктивно регулировать противоречия и конфликты;
- наличие навыков устранения негативных последствий конфликтов.

При разрешении конфликтов необходимо:

- систематически изучать реальное состояние взаимоотношений в коллективе, выявлять зарождающиеся конфликты и оперативно принимать меры по решительному их пресечению;

³⁴ Бороздина Г. В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

- определять степень остроты противоречий, лежащих в основе конфликта, и их разрешение без нанесения ущерба интересам конфликтующих и унижения их личного достоинства;

- к разбирательству и разрешению межличностных конфликтов привлекать членов коллектива, пользующихся доверием, не имеющих предвзятого отношения, находящихся в равных отношениях с конфликтующими;

- обеспечивать объективность обсуждения и оценки ситуаций, мотивов и позиций конфликтующих личностей, причин возникших противоречий;

- не только проанализировать, но и убедить всех вовлечённых в конфликт в верности выводов и оценок их намерений и поступков;

- при изучении существа межличностных противоречий проявлять гибкость и учитывать психологическое состояние конфликтующих сторон;

- самым тщательным образом сопоставлять полученную от конфликтующих информацию и сверять её с фактами;

- изучать историю и предысторию взаимоотношений, дел и поведения лиц, попавших в конфликтную ситуацию;

- в ходе бесед с конфликтующими соблюдать такт, не распространять содержания разговоров, пока не сложились окончательные формулировки обобщений и оценок;

- не делать и не оглашать выводов в ходе разбирательства до тех пор, пока не проявятся все обстоятельства и не выяснится полностью картина;

- ни в коем случае не сообщать конфликтующим ту информацию, которая может укрепить ошибочную позицию и неверное отношение к другому;

- правильно использовать общественное мнение по существу конфликта, для чего формировать в коллективе принципиальную позицию по отношению к конфликтующим;

- учитывать индивидуально-психологические особенности конфликтующих, их характеры, проявления темперамента, ценностные ориентации и другое, от чего во многом зависит возникновение и прекращение конфликта;

- если всё перечисленное не даёт положительного результата, то не исключается принятие мер административного характера³⁵.

Конфликты возникают не на «пустом месте». Их возникновению предшествует как минимум речевое взаимодействие, которое может происходить необязательно между конфликтующими сторонами. Например, причиной возникновения конфликтов часто бывают сплетни и домыслы некоего третьего лица, которое в дальнейшем передаёт негативную информацию одной из сторон будущего социального конфликта. Без действия не может возникнуть противодействия. Пассивная речевая позиция субъектов общения не способствует созданию конфликтной ситуации. Не зря гласит народная пословица: «Молчание – золото». Народ мудро намекает, что у молчуна в жизни

³⁵ Бороздина Г. В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

бывает гораздо меньше неприятностей, он легче адаптируется в любой социальной среде благодаря своей внешней бесконфликтности. Но он же редко добивается в жизни успеха, довольствуясь ролью молчаливого исполнителя. В современном информационном обществе, чтобы добиться успеха в любых сферах деятельности, необходимо уметь быстро разыскивать нужную информацию, формировать и транслировать её, используя всевозможные каналы и, прежде всего, самый древний из них – межличностное общение.

А речевой акт – главное содержание общения. Описывая его, мы чаще всего используем термины действий. Например, «он на меня давил, но я не поддался», «он подстроился под меня», «он нанёс мне удар», «я согнул его в бараний рог» и т.д. В своём собственном общении мы также постоянно реагируем на действия партнёра. В одном случае нам кажется, что партнёр нас обижает, и мы отстаиваем себя, в другом, что он нам льстит, в третьем, что он нас куда-то «толкает». Очевидно, что такое восприятие партнёра нельзя вывести ни из каких-то его внешних признаков, ни из его слов. За одними и теми же словами могут стоять разные действия. Поэтому мы всегда интуитивно пытаемся понять, с какой целью партнёр по общению нам что-то говорит. Какой смысл стоит за его словами-действиями?

При этом смысл и содержание, в том числе и речевого взаимодействия, невозможно понять вне контекста определённой социальной ситуации. Очевидно, что одна и та же ситуация может быть по-разному «прочтена» партнёрами, и, соответственно, их действия в одной и той же ситуации могут быть различными.

Для того чтобы проанализировать свои действия в общении, оценить их адекватность ситуации, исследователь Г.В. Бороздина³⁶ предлагает ответить на следующие вопросы:

- Как соотнести ситуацию и действие?
- Как выбирать правильные действия?

Одним из возможных способов понимания ситуации общения, по её мнению, является восприятие положения партнёров, а также их позиций относительно друг друга. И, действительно, в любом разговоре, беседе, публичном выступлении огромное значение имеет то, кто ведущий в данном общении, а кто ведомый.

Подход к анализу ситуации в зависимости от позиций, занимаемых партнёрами, развивается в русле популярного в современной психологии общения, т. н. транзактного анализа. Главным посылом транзактного анализа стало предположение о том, что основными действиями в общении являются действия, осознанно или неосознанно направленные на изменение или регулирование своей или чужой позиции в общении. Другими словами, мы, вступая в интерактивное речевое взаимодействие, так или иначе психологически воздействуем на партнёра по общению, как, впрочем, и он на нас. Вопрос только

³⁶ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

в том, насколько это влияние лично обусловлено и к каким социальным результатам может привести.

Г.В. Бороздина в своей книге «Психология делового общения» выделяет несколько вариантов для определения этих позиций. Английский психотерапевт Перлз утверждает, что общающиеся занимают всегда две основные позиции в разговоре: хозяин положения и подчинённая сторона. Эти позиции можно мягче обозначить более привычными терминами; ведущий и ведомый, которые активно используются, например, в журналистике. В педагогике такое речевое взаимодействие называют «субъект-объектным». Субъект (ведущий) – человек, находящийся в позиции «над» объектом. Он хозяин положения, руководит речевым взаимодействием, ведёт себя более авторитарно, он знает лучше объекта (ведомого) о предмете разговора и фактически управляет его вниманием.

Позиция подчинённой стороны предполагает определённые стереотипы в поведении. В этой позиции человек требует защиты, он зависим, подчинён, лишён инициативы, власти. Типичные реплики: «Я хотел как лучше»; «Что я могу сделать, я совершенно забыл о твоей просьбе». Эта позиция, несмотря на свою видимую зависимость и беспомощность, допускает гораздо больше маневров, чем позиция хозяина положения и, в общем, более выгодна.

Широко известна и получила максимальное применение схема, разработанная Э. Берном. В его теории транзактного анализа основными понятиями являются «состояние ЭГО» и «транзакции».

Под состоянием ЭГО Э. Берн понимает относительно независимые и обособленные во внутреннем мире человека совокупности эмоций, установок и схем поведения. Э. Берн выделяет три способа (комплекса) поведения: *родитель*, *взрослый и ребёнок*³⁷.

Родитель – это такое состояние ЭГО, чувства, установки и привычное поведение которого относятся к роли родителя. Взрослый – состояние взрослого обращено к реальной социальной действительности, Ребёнок – состояние ребёнка, которое имеет свойство экстраполироваться на поведение взрослого человека – это актуализация установок и поведения, выработанного в детстве.

Предполагается, что в любой момент каждый человек может быть *либо взрослым, либо ребёнком, либо родителем*, а конкретное состояние ЭГО, от которого ведётся разговор, определяет позицию и статус человека в общении.

Важно, что, согласно теории транзактного анализа, *родитель, взрослый и ребёнок* – это не абстрактные стили поведения, а вполне конкретные и значимые воспоминания, имеющиеся у каждого человека, которые далеко не всегда можно произвольно припомнить, но которые всё-таки имеются и оказывают ощутимое влияние на поведение человека. Именно поэтому *мой родитель* – это конкретные личные воспоминания о том, как реагировали мои мать или отец на подобную ситуацию – я как бы перенял их стиль поведения.

³⁷ Берн Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы: Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1988.

Мой ребенок – это не вообще ребёнок, а я сам в детстве в такой ситуации. *Я взрослый* – это субъектное и социально ответственное поведение человека.

Например, интересно наблюдать, как взрослая женщина, имеющая детей, солидный жизненный опыт во многих областях деятельности человека, в иные моменты необязательно сознательно капризничает как ребёнок, требуя к себе повышенного внимания со стороны мужа или даже детей: «Я хочу это платье, мороженое, шоколадку!» и т. п. Ещё более забавно, когда позицию ребёнка пытается занять взрослый мужчина. По наблюдениям психологов, это часто проявляется при возникновении лёгких недомоганий, которые провоцируют ухаживание за мужчинами, как за маленькими детьми со стороны близких людей, как правило, членов семьи, причём разного возраста и пола, но прежде всего жены.

Роль родителя также не ограничивается возрастными рамками. Типичный случай, когда повзрослевшая дочь-подросток читает нотации родителям за беспорядок в доме. Или жена журит мужа за вечно валяющиеся, где попало, носки.

Наиболее ярко проявляется позиция взрослого в семейных советах, которые собираются по поводу принятия каких-то важных решений, касающихся будущего их социальной или экономической жизнедеятельности (переезд, ремонт, важная покупка и т. п.). В этой ситуации нередко «взрослыми становятся» и дети, к мнению которых реально прислушиваются родители. Это означает, что *под транзакцией подразумеваются* не слова, не реакции, а в первую очередь *намерения к действию*, которые, конечно, отражают понимание человеком ситуации общения.

Традиционно выделяются три вида транзакций: *дополнительные, пересекающиеся, скрытые*. В действительности их может существовать гораздо больше, но эти три рассматриваются как типовые.

Дополнительным называется такое взаимодействие, при котором партнёры адекватно воспринимают позицию друг друга, понимают ситуацию одинаково и направляют свои действия именно в том направлении, которое ожидается и принимается партнёром.

Выделяют два подвида дополнительных транзакций: *равные и неравные*.

При равных взаимоотношениях партнёры находятся на одинаковых позициях и отвечают именно с той позиции, с которой и ожидает партнёр. Именно поэтому этот подвид можно назвать общением с полным взаимопониманием.

Неравное общение можно проиллюстрировать следующим образом. Например, руководитель говорит: «Вы опять напугали – вам ничего нельзя поручить!», а подчинённый отвечает: «Ну что поделаешь, я вообще неспособный». Здесь действия заключаются не в передаче информации, а чаще всего именно в оценке партнёров по общению.

Следующий вид транзакции – *пересекающееся взаимодействие*. Элементы этого общения встречаются гораздо реже. По существу, пересекающееся взаимодействие – это «неправильное» взаимодействие. Его неправильность состоит в том, что партнёры, с одной стороны, демонстрируют неадекватность

понимания позиции и действий другого участника взаимодействия, а с другой стороны, ярко проявляют свои собственные намерения и действия. Приведём следующий пример.

Приятель спрашивает: «Который час?», а другой отвечает: «Ты что, не можешь посмотреть на свои часы?» В данной ситуации один приятель хотел получить информацию, а другой его не понял или не захотел понять. Если они не найдут взаимопонимания и общение не превратится в дополнительное взаимодействие, то такой разговор потенциально конфликтен.

Третьим видом транзакции являются *скрытые взаимодействия*. Это такие взаимодействия, которые включают в себя одновременно два уровня: *явный* (выраженный словесно) и *скрытый* (подразумеваемый). Рассмотрим следующий пример.

Представим себе, что два сотрудника сидят на скучнейшем собрании и между ними происходит такой разговор.

– Не забудь, к четырём к нам придут заказчики, – говорит первый сотрудник.

– Да, пожалуй, придётся сейчас уйти, – отвечает ему второй (это пример явного взаимодействия).

– Дикая скука. Может быть, сбежим? – предлагает первый сотрудник.

– Ну, молодец, хорошо придумал! – отвечает ему второй (это пример скрытого взаимодействия).

Понятно следующее: то, что открыто произносится, есть прикрытие для того, что подразумевается. В данном примере явное и скрытое взаимодействие происходят с различных позиций. Явное – с позиции «взрослый – взрослый», а скрытое – с позиции «ребёнок – ребёнок».

Использование скрытых транзакций предполагает либо глубокое знание партнёра, либо большую чувствительность к невербальным средствам общения – тону голоса, интонации, мимике и жесту, поскольку именно они чаще всего передают скрытое содержание. Однако для более глубокого понимания общения, для того чтобы можно было не только осознать свои ошибки, но и представить себе, как можно их исправить, необходимо разобраться в вопросе о происхождении различных позиций в общении. Почему человек оказывается в той или иной позиции?

Так, услышав определённые слова и интонации из уст партнёра, мы можем примерно определить ситуацию. Если нам слышится раздражение или недовольство в наш адрес, то ситуация угрожающая, если слышны обучающие, дидактические интонации, то это ситуация поучения или воспитания. В то же время в наших силах, употребив какое-нибудь выражение, повлиять на ситуацию, задать тон и направление дальнейшему развитию событий.

Однако почему мы видим ситуацию по-разному? Каждому человеку присущ свой стиль, или модель, поведения и общения, который накладывает характерный отпечаток на его действия в любых ситуациях. Причём этот стиль не может быть выведен только из каких-либо индивидуальных особенностей и личностных черт – вспыльчивости или выдержанности, доверчивости или скрытности и т. д. Стиль общения зависит от очень разных составляющих –

жизненного опыта, отношения к людям, а также от того, какое общение наиболее предпочтительно в обществе, в котором живут люди. Вместе с тем стиль общения оказывает огромное влияние на жизнь человека, формирует его отношение к окружающим, способы решения проблем и в итоге его личность, то есть определённые психофизические характеристики, которые способствуют или не способствуют продуктивной социализации человека³⁸.

Стиль общения существенно детерминирует поведение человека при его взаимодействии с другими людьми. Конкретный выбор стиля общения определяется многими факторами: личностными особенностями человека, его мировоззрением и положением в обществе, характеристиками общества в котором происходит их взаимодействие и многим другим. Сколько стилей общения существует? На этот вопрос трудно ответить. Однако если исходить из того, что стиль общения – это просто большая готовность человека к той или иной ситуации, то можно говорить о трёх основных стилях.

Их условно можно назвать: *ритуальным, манипулятивным и гуманистическим*. Ритуальный стиль порождается межгрупповыми ситуациями, манипулятивный – деловыми, а гуманистический – межличностными³⁹.

Ритуальное общение. В ритуальном общении главной задачей партнёров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. При этом важно, что партнёр в таком общении является как бы необходимым атрибутом выполнения ритуала. В реальной жизни существует огромное количество ритуалов, подчас очень разных ситуаций, в которых каждый участвует как некоторая «маска» с заранее заданными свойствами. Эти ритуалы требуют от участников только одного – знания правил игры.

В подобном стиле осуществляются многие контакты, которые со стороны, да иногда и изнутри, кажутся бессмысленными, бессодержательными, так как они, на первый взгляд, совершенно неинформативны, не имеют и не могут иметь никакого результата.

Например, день рождения. Все присутствующие знают друг друга лет двадцать, собираются вместе 3-4 раза в год, сидят по несколько часов и говорят об одном и том же. И мало того, что темы разговоров, в сущности, не меняются, так, кроме этого, каждый наверняка может предсказать точку зрения любого по любому вопросу. Казалось бы, это абсолютно бессмысленная трата времени, которая должна вызывать только раздражение. Случается и такое, но гораздо чаще мы получаем от такого рода встреч удовольствие. Нечто подобное происходит и на традиционных встречах выпускников. Зачем нам это нужно?

³⁸ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

³⁹ В дальнейшем мы будем исходить из того, что стиль общения – это скорее предрасположенность к определённому общению, направленность, готовность к нему, которая проявляется в том, как человек склонен подходить к большинству ситуаций. Однако стиль не полностью определяет общение человека, он может общаться и в чужом стиле. Например, если человеку свойственен в основном манипулятивный стиль, это не значит, что его общение с ближайшим другом тоже будет деловым.

Описанная ситуация – типичный случай ритуального общения, при котором главным является подкрепление связи со своей группой, подкрепление своих установок, ценностей, мнений, повышение самооценки и самоуважения. В ритуальном общении партнёр – лишь необходимый атрибут, а его индивидуальные особенности не существенны. Это верно и тогда, когда мы хорошо знаем человека, и тогда, когда видим в первый раз. Важно только одно – его компетентность относительно конкретного ритуала.

Вспомним широко известное выражение, что зануда – это человек, который в ответ на вопрос: «Как живёшь?» начинает подробно рассказывать, как он живёт. Иными словами, мы понимаем или воспринимаем человека как зануду только тогда, когда он выходит за рамки ритуала. Если же он не выходит за них (например, на sacramентальный вопрос отвечает «нормально»), то мы о нём не можем сказать ничего конкретного, да это нам и не нужно. В ритуальном общении для нас существенно следование роли – социальной, профессиональной или межличностной.

Скажем, на вопрос: «Как живёшь?» надо отвечать что-то вроде: «нормально», «прекрасно», «отлично» и т.д. А вот ответ: «отвратительно», предполагающий в дальнейшем вопрос: «А что так?» и последующую беседу на эту тему, – это уже выход из ритуала приветствия и переход к другому общению. Человек, отвечающий, что он живёт отвратительно, уже выходит за рамки своей ритуальной роли.

Для ритуального общения очень важно правильно распознать ситуацию речевого взаимодействия и понять, как в ней себя вести. Например, кто-то уходит из гостей. Он уже одет, стоит в дверях, но всё не уходит, что-то говорит, говорит – десять минут, полчаса. Человек не распознаёт ситуацию, в которой должен происходить ритуал прощания, а продолжает существовать в ситуации «застольной беседы». Гость не выполняет ролевые ожидания и его начинают воспринимать как надоедливого, назойливого человека.

Ритуальное общение особенно важно для человека в раннем детстве, в период его первичной социализации. В семье, в играх с друзьями он привыкает к определённым нормам (правилам) поведения. Такая обыкновенная игра, как прятки хорошо иллюстрирует распределение ролей во время этого детского ритуального общения, которое подкрепляется считалками и особыми правилами, которые должны исполнять и тот, кто голит (водит), и те, кого он ищет.

Ритуальное общение тесно связано с национальными (семейным, общественными, политическими и др.) традициями. У того или иного народа существует вполне ожидаемое ролевое поведение, например, во время обрядов сватовства, свадьбы, похорон.

Во многих случаях мы с удовольствием принимаем участие в ритуальном общении, в ещё большем количестве ситуаций мы участвуем в нём автоматически, выполняя требования ситуации, практически не осознавая, что мы делаем. Мы много раз здороваемся со знакомыми и незнакомыми людьми в одной организации, на лестничной площадке, на улице, спрашиваем у них «Как дела?», узнаём, что нормально, говорим о погоде, ругаем общественный транспорт, который «плохо ходит», смеёмся. И такое общение человеку тоже

необходимо – представьте себе, какова была бы ваша реакция, если вдруг все перестали бы с вами здороваться. Понятно, что реакция была бы далеко не оптимистическая, так как лишение человека этого ритуала прямо свидетельствует о социальной изоляции и воспринимается им в качестве таковой. Отсюда следует, насколько большое значение человек придаёт ритуальному общению. Но ритуальное общение редко преобладает в жизни. Оно бывает лишь прологом к другому общению – манипулятивному.

Манипулятивное общение – это общение, при котором к партнёру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей. Что важно продемонстрировать собеседнику в манипулятивном общении? Только то, что поможет достижению цели. В манипулятивном общении мы «подсовываем» партнёру стереотип, который мы считаем наиболее выгодным в данный момент. И даже если у обоих партнёров имеются свои цели по изменению точки зрения собеседника, победит тот, кто окажется более искусным манипулятором, т. е. тот, кто лучше знает партнёра, лучше понимает цели, лучше владеет техникой общения.

Не следует делать вывод, что манипуляция – это только негативное явление. Человек на протяжении всей жизни на разных уровнях общения в семье, обществе, на работе и т. д., часто неосознанно, манипулирует партнёрами по общению. Например, ребёнок, выпрашивая игрушку в магазине у родителей, использует как минимум два метода манипуляции: он стремится вызвать у них жалость и привлечь внимание посторонних, чтобы поставить в неудобное положение родителей.

Или другой пример, как говорится, «из жизни». Известно, что мальчики в раннем подростковом возрасте стремятся одеваться в такую одежду, которую одобряют их сверстники, а не родители. Но так или иначе, по существующей в России традиции, в школу они должны ходить в костюме. Выбор его в магазине и примерка всегда особая печаль, преимущественно для мам. И вот после примерки нескольких костюмов, не встретив понимания со стороны ребёнка, мама прибегает к хитрости. Понимая, что её мнение для сына ничего не значит, она подговаривает молоденькую продавщицу похвалить то, как «хорошо сидит» на мальчике очередной выбранный костюм. Мнение стороннего человека, да ещё девушки делают своё дело – мальчик соглашается на покупку именно этого костюма...

Огромное количество профессиональных задач предполагает именно манипулятивное общение. Словом, это распространённый вид общения, который встречается в основном там, где существует совместная деятельность. Важно помнить об одном существенном моменте – отношении человека к манипулятивному общению и обратном воздействии манипулятивного стиля.

Представьте себе, что вы сидите в кабинете руководителя среднего ранга, которому часто звонят по телефону. Стиль разговора всё время изменяется. Если статус партнёра по общению выше, чем у руководителя – один тон, если ниже – другой. Это типичный пример манипулятивного общения, продиктованный субординацией общающихся людей. Такова практика деловых отношений, и с этим ничего не поделаешь. Однако многим это неприятно.

И наконец, существует обратное влияние манипулятивного общения на личность, которая его использует. Существует манипулятивная деформация личности в тех случаях, когда в силу частого профессионального употребления манипулятивного общения, хорошей техники по его использованию и, соответственно, постоянных успехов на этом поприще человек начинает считать манипулятивное общение единственно правильным. В таком случае все общение человека сводится к манипуляции (и тогда, когда это нужно, и тогда, когда оно совершенно неоправданно).

Когда говорят о манипулятивном общении, больше всего примеров приводят из делового общения, которое у некоторых исследователей прямо ассоциируется с манипуляцией сознанием человека для достижения своих целей одним из партнёров по общению. К сожалению, в этом случае под деловым общением, на американский манер, подразумевается исключительно заключение сделок, проведение торговых операций, одним словом, торговля. Надо ли говорить, что такой подход сильно сужает содержание этого понятия, низводит деловое общение на примитивный уровень активных продаж.

Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами⁴⁰.

В российской культуре деловое общение – это сложный, исторически сложившийся комплекс социально-психологического взаимодействия, включающий в себя помимо делового процесса, кстати, не обязательно торговли (строительство, политическая, производственная и т. п. деятельность), например, личностные характеристики партнёров такого общения.

Для русского человека неприемлема пословица англо-саксонской культуры: «Бизнес – и ничего личного», которая фактически отменяет понятия «совесть» и «милосердие» во время делового общения. Для русского человека деньги (один из главных инструментов делового взаимодействия) всегда «пахнут»⁴¹, потому, что нашей культуре далеко не безразлично, из чьих рук (на чьи деньги!) осуществляется финансирование дела. Например, в XIX веке в России существовал закон, который гласил: «Неправедные деньги на праведные дела не могут использоваться». Он, в том числе, запрещал людям, находящимся под следствием, заниматься благотворительной деятельностью. Известно также, что для славянской культуры «честное купеческое слово» – это синоним «честному офицерскому слову». Это означает, что очень большое количество

⁴⁰ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. — М. : Издательство Юрайт, 2012. — 463 с.

⁴¹ Пословица «деньги не пахнут» возникла в Древнем Риме в связи с открытием на его территории платных туалетов.

деловых операций в России до сих пор делается под «честное слово», что вообще нельзя представить себе в деловых кругах на Западе⁴².

Выделенные нами особенности делового общения в России – это всего лишь несколько иллюстраций к особому и наверняка обширному «социальному тексту» на эту тему, который ждёт ещё своего исследователя и автора.

Тем не менее мы не можем отрицать того, что современное общество в массе своей – общество потребителей, а не творцов или доброхотов. Именно поэтому деловое общение ассоциируется, прежде всего, с торговлей. Как гласит русская пословица: «На рынке два дурака – один продаёт, а другой покупает». При таких условиях, когда «вор крадёт у другого вора дубинку», предметом торга, к сожалению, становится абсолютно всё, и это не может не накладывать отпечаток на процессы социализации человека. Кроме того, именно деловое общение является важнейшим моментом профессиональной социализации, которая хотя в России и протекает на свой особый манер, но всё-таки во многом подчиняется принципам пока ещё доминирующей в мире англо-саксонской культуры.

Более приемлемо для российской культуры гуманистическое общение, имеющее глубокие исторические корни, из которых когда-то «произросла» великая русская литература: она влияла и влияет на формирование мировоззрения представителей русского мира. А оно, в свою очередь, во многом определило развитие отечественной педагогики, науки и социального бытия в целом. Это всегда раздражало и раздражает представителей т. н. западной (европейской, американской) цивилизации и их отечественных эмиссаров, занимающихся распространением чуждых для нашей нации ценностей в России. Мы не осуждаем и не упрекаем никого: те и другие имеют право быть, в том числе и на территории России. Только в столкновении с чуждыми, часто псевдогуманистическими ценностями возможно формирование отечественной системы ценностей. Жестокий, но бесценный опыт социального бытия, полученный нами на протяжении многовековой истории России, особенно в XX веке, показывает, что наша страна, наш народ способны на истинно гуманистической основе преобразовать любые социальные (общественные) идеи. Разумеется, только те из них, которые не идут вразрез с нашими культурными традициями, не подрывают нашу национальную безопасность и не направлены на стирание нашей российской, а шире – славяно-азиатской идентичности. И то, что, образно говоря, «для немца смерть, для русского всегда будет жизнь».

Гуманистическое общение – это в наибольшей степени личностное общение, позволяющее удовлетворить такую человеческую потребность, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании. Ни ритуальное, ни манипулятивное общение не позволяют вполне удовлетворить эту жизненно важную потребность.

⁴² Гордина О.В., Гордин А.И. Информальное и неформальное образование взрослых: вопросы теории и практики: Монография. – Иркутск: изд-во ВСГАО, 2010. – 184 с.

Цели гуманистического общения, как правило, не закреплены, не запланированы изначально, они возникают спонтанно, потому что за ними не стоят корыстные цели.

Его важной особенностью является то, что ожидаемым результатом общения становится не поддержание социальных связей, как в ритуальном общении, не изменение точки зрения партнёра, как в манипулятивном общении, а совместное изменение представлений обоих партнёров, определяемое глубиной общения. Типичные ситуации гуманистического общения: *интимное, исповедальное, психотерапевтическое общение*.

Интимное общение. Классический пример интимного общения – общение по гендерному признаку. Мужчины перед праздником Международного женского дня (8 Марта) потихоньку от женщин договариваются, как они будут поздравлять женскую половину своей семьи. Аналогичная ситуация общения, но уже между женщинами, возникает накануне Дня защитника Отечества (23 Февраля).

Исповедальное общение чаще всего ассоциируется с исповедью перед личным духовным священником. Но, конечно, оно этим не ограничивается. Исповедь в виде признания в совершении преступления широко распространена в судебной практике. Исповедальное общение – довольно частый случай в жизни семей в момент совершения проступков одного из членов семьи. Исповедь даже используется в журналистике как способ разоблачения социальных пороков, как правило, имя исповедующегося в этом случае не называется. Исповедальная ситуация речевого взаимодействия между людьми часто «перекрещивается» с терапевтическим общением, которое способствует стабилизации социально-психологического состояния одного или обоих собеседников. Типичный пример – исповедь у священника, которая, как правило, заканчивается отпуском грехов прихожанина.

Психотерапевтическое общение широко распространено в бытовой сфере. Оно, например, является важным элементом общения матери с ребёнком, начиная с периода его утробного развития. Вообще мамы и бабушки немало усилий прилагают для успокоения детей, часто с помощью переключения их внимания, в самых различных бытовых ситуациях: получение ушиба или ссадины, нанесение обиды ребёнку со стороны окружающих людей и т. п.

Психотерапевтическое общение – важный элемент профессиональной работы психологов. Они часто его используют во время своих консультаций и во время сеансов лечения. Существуют специальные вербальные и невербальные приёмы воздействия на психофизическое состояние пациента, в основе которых преимущественно лежат заражение и внушение.

При этом нам будет полезно знать, что заражение – это бессознательная приверженность индивидов к определённым психическим состояниям. Она проявляется в процессе неосознанного принятия информации или образцов поведения, через передачу от человека к человеку определённого эмоционального состояния или психического настроения⁴³.

⁴³ Данилова Н.И. Эмоциональные состояния: механизмы и диагностика. – М., 1985.

А внушение представляет собой вид целенаправленного, неаргументированного психологического воздействия одного человека на другого или группу. При внушении осуществляется процесс передачи информации, основанный на её некритическом восприятии⁴⁴.

Психотерапевтическое общение – важный элемент профессиональной деятельности педагога: его деятельность часто связана с необходимостью педагогическими средствами снять агрессивное поведение, улучшить социальное самочувствие, повысить уровень самооценки и т. п. подопечного. Встречаются случаи применения терапевтического общения и в журналистской деятельности. Обычно это связано с процессом сбора информации, когда журналисту чрезвычайно важно каким-то образом расположить к себе собеседника. Часто это сопряжено с необходимостью уравнивания его психофизического состояния.

Надо отметить, что психотерапевтическое общение, направленное на улучшение психофизического и социального самочувствия, не всегда стремится к успокоению партнёра. Шоковая терапия – один из испытанных приёмов такого общения. В иных случаях во время терапевтического общения (лечения) необходимо говорить правду, какой бы она «горькой пилюлей» ни была, разговаривать на повышенных тонах, выбивая «клин клином» истерику, прекращая панику партнёра по общению и т. д. Главное, чтобы такого рода вербальная терапия использовалась для достижения в конце концов гуманистических целей.

Выше названные виды гуманистического общения могут существовать во время речевого взаимодействия как отдельно, так и взаимно дополняя друг друга. В целом гуманистическое общение (интимное, исповедальное, терапевтическое) связано с психологической настроенностью партнёров на общение и целями, которых они хотят достичь в его процессе. Следует указать на ситуации, когда данное общение и даже его отдельные элементы неуместны.

Например, телефонисты справочных служб раздражаются в отношении тех клиентов, которые, вместо того чтобы быстро задать вопрос, пытаются сначала вступить с ними в доверительное общение: представиться, познакомиться, рассказать о своих проблемах, причинах обращения в справочную службу и т. д.

Гуманистическое общение детерминируется не столько снаружи (целью, условиями, ситуацией, стереотипами), сколько изнутри (индивидуальностью, настроением, отношением к партнёру). Это не означает, что гуманистическое общение не предполагает социальной детерминации. Очевидно, что человек, как бы он ни общался, всё равно остаётся социальным (т. е. связанным с жизнью и отношениями людей в обществе). Однако в данном общении (больше, чем в других видах) прослеживается зависимость от индивидуальности. В гуманистическом общении партнёр воспринимается целостно, без разделения на нужные и ненужные функции, на важные и неважные в данный момент качества.

Например, мы можем за два часа беседы хорошо узнать случайного попутчика в поезде и быть уверенным, что мы его правильно поняли. При этом

⁴⁴ Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 1980.

мы можем плохо понимать или совсем не понимать, что представляет собой как человек секретарша нашего руководителя, с которой мы «общаемся» ежедневно уже много лет подряд.

Наш попутчик, с которым мы откровенно поговорили, пытаюсь понять друг друга, не преследуя больше никаких целей (какие могут быть «дела» с незнакомым человеком), «открылся» нам, мы его «почувствовали». А общение с секретаршей всегда носит в той или иной степени манипулятивный характер, следовательно, и воспринимаем мы её очень ограниченно – только по отношению к тем функциям, которые она должна выполнять в наших делах.

Основным механизмом воздействия в гуманистическом общении является, как уже говорилось выше, внушение, – самый эффективный из всех возможных механизмов психологического воздействия одного человека на другого. Важно помнить, что это обоюдное внушение, так как оба партнёра доверяют друг другу, и поэтому результатом является не изменение точки зрения одного из них, а взаимное совместное изменение представлений обоих партнёров.

В реальном межличностном общении, которое является неотъемлемой частью информационной социализации, отмеченные выше виды не существуют отдельно друг от друга. Это единый процесс формирования и обмена информацией, в котором каждый вид или разновидность общения поддерживают, взаимно дополняют друг друга, способствуя реализации поставленных целей во время социализации.

Третьей важной стороной межличностного общения является перцептивное взаимодействие между партнёрами по общению. Оно способствует созданию необходимой социально-психологической атмосферы общения и на основе этого формированию новых социальных смыслов восприятия человеком как других людей, так и самого себя.

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение содержанию понятия «интерактивная сторона общения»?

2. Назовите пять стратегий интерактивного информационного взаимодействия и охарактеризуйте их?

3. Что в социальной психологии подразумевается под деструктивными и конструктивными сторонами конфликта и какова их роль в информационной социализации?

4. Каковы социальные причины возникновения конфликтов в процессе информационного взаимодействия людей? Охарактеризуйте их.

5. Охарактеризуйте основные виды конфликтов: внутриличностные, межличностные, между личностью и группой, между группами? Какие из них и почему оказывают наиболее важное влияние на развитие и результаты процесса информационной социализации?

6. Назовите и охарактеризуйте социально-педагогические условия профилактики конфликтных ситуаций? Какое они имеют отношение к социально-культурному аспекту информационной социализации?

7. В чем разница между урегулированием и разрешением конфликтной ситуации? В каких конкретно действиях эта разница проявляется в процессе информационной социализации?

8. В чём заключается информационная компетентность человека, занимающегося разрешением конфликтных ситуаций?

9. Каково значение информационной культуры в разрешении межличностных конфликтов?

10. Какова роль состояния ЭГО и транзакции (Э. Бёрн) в развитии и эффективности процесса информационной социализации?

9. Как проявляют себя ритуальный, манипулятивный и гуманистический стиль общения в процессе информационной социализации?

1.5. Перцептивная сторона общения как способ взаимного познания на основе формирования взаимопонимания между партнёрами по общению

Социальная перцепция – процесс восприятия других людей, социальных групп, больших социальных общностей (социальных объектов). Общеизвестно, что для продуктивного общения очень важно взаимопонимание между его участниками. Само взаимопонимание может быть растолковано по-разному:

– как понимание целей, мотивов, установок партнёра по взаимодействию;

– как не только понимание, но и принятие, разделение этих целей мотивов, установок.

Во втором случае возможно не просто «согласовывать действия», но и устанавливать особого рода отношения привязанности, выражающиеся в чувствах дружбы, симпатии, любви.

Две эти стороны взаимопонимания дают основу двум направлениям социально-психологических исследований:

– в первом случае для анализа речевого (информационного) взаимодействия;

– во втором для анализа процесса формирования привлекательности (т. н. аттракции).

В обоих этих случаях процесс восприятия одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения и условно может быть назван перцептивной стороной общения.

Таким образом, мы можем определить, что перцептивная сторона общения – процесс восприятия друг друга партнёрами по общению и установления на этой основе взаимопонимания. Восприятие человеком человека – это частный случай социальной перцепции, т. е. установления социально приемлемых взаимоотношений, позволяющих человеку интегрироваться в общество.

В целом схема социальной перцепции включает в себя четыре варианта речевого взаимодействия между людьми:

1. индивид и другой индивид своей социальной группы;

2. индивид и другой индивид «чужой» социальной группы;

3. индивид и своя социальная группа;
4. индивид и «чужая» социальная группа.

В межличностной социальной перцепции принято считать, что восприятие другого человека – это рассмотрение его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого индивида и интерпретация на этой основе его поступков.

Механизмы взаимопонимания в процессе общения имеют свою социально-психологическую специфику. Продуктивное общение между людьми возможно только при условии, что они воспринимают себя и других как личностей. Поэтому на основе внешней стороны поведения мы как бы «читаем» другого человека, расшифровываем значение его данных, полученных в виде эмпирического наблюдения за его внешностью, одеждой, поведением и т. п. Человек в этом случае предстаёт перед другим в виде «текста», информации, которую необходимо как можно более точно «прочитать». Возникающие при этом впечатления играют важную регулирующую роль в процессе общения.

Например, известно, что «человека всегда встречают по одежке, а провожают по уму». В социологии и социальной психологии под «одежкой» подразумевается не только сама одежда в прямом смысле, но и уровень культуры общения, умение выражать свои мысли, чувства и т. д. Словом, некое умение человека «показать своё лицо». Ещё Сократ говорил собеседнику: «Заговори, чтобы я увидел тебя». При первой встрече с человеком для его положительного восприятия другими людьми очень важно уметь произвести благоприятное впечатление. Другое дело, выдержит ли это «лицо» проверку временем, не окажется ли оно «маской», за которой кроется совсем другое или несколько иное содержание личности. Если это так, то «обман» как дезинформация неминуемо станет проявляться в его внешних признаках. «Одежка», показавшаяся с первого взгляда безупречной, может быть «поедена молью», например, поверхностного образования, отсутствием чувства такта, бравадой, завышенной самооценкой и т. д.

При этом важно понимать, что представление о другом человеке тесно связано с уровнем собственного самосознания. С одной стороны, богатство представлений о самом себе определяет и умение сформировать богатство представлений о другом человеке. С другой стороны, чем более полно раскрывается другой человек (партнёр по общению), тем более полным становится представление о самом себе.

Ещё один важный момент: представление о другом формируется обязательно при условии, что этот «другой» дан не абстрактно, а в рамках определённой социальной деятельности. То есть в рамках обмена между общающимися конкретными социальными смыслами, сконцентрированными в разнообразной вербальной и невербальной информации, посылаемой от человека к человеку в виде слов, мимики, жестов, поступков.

Как же считается партнёрами по общению информация о социальной позиции друг друга?

В ходе познания другого человека одновременно осуществляется несколько процессов социального восприятия, необходимых для «считывания»

информации, которая впоследствии пригодится для выстраивания социальных отношений. *Во-первых*, происходит эмоциональная оценка партнёра по общению на основании восприятия его внешних признаков. *Во-вторых*, осуществляется ситуативная попытка понять целевую направленность его поступков⁴⁵: о чём он говорит, какую преследует цель. *В-третьих*; осуществляется распознавание стратегии его речевого поведения⁴⁶ и построение «в ответ» собственной стратегии поведения.

При этом каждый из партнёров в процессе информационного речевого взаимодействия (общения) постоянно, осознанно или неосознанно, уподобляет себя собеседнику, т. е. ставит себя на место другого человека. Значит, при построении стратегии взаимодействия каждому приходится принимать в расчёт не только потребности, мотивы, установки партнёра по общению, но и то, как он понимает ваши потребности, мотивы, установки. Если партнёр не уважает вашу социальную позицию, не доверяет (не верит!) транслируемой вами информации, – полноценного взаимопонимания или, другими словами, социального восприятия партнёрами друг друга не произойдёт. Отторжение, «умерщвление» даже самой достоверной информации произойдёт ещё на уровне её формирования, потому что изначально общающиеся не способны взглянуть на неё (понять её социальный смысл!) с позиции партнёра. Этим объясняется, например, «тупиковость» многих современных переговорных процессов между представителями различных религий, государственных образований и т. п. Стремление достигать только своих целей, не учитывая интересы другой стороны, – бесперспективное занятие в любых сферах социальной и экономической деятельности человека.

Самый простой пример из бытового социального общения – это расстройство семейных отношений, в основе которого лежит неумение супругов взглянуть на конфликтную ситуацию глазами противоположной стороны. В практике социального общения это часто означает: неумение их прощать проступки или слабости друг друга, неумение справиться со своим эгоизмом, отсутствие устойчивой мотивации к совместной социальной деятельности.

Приведённые выше примеры не учитывают сложности и социальной важности перцептивной стороны общения по причине низкой общественно-образовательной культуры людей, которые вступают в социальное взаимодействие друг с другом. Важным социально-психологическим звеном такого общения является понимание того, что, познавая другого человека, мы имеем реальный шанс лучше «узнать самих себя», что является очень важным элементом социализации человека. Пытаться всегда видеть себя со стороны (глазами других людей) – это значит учитывать во время общения не только свои эгоистические, но и общественные цели. Только так можно интегрировать свои индивидуальные социальные смыслы жизнедеятельности в общественные. То есть добиться того, что ты сам и твои дела будут нужны обществу, что для человека как социального существа чрезвычайно важно всегда.

⁴⁵ В речевом взаимодействии поступком считается выражение своих мыслей и чувств посредством слова.

⁴⁶ Стратегии *противодействия, избегания, уступчивости, сотрудничества*. Подробнее см. п.1.4.

При этом, с нашей точки зрения, недопустимо смешивание понимания социальной позиции с абсолютным и безоговорочным её принятием. Так, можно понять социальную природу совершаемых преступлений, но это вовсе не означает, что мы должны её воспринимать как социальную норму. Именно так и происходит, например, когда содержание понятия «толерантность» распространяют на общественно неприемлемые, чуждые человечеству ценности, такие как проституция или гомосексуализм и др.

В целом анализ осознания себя через другого человека включает две стороны: идентификацию, рефлексию.

Идентификация – понимание другого человека через уподобление себя ему. Человеку от природы свойственно ставить себя на место того, с кем он общается. Это естественный «механизм» познания и понимания другого человека.

С понятием «идентификация» тесно связано понятие «эмпатия». Эмпатия – стремление человека эмоционально откликнуться на проблемы другой личности.

Эмпатия в определённых чертах имеет сходство с идентификацией. И там и здесь присутствует умение поставить себя на место другого, взглянуть на вещи его глазами. Однако проявить эмпатию не означает отождествлять себя с другим человеком и строить своё поведение так, как этот «другой». Одно дело – понять партнёра по общению, встать на его позицию и действовать с её учётом, корректируя должным образом своё поведение (*идентификация*). А другое дело – понять точку зрения человека, сочувствовать ей, но действовать всё равно по-своему, без её учёта (*эмпатия*).

Вторым важным моментом социального осознания себя через точку зрения другого человека является, как уже говорилось выше, рефлексия. Под рефлексией в социальной психологии в данном случае понимается – осознание индивидом того, как он воспринимается партнёром по общению.

Модель социального речевого взаимодействия партнёров может быть представлена в двух модификациях:

1. *Коммуникация строится на основе представлений о самом себе, и полагается, что таковые представления истинные.*

Например, я, общаясь со своим собеседником, считаю, что он обладает той же информацией о предмете разговора, что и я; что его психологическая реакция на тот или иной аспект нашего речевого взаимодействия будет такой же, как и моя.

Предположим, я хорошо разбираюсь в вопросах литературы и не приемлю категорических высказываний относительно принадлежности писателя к тому или иному творческому союзу или эстетическому направлению. «Маяковский – кубофутурист, но как творческая личность гораздо шире этого литературного направления, и творчество его значительно глубже, а значит, и противоречивее!». Примерно такой же позиции я ожидаю и от своего собеседника.

2. Мой собеседник реагирует на полученную от меня информацию, исходя из собственных представлений о себе, полагает, что для меня такая позиция истинна.

Например, он считает, что невозможно глубоко знать литературу и, соответственно, ориентироваться во всех вопросах, связанных с ней. В своих размышлениях необходимо ориентироваться на устоявшиеся представления о литературных течениях и направлениях, не вдаваясь в отвлечённые философские характеристики как этих литературных школ, так и личностей, входящих в их состав. «Маяковский – размышляет он, – кубофутурист, а значит, он самовыражался в творчестве, строго ориентируясь на программные манифесты этого литературного течения!»

В данной ситуации совершенно очевидно, что, несмотря на возникшую между мной и моим собеседником коммуникацию, мы «не слышим друг друга», т. е. между нами пока ещё не установлены каналы коммуникации. Произошло это именно потому, что каждый из нас разговаривает с партнёром, исходя из собственных представлений о самом себе. Это распространённая стандартная ситуация для начала любого речевого взаимодействия.

Дальнейшая эффективность общения будет зависеть от того, насколько мы успешно будем преодолевать разрыв в линиях общения:

- Я – мои представления о самом себе – представление моего партнёра обо мне.
- Он – его представления о самом себе – мои представления о моём партнёре.

Приближение комплекса этих мероприятий (линий) друг к другу, т. е. сокращение разрыва между моим представлением о партнёре, основанном на представлении о самом себе, и его представлении обо мне, основанном на его представлении о себе, – сложный процесс, требующий специальных усилий (знаний, умений, навыков). Это процесс иначе можно называть – сближение позиций. Как известно, он активно применяется в дипломатии, часто при разрешении каких-то сложных противоречий во взаимоотношениях двух или нескольких стран. В любом межличностном перцептивном общении – это стандартная ситуация, с которой собственной и начинается общение, которую мы можем назвать ещё иначе – необходимость преодоления своего «Эго-Я».

В конечном счёте более успешным будет такое взаимодействие между партнёрами, в данном случае между мной и моим собеседником, в котором я и он, в результате интенсивного саморефлексирования и совместного рефлексирования, сможем выйти на уровень идентификации, т. е. сможем встать на место другого человека, попытаться глазами своего партнёра взглянуть на поставленную проблему, попробовать прийти к совместным выводам и т. д.

Другими словами, сможем, опираясь на положительные свойства перцептивной и коммуникативной сторон общения, выйти, избежав конфликтной ситуации или продуктивно преодолев её, на интерактивный уровень общения друг с другом. Конечно, это будет возможно только в том случае, если во время речевого взаимодействия мы сможем отказаться от

стратегии противодействия и стратегии избегания и будем строить общение, прибегая к стратегиям устойчивости, компромисса и сотрудничества.

Как пишет Б.Д. Парыгин: «Есть основания различать не только условия, но и уровни взаимопонимания людьми друг друга. К числу важнейших условий и предпосылок взаимопонимания относится <...> способность к внутренней идентификации общающихся, которая, в свою очередь, предполагает, прежде всего, совпадение или, во всяком случае, близкое сходство системы значений, регулирующей поведение человека».

Другим, не менее существенным условием взаимопонимания является адекватность уровня взаимной оценки (далее – самооценки. Прим. автора) между общающимися индивидами. Ни одно из этих условий в отдельности не может гарантировать глубокого и устойчивого взаимопонимания.

Высокий уровень идентификации общающихся на основе совпадения системы социальных и индивидуальных значений при отсутствии адекватности самооценки, то есть такой оценки общающимися личных человеческих качеств друг друга, которая бы совпадала с самооценкой каждого, может лишь на какое-то время создать впечатление взаимопонимания. Но такое взаимопонимание не будет достаточно прочным, поскольку оно будет размываться отсутствием личной симпатии общающихся друг к другу.

Адекватность самооценки самооценке может стать при определённых условиях достаточной основой для взаимопонимания даже вопреки отсутствию полного совпадения системы социальных и индивидуальных значений между общающимися.

Таким образом, можно различать **три уровня взаимопонимания**:

1. совпадает только система социальных и индивидуальных значений у общающихся, с одной стороны, и нет совпадений в уровне самооценки личностных качеств – с другой;

2. совпадает не только система значений (социальных и индивидуальных), но и уровень взаимной оценки личностных качеств; это тот случай, когда наблюдается взаимная удовлетворённость людей их эмоциональным отношением друг к другу, когда они «уважают друг друга», что исключает необходимость прибегать к суррогатным средствам достижения согласия и взаимопонимания;

3. имеет место высокая степень взаимного доверия и открытости общающихся; это предполагает, в свою очередь, отсутствие каких-либо тайн друг от друга, которые бы существенно затрагивали интересы партнёров.

Индивидуальная тайна – это постоянно действующий или потенциальный источник напряжённости в отношениях между общающимися, способный оказать негативное влияние на установление психологического контакта и даже разрушить уже достигнутый уровень взаимопонимания. По мнению Ф. Е. Василюка, индивидуальная тайна – «это язва, изнутри разлагающая общение. Полнокровное человеческое общение предполагает стремление к максимальной

открытости сознания. В нём – постоянная борьба за предельное самовыражение, включение в общение всего человека, всей полноты его души»⁴⁷

Итак, взаимопонимание между участниками общения – элемент процесса познания людьми друг друга. Исходя из этого тезиса, область межличностной перцепции можно разделить на два больших класса:

1. *Содержание межличностной перцепции* зависит от характеристик как субъектов, так и объектов восприятия.

2. *Процесс межличностной перцепции* (её механизмы и эффекты).

Любое восприятие – определённое взаимодействие двух участников. Благодаря самому факту присутствия (взаимодействия!) имеет место оценивание и изменение каких-то характеристик друг друга.

Каждый из участников, оценивая другого, стремится построить систему интерпретации его поведения, понять его причины. В обыденной жизни люди чаще всего не знают действительных причин поведения другого человека. В условиях дефицита информации они начинают приписывать друг другу как причины, так и образцы поведения. Это происходит по многим причинам, которые и относятся непосредственно к содержанию межличностной перцепции.

Процессы возникновения этих причин, т. е. содержание межличностной перцепции, изучаются особой отраслью социальной психологии, которая называется каузальной атрибуцией.

В теории каузальной атрибуции большое внимание уделяется идее контрастных представлений: когда «плохому» человеку приписываются отрицательные черты, а воспринимающий оценивает себя по контрасту как носителя самых положительных черт. Это доказывает, как уже говорилось выше, что успех или неуспех межличностной перцепции зависит как от характеристик воспринимающего лица, так и от характеристик объекта восприятия.

Ситуации межличностного социального восприятия (перцепции) можно характеризовать при помощи ряда **социально-психологических эффектов**, возникающих в процессе общения.

Большинство социальных психологов в качестве первого из них называют – *эффект ореола* («галозэффект»). Эффект ореола – формирование специфической психологической установки на воспринимаемого непосредственно или опосредованно человека (явления, события) через приписывание ему на основе этой установки определённых качеств.

При этом информация, полученная о каком-то человеке, наслаивается на тот социальный образ, который был уже создан заранее. Этот образ играет роль «ореола», в лучшем случае мешающего видеть, а в худшем искажающего действительные черты объекта восприятия.

Эффект ореола в случае общего благоприятного впечатления о человеке может приводить к позитивным оценкам даже «неизвестных» самому человеку его личностных качеств. Человек не всегда способен объективно оценить не только отрицательные, но и положительные свои личностные качества. И,

⁴⁷ Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУП, 2003. С.360-362

наоборот, общее неблагоприятное впечатление «со стороны» способствует преобладанию негативных оценок. Эффект ореола проявляется особенно явно при суждении о моральных качествах человека, которые являются наиболее трудно определяемыми, особенно если он не известен окружающим по фактам (поступкам) совместной деятельности.

В обыкновенной жизненной практике «эффект ореола» часто играет решающую роль, например, при передаче о том или ином человеке информации по «сарафанному радио». Причём часто эта информация касается характеристики так называемых публичных людей, которых лично ни кто не знает, но им приписываются заочно те качества, которые желательно распространить «источнику информации».

Эффект первичности. Это более значимое первое впечатление о человеке, на основе которого долгое время люди строят свои с ним отношения. Вопреки расхожему мнению, что первое впечатление бывает обманчивым, может оказаться, что оно вполне соответствует действительности. Всё зависит от того, насколько человек в дальнейшем будет его «подтверждать» своими поступками.

Но бывают, разумеется, и совершенно противоположные случаи. При ошибках неравенства схема восприятия такова. При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем это было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чём-то превосходим, то мы его недооцениваем. Очень важно помнить, что превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. Эти ошибки можно назвать *фактором превосходства*.

В чём проявляется превосходство в манере поведения? Скорее всего, его можно определить как независимость в различных ситуациях и обстоятельствах.

Сюда относится, прежде всего, независимость от партнёра: человек показывает, что ему неинтересен тот, с кем он общается, его реакция, настроение, состояние или то, о чём он говорит. Такая внешняя независимость может выглядеть так же, как высокомерие, наглость, уверенность в себе и т.п.

«Независимость от ситуации общения» обнаруживается в следующем: человек как бы не замечает некоторых её аспектов. Например, наличия свидетелей, неудачно выбранного момента, различных помех и т.д. Такое поведение почти всегда свидетельствует об определённом превосходстве. Слишком расслабленная поза (например, развалившись в кресле) при важном разговоре может означать превосходство в ситуации, власть. Также бывает, что человек смотрит в сторону, в окно, рассматривает свои ногти – это явная демонстрация превосходства, власти (кстати, люди зависимые обычно внимательно смотрят на собеседника, «заглядывают в глаза»). Если человек говорит непонятно для собеседника, употребляет много специальных терминов, иностранных слов, т.е. не стремится к тому, чтобы его поняли, то такое поведение фиксируется иногда как интеллектуальное превосходство.

Манера поведения может содержать в себе признаки превосходства по разным причинам: вследствие действительного превосходства, объективного или только субъективного, а также вследствие превосходства ситуативного.

Безусловно, на восприятие превосходства влияет весь опыт человека и его внутренняя позиция. Отметим, что действие фактора превосходства начинается тогда, когда человек фиксирует превосходство другого над собой по знакам в одежде и манере поведения⁴⁸.

Не менее важными и узнаваемыми являются ошибки, связанные с тем, нравится нам внешне партнёр по общению или нет. Эти ошибки заключаются в том, что если человек нам нравится (внешне!), то одновременно мы склонны считать его более добрым, умным, интересным и т. д. (т. е. опять-таки переоценивать многие его психологические характеристики).

Подобные примеры мы можем найти у многих писателей. Например, у Л.Н. Толстого в «Крейцеровой сонате» говорится: «Удивительное дело, какая полная бывает иллюзия того, что красота есть добро. Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь и не слышишь глупости, а слышишь умное. Она говорит, делает гадости, а ты видишь что-то милое. Когда же она не говорит ни глупостей, ни гадостей, а красива, то сейчас уверяешься, что она чудо как умна и нравственна».

В данном случае под влиянием одного фактора переоцениваются или недооцениваются свойства человека. Здесь мы имеем дело с *фактором привлекательности* – чем более внешне привлекателен для нас человек, тем лучше он во всех отношениях, если же он непривлекателен, то и остальные его качества недооцениваются.

Следующая схема также хорошо известна. Те люди, которые к нам относятся хорошо, кажутся нам значительно лучше тех, кто к нам относится плохо. Это проявление так называемого фактора «отношения к нам».

Американские психологи Р. Нисбет и Т. Вильсон проводили следующий эксперимент. Студенты в течение получаса общались с новым преподавателем, который с одними испытуемыми вел себя доброжелательно, с другими – отстранённо, подчеркивая социальную дистанцию. После этого студентов просили дать оценку ряду характеристик преподавателя. Результаты оказались достаточно однозначными. Оценки «доброжелательного» преподавателя оказались значительно выше, чем оценки «отстранённого».

Г.В. Бороздина пишет: «Если с определением знаков превосходства особых затруднений не возникает, то относительно знаков привлекательности всё обстоит иначе. Спросите себя или своих знакомых, каковы внешние знаки, позволяющие считать одного человека привлекательным, а другого нет? Удовлетворительного ответа вы не получите, хотя практическое определение привлекательности, как правило, проблем не вызывает».

Сложность этого вопроса вызвана тем, что все привыкли считать привлекательность только индивидуальным впечатлением. Можно сказать, что знаками привлекательности являются усилия человека выглядеть социально одобряемым образом в некоторой группе.

⁴⁸ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

знаком, «запускающим» соответствующую схему формирования впечатления, является всё, что свидетельствует о согласии или несогласии партнёра с нами (фактор отношения к нам).

В любом случае мы должны осознавать, что ошибкой является не само по себе построенное по схеме первое впечатление, а использование этого впечатления не по адресу в длительном межличностном общении»⁴⁹.

Отсюда можно сделать заключение, что позитивное отношение к нам порождает сильную тенденцию к приписыванию положительных свойств и «отбрасыванию» отрицательных, и наоборот, – негативное отношение вызывает тенденцию не замечать положительных сторон партнёра и выделять отрицательные.

Очень важно отметить, что эти три фактора охватывают практически все возможные ситуации общения. Из этого следует, что первичное восприятие другого человека всегда ошибочно. Однако, как мы уже говорили выше, это не совсем так. Специальные исследования показывают, что практически каждый взрослый человек, имеющий достаточный опыт общения, способен точно определить почти все характеристики партнёра. Но эта точность бывает только в нейтральных ситуациях (а такие ситуации встречаются только в специальных экспериментах и совершенно отсутствуют в реальной жизни). Причём в этих же экспериментах было обнаружено, что в реальной жизни всегда присутствует тот или иной процент ошибок. Почему это происходит? Вероятно, потому что перед человеком никогда не стоит задача просто воспринять другого человека. Образ партнёра, который создаётся при знакомстве, – это регулятор последующего поведения, он необходим для того, чтобы правильно и эффективно построить общение в данной ситуации. Наше общение строится в зависимости от того, с кем мы общаемся, и для каждой категории партнёров существуют разные техники. Особенно хорошо это видно на примере общения взрослых с маленькими детьми. Как часто многие взрослые не умеют разговаривать с малышами и как часто маленькие дети испытывают трудности в общении с незнакомыми взрослыми! Причина этих неудач – отсутствие у тех и других адекватной техники общения при таком огромном и явном превосходстве по всем параметрам у взрослых.

В каждой ситуации в «фокусе» восприятия оказываются те признаки другого человека, которые позволяют определить его принадлежность к той или иной социальной группе в соответствии с особенностями ситуации и требованиями к построению модели дальнейшего поведения. Все же остальные черты и особенности, оказавшиеся «не в фокусе» (неактуализированные), просто достраиваются по определённым схемам, и именно здесь появляется вероятность ошибки. Таким образом, восприятие любого другого человека одновременно и верное и неверное, и правильное и неправильное.

⁴⁹ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

Однако важно знать не только схему восприятия, но также и те знаки во внешности другого человека или в ситуации, которые «запускают» восприятие по этой схеме. Исследования показывают, что для определения параметра превосходства в нашем распоряжении имеются два основных источника информации: а) *одежда человека, весь его имидж*; б) *манера поведения человека* (как он сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т. д.). Кроме этих двух признаков, других у нас нет. Но эти источники реально значимы лишь потому, что информация заложена в них в соответствии с исторически сложившимися стереотипами⁵⁰.

Эффект стереотипизации – один из самых распространённых в социальном речевом взаимодействии. Он имеет глубокие исторические корни. «В прежние времена, – пишет Г.В. Бороздина, – это было настолько важно, что определённая одежда не только могла носиться людьми определённого статуса или общественного положения, но и должна была носиться ими. Например, в Средние века церковь диктовала в одежде практически всё, вплоть до малейших деталей. Этот диктат закреплялся определёнными эдиктами, которые высекались на камне, устанавливавшимся посреди города. Понятно, что любой житель средневековой Европы, только взглянув на человека, сразу понимал, кто (в социальном плане) перед ним. Существовали периоды, когда система подобных предписаний разрабатывалась до мельчайших подробностей.

В Китае, например, вплоть до XX в. самой распространённой одеждой был халат, причём мужские и женские халаты отличались лишь деталями. Социальное положение определялось лишь фасоном (их было всего два) и цветом. Так, халат жёлтого цвета мог носить только император, коричневого и белого – престарелые сановники, красного и синего – герои. Студенты носили халаты голубого цвета, крестьяне – белого, бедняки – чёрного.

Вместе с демократизацией общества официальная роль одежды меняется. Сейчас, например, нет запретов или правил, каждый может надеть всё, что захочет. Тем не менее связь одежды с тем или иным видом превосходства остаётся достаточно сильной. Исследования показывают, что почти все взрослые люди могут по одежде определить социальный статус человека, а также примерно указать род занятий.

В манере поведения, как и в одежде, всегда присутствуют элементы, позволяющие судить о статусе человека («Что приличествует Юпитеру, то не приличествует быку», – гласит древняя поговорка). Именно поэтому все мы по манере поведения можем определить наше равенство или неравенство с другим человеком»⁵¹.

Но в целом всё же стереотип возникает на основе ограниченного прошлого опыта. В результате строят выводы на базе такой «однобокой» информации.

⁵⁰ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

⁵¹ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

Очень часто стереотип возникает на основе групповой принадлежности человека.

Например, принадлежности к какой-то профессии. Все учителя якобы назидательны, а бухгалтеры – педанты. Наиболее распространённый эффект стереотипизации направлен на формирование заочного представления о другом человеке по национальному признаку: кавказцы – бандиты, русские – славные малые, но дураки, евреи – умные и коварные, украинцы – хитрые и т. д. Эффекту стереотипизации свойственно упрощать процесс познания друг друга и формировать предубеждённое отношение к познаваемому субъекту.

Эффект новизны связан непосредственно с феноменом длительного речевого социального взаимодействия.

К этому эффекту относятся те случаи межличностного восприятия, когда давно знакомый человек вдруг раскрывается совершенно иначе, чем вы его привыкли воспринимать.

Например, после многолетнего знакомства преподавателя с учеником последний в какой-то из моментов общения с ним предстаёт перед учителем совершенно другим человеком. Надо ли говорить, что эта неожиданная радость может быть окрашена в «чёрные или светлые тона».

Г.В. Бороздина замечает: «В постоянном общении продолжают действовать результаты первого впечатления. Однако при постоянном и длительном общении нам может быть недостаточно только черт и свойств, приписанных партнёру при первом впечатлении. В постоянном общении становится важным более глубокое и объективное понимание партнёра.

В реальном общении мы почти всегда примерно понимаем, что происходит с нашим партнёром. При этом вряд ли каждый может в любой момент объяснить, почему ему кажется, что собеседник чем-то расстроен или не хочет продолжать разговор. Однако это понимание существует, иначе мы не стали бы выяснять, что же произошло или стараться закончить беседу. Значит, восприятие другого человека в общении даёт нам материал для выводов. Проблема состоит в следующем: мы иногда не знаем, что это за материал, что собственно мы восприняли и как это у нас вышло.

Общаясь с партнёром, мы получаем большое количество информации о нём, его состоянии и переживаниях. Известно и то, что способности адекватного восприятия других индивидов у разных людей различные. Почему? Некоторые полагают, что это зависит от жизненного опыта. Тем не менее каждый из нас наблюдал за людьми, имеющими большой жизненный опыт, но он им не помогал в общении. В то же время есть молодые люди, прекрасно умеющие вовремя увидеть что-то в партнёре и понять, что с ним происходит. И, наконец, маленькие дети. У них отсутствует жизненный опыт, но многие знают, насколько верно и тонко дети воспринимают взрослых, буквально чувствуют их. Вероятно, существуют способности, позволяющие за внешними признаками видеть внутреннее содержание.

Как понять своего партнёра? Психологические исследования показывают, что почти все детали внешнего облика человека могут нести информацию об его

эмоциональных состояниях, отношении к окружающим, а также его отношении к себе.

Лицо человека, его жесты, мимика, общий стиль экспрессивного поведения, походка, его манера стоять, сидеть, привычные позы и их изменение во время разговора, пространственная ориентация по отношению к партнёрам – всё это имеет определённое содержание и несёт информацию о внутренних состояниях человека. Конечно, то, что максимально привлекает наше внимание в облике другого человека, – это его лицо.

Действительно, можно сделать «умное» лицо и тем самым воздействовать на мнение о себе, а кроме того, лицо часто бывает «одухотворённым», «смешным», «просветлённым», «угрюмым» и т. д.

Таким образом, первое, что отражается в лице человека, – это эмоции. Существует семь основных «выражений лица»: счастье, удивление, страх, страдание, гнев, отвращение (или презрение), интерес. Восприятие эмоционального состояния человека по лицу происходит очень быстро и точно. Важную роль при чтении информации «с лица» играет направление взгляда⁵².

Например, как мы уже замечали выше, говоря о коммуникативной стороне общения, очень неприятно говорить с человеком, который всё время не смотрит на вас, «отводит глаза». Точно так же не очень приятно, когда на вас всё время пристально смотрят. Что выражает направление взгляда? «Зарубежные психологи считают, что взгляд связан с процессом формирования высказывания и трудностью этого процесса. Когда человек только формулирует мысль, он чаще всего смотрит в сторону («в пространство»). Когда мысль полностью сформулирована, он смотрит на собеседника. Когда речь идёт о сложных вещах, на собеседника смотрят меньше, когда трудность преодолевается, – больше. Тот, кто в данный момент говорит, меньше смотрит на партнёра – он смотрит на него только для того, чтобы проверить его реакцию и заинтересованность. Слушающий же человек больше смотрит в сторону говорящего и «посылает» ему сигналы обратной связи и т. д.

Однако, хотя лицо является главным источником психологической информации, тем не менее, во многих ситуациях оно гораздо менее информативно, чем нам кажется. Это связано с тем, что мимика лица хорошо контролируется человеком, несмотря на расхожие представления о том, что лицо может выдавать человека даже тогда, когда он этого не хочет («как на лице написано»).

При определённых обстоятельствах (например, соблюдении правил этикета), когда человек хочет скрыть свои чувства, лицо становится малоинформативным, а тело – главным источником информации для партнёра. Некоторые психологи даже называют тело местом «утечки информации» о наших душевных состояниях. Походка, например, также является одним из

⁵² Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

важнейших ключей к пониманию внутреннего состояния человека. Недаром походка так узнаваема – она строго индивидуальна. По походке довольно легко распознать эмоциональное состояние человека. Причём оказалось, что, например, самая «тяжёлая» походка – в состоянии гнева; самая большая длина шага – в состоянии гордости; когда человек испытывает страдание, он почти не размахивает руками, они «висят»; а если он счастлив, то он «летит», у него более частые и лёгкие шаги и т. п.

Для того чтобы умение понимать партнёра начало проявляться в общении, необходимы не только и не столько знания и опыт, сколько нечто другое – особое отношение к партнёру, особая направленность на него. Какими бы опытными и умудрёнными жизнью и знаниями мы ни были, для того чтобы понять человека, нужно этого хотеть: хотеть понять, о чём он думает, отчего переживает, его точку зрения и образ мыслей.

Каждый может вспомнить ситуации, когда восприятие и понимание в общении были ясными, лёгкими, наполненными. Это отношения с любимыми, с близкими друзьями – всё здесь происходит само собой, без труда и раздумий. В таких ситуациях нам очень хочется понять другого, не обидеть его, не сделать что-то не так и т. д. Механизмом этого типа восприятия и понимания другого является эмпатия. Эмпатия основана на умении (которое определяется стремлением) поставить себя на место другого, взглянуть на всё его глазами, почувствовать его состояние и позицию и учесть их в своём поведении»⁵³.

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Дайте определение содержания понятия «перцептивная сторона общения».
2. Охарактеризуйте понятие «восприятие другого человека» и укажите, как оно сказывается на информационной социализации?
3. В чём заключается специфика анализа осознания себя через другого человека? Из каких этапов он может состоять?
4. Охарактеризуйте модель социального информационно-речевого взаимодействия партнёров по общению?
5. Что такое «эффект ореола» и как он может влиять на социально-культурный аспект информационной социализации?
6. Что такое «эффект первичности» и как он может влиять на социально-культурный аспект информационной социализации?
7. Что такое «эффект новизны» и как он может влиять на социально-культурный аспект информационной социализации?
8. Что такое «эффект стереотипизации» и как он может влиять на социально-культурный аспект информационной социализации?

⁵³Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

1.6. Социальное речевое взаимодействие человека через «зеркало» его поступков

Человек, являясь существом общественным, создаёт на базе природной среды собственную, особую среду обитания, которая, по мнению человечества, улучшает условия его жизни и которая неизбежно вступает в конфликт с живой природой. Мы не можем отрицать, что социализация в нами созданной среде зависит в существенной мере и от адаптации к природной среде, от умелого или неумелого взаимодействия человека с ней. Природная среда, в свою очередь, меняется под воздействием технологического вмешательства человека в её естественные циклы развития. Хотелось бы верить, что этот образовавшийся много миллионов лет назад замкнутый круг не окажется порочным ни для природы, ни для человека.

Поэтому очень важным для человека остаётся вопрос о том, как его собственная деятельность, любая из разновидностей которой является социальной⁵⁴, влияет, с одной стороны, на его индивидуальное согласование с ценностями и нормами поведения в обществе и насколько они соответствуют живой природе⁵⁵. А, с другой стороны, как она (деятельность) способствует формированию (т. е. изменению⁵⁶) «ценностей и норм» поведения в живой природе, по крайней мере, в рамках функционирования или в рамках взаимодействия с социальной средой⁵⁷.

Деятельность же человека, в том числе и речевое информационное взаимодействие (общение), можно понять только через его поступки, в которых он подтверждает или отрицает приверженность тем или иным ценностям и нормам поведения. Человек не умеет или разучился разговаривать с природой. Поэтому наше «общение» с ней внешне выглядит однонаправленным. Хотя какие-то знаки (информацию) нам она посылает, увы, преимущественно в виде природных катаклизмов, которым человек пока, мягко говоря, не готов противостоять, потому что не может или, ослеплённый своим величием, не хочет понять. Человек умеет с природой, да и друг с другом «говорить» только языком своих поступков. Как говорил Г. Гегель: «Человек есть не что иное, как ряд его поступков»⁵⁸. В связи с этим, Г.В. Бороздина подчёркивает: «Человек лучше виден через свои покупки, <...> адекватное понимание действий человека может в конечном счёте привести к успеху взаимодействия с ним». А посему попробуем в этом параграфе поговорить об информативности наших поступков.

«К примеру, – говорит Г.В. Бороздина, – вы приходите на работу, а ваш руководитель встречает вас комплиментами. С чего бы это? Вы действительно

⁵⁴ Автор имеет в виду, что экономическая, политическая, религиозная и т. п. виды деятельности человека имеют социальную направленность, потому что, как уже говорилось выше, человек – существо общественное, т. е. созданное подобными себе в результате социального взаимодействия между собой.

⁵⁵ Т. е. с так называемыми законами природы.

⁵⁶ Процесс формирования ценностей и норм поведения неизбежно сопряжён с процессом их изменения под воздействием различных меняющихся обстоятельств (природных, экономических, политических и др.) бытия человека.

⁵⁷ Автор сомневается, что «законы социальной среды», создаваемой человеком, способны менять «законы природы».

⁵⁸ Г. Гёте об этом же говорил: «Поведение – это зеркало, в котором каждый показывает свой лик»

так хорошо выглядите сегодня или ему что-то от вас нужно? А может быть, у него просто хорошее настроение?

Вы рассказываете о своих проблемах другу, а он вдруг посередине разговора извиняется и просит отложить разговор на завтра. Почему? У него какое-то срочное дело именно сейчас или вы ему просто надоели со своими проблемами?

Для каждого из нас от понимания истоков действий и их причин во многом зависит построение взаимодействия с другим человеком. Пути и механизмы такого понимания не могли не заинтересовать психологов, поэтому возникло целое направление: исследование процессов и результатов каузальной атрибуции (приписывания причин) поведения.

Как на практике человек объясняет поведение других?

Например, кто-то опаздывает на свидание с приятелями. Один из ожидающих считает, что это связано с плохой работой транспорта, другой предполагает, что опоздание – результат легкомыслия того, кто опаздывает, третий начинает сомневаться, не сообщил ли он опаздывающему другое, неверное место встречи, а четвёртый считает, что их специально заставляют ждать. Таким образом, у каждого свои представления о причине опоздания. Первый видит её в обстоятельствах, второй – в особенности личности опаздывающего, третий видит причину в себе, а четвёртый считает опоздание намеренным и целенаправленным. Причины опоздания совершенно по-разному мотивируются, причём это связано с тем, что приятели по-разному проводят атрибуцию.

Когда происходит каузальная атрибуция? Необходимость в ней появляется в тех случаях, когда возникают неожиданные преграды и трудности на пути совместной деятельности. При возникновении трудностей и конфликтов, а также столкновении интересов или взглядов люди прибегают к каузальной атрибуции своего или чужого поведения и пытаются таким образом оказать влияние на дальнейшие события. Причём чем большие затруднения встречаются нам при взаимодействии, тем более серьёзно мы подходим к поиску причин этих затруднений⁵⁹.

Безусловно, восприятие образа другого человека во многом зависит от умения его презентовать себя во время общения. Делается это, в том числе, с помощью управления вниманием партнёра по общению, которое осуществляется с помощью подачи (транслирования) ему необходимой вербальной или невербальной информации о себе. Этот социально-психологический феномен Г.В. Бороздина называет «самоподачей в общении».

Управление вниманием собеседника базируется на умении человека управлять своим вниманием. По сути, это умение фокусированно или, лучше сказать, целенаправленно отбирать необходимую для осуществления конкретной деятельности информацию. Например, во время «общения» с живой природой человек, «работающий на земле», постоянно собирает у неё информацию о

⁵⁹ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

предстоящих погодных условиях⁶⁰, от которых напрямую зависят результаты его труда. Журналист, подготавливающий материал на определённую тему, собирает такую информацию, которая поможет ему более достоверно и экспрессивно (т. е. правдиво и интересно) его написать. То же самое происходит и при подготовке преподавателя к лекции или какому-то другому виду педагогического публичного межличностного взаимодействия с аудиторией. Интересно, что даже такой тип человека, как художник (в широком смысле этого слова) также отличается особой способностью управлять своим вниманием, которую окружающие, как правило, ошибочно именуют рассеянностью. Если это и рассеянность, то особого рода – творческая рассеянность. То есть не что иное, как естественная способность человека абстрагироваться, сосредотачивать своё внимание только на интересующей его информации, которая для художника, как известно, «заключена» (аккумулирована) в цвете, звуке, формах и т. п.

Природные, профессиональные и другие навыки управления своим вниманием – это навыки общения на разных психофизических уровнях⁶¹ со своим внутренним «Я». Они способствуют наилучшему освоению в дальнейшем или параллельно навыков управления вниманием других людей, которые необходимы человеку в процессе социализации вообще и, в частности, информационной социализации. Так как важнейшими условиями эффективности последней мы считаем как имманентные свойства информации, так и её социокультурный смысл,⁶² то «управлять вниманием» – это значит умело осуществлять во время общения сбор, обработку, формирование и транслирование социально значимой информации для формирования в обществе культурно целесообразных ценностей и норм поведения.

Человек, у которого нет врождённых или приобретённых патологических психофизических отклонений, всегда стремится поступать «культурно и целесообразно», чтобы его информация о себе была понятной и эмоционально-действенной. В связи с этим он осознанно или неосознанно стремится так управлять вниманием партнёров по общению, чтобы эта информация была ими воспринята определённым образом.

Г.В. Бороздина пишет: «Каждый может управлять вниманием партнёра – надеть яркую одежду, что-то подчеркнуть в своём поведении, а что-то затенить и таким образом создать своеобразную иерархию признаков своего образа. Управление вниманием может производиться неволью и неосознанно, с тем же успехом, что и осознанно, хотя, конечно, целенаправленная самоподача иногда может быть совершенно неотразимой.

Наверное, каждый человек хоть раз интересовался тем, какое впечатление он производит на других, т. е. его волновало, какой результат даёт его

⁶⁰ Речь идёт о так называемых народных приметах: птицы низко летают – к перемене погоды,

⁶¹ Имеются в виду уровни: интуиции (подсознания, области сверхчувственного мышления), чувственного восприятия (образного или художественно-образного мышления), понятийного восприятия (логического или рационального мышления).

⁶² Имманентные свойства информации – её количество и форма, скорость передачи и обработки и другие. Социокультурный смысл информации – способность её влияния на формирование ценностей и норм поведения в обществе, шире – на формирование культуры.

самоподача (причём этот результат всегда связан с формированием целостного впечатления). Управление восприятием партнёра происходит с помощью привлечения внимания к тем особенностям своего внешнего облика, своего поведения или представления о ситуации, которые «запускают» соответствующие механизмы социального восприятия.

К подобным механизмам социального восприятия относятся: самоподача превосходства, привлекательности⁶³, отношения, актуального состояния и причин поведения.

Самоподача превосходства. Для того чтобы быть эффективным, этот механизм социального восприятия должен опираться на некоторые объективные признаки, знаки превосходства – одежду, манеру речи и поведения. Но поскольку самоподача – это управление вниманием партнёра, очень важно к тому же, чтобы эти факторы при подобном механизме социального восприятия были действительно заметны, акцентированы, подчеркнуты и выделены.

Например, модная молодёжная одежда одного человека будет воздействовать на окружающих только в том случае, если она будет рассматриваться на фоне немодной одежды остальных. Когда все одеты одинаково, этот фактор не сработает. Если же нам необходимо скрыть превосходство, то мы должны позаботиться об обратном. Когда молоденькая девушка надевает строгий тёмно-серый костюм, каждый понимает, что она идёт не на танцы. Вероятно, для неё чрезвычайно важно подчеркнуть свой статус – ей нужно завуалировать молодость, акцентировать некоторую официальность.

Самоподача превосходства имеет очень большое значение для людей, специальность которых подразумевает профессиональное общение, – руководителей, юристов и многих других. Они, как правило, знают об этом, но не всегда понимают, какие имеются конкретные пути для достижения успеха. Именно поэтому во многих странах мира существуют консультативные фирмы, которые помогают «поставить» нужную самоподачу. Работа консультанта основана на тонком знании того, как в конкретных условиях определённой социальной группы воспринимаются представители других групп и как они должны выглядеть, чтобы их деятельность была эффективной.

Если показать превосходство при помощи одежды достаточно просто, то акцентировать превосходство в манере поведения значительно сложнее. Признаком превосходства здесь является независимость, за которой скрываются те или иные нарушения норм общения.

Например, вызывающее поведение молодёжи служит именно тому, чтобы подчеркнуть такой манерой поведения своё превосходство. Кто не слышал в общественном транспорте преувеличенно громкий смех, подчёркнутое употребление либо непонятных, либо нецензурных слов? Это своеобразный способ самоподачи – только через независимость в поведении (в данном случае – в речи). Разумеется, такое поведение – признак низкой культуры в общении.

⁶³ В основе самоподачи превосходства и привлекательности лежат факторы, соответственно, превосходства и привлекательности, о которых мы рассказывали в п. 1.5., в связи с эффектом первичности. Просьба не путать: факторы – это объективно существующие условия, самоподача – это приём, использующий их для управления вниманием другого человека.

Самоподача привлекательности. Привлекательность также является предметом управления. Причём если самоподача превосходства не всегда важна для человека, то самоподача привлекательности важна для каждого. Правило самоподачи привлекательности очень простое: образно говоря, не одежда сама по себе делает нас привлекательными, а та работа, которая затравлена нами на её приведение в соответствие с нашими внешними данными»⁶⁴.

Другими словами, привлекательность формируется не столько из-за внешних признаков, сколько с помощью «показа» располагающего к общению, часто не претендующего на исключительность поведения (поступков) человека. При этом человек должен чувствовать, а лучше ещё и понимать, что является или может являться привлекательным в его поведении партнёру по общению. «Неправильная информация» о себе может породить совсем не ту психологическую реакцию, на которую рассчитывает собеседник.

Эта сторона самоподачи, например, актуальна в работе журналиста, который в силу своих профессиональных обязанностей должен работать с людьми из различных социальных групп. Его информация о себе, представленная в виде одежды, речи, часто играет ключевую роль в том, насколько он успешно выполнит свою работу. История отечественной и зарубежной журналистики знает немало примеров, когда журналист, идя на задание, данное редакцией, облачался в привлекательный для определённой социальной группы костюм и таким образом стилизовал свою речь, чтобы не быть отторгнутым собеседником.⁶⁵

Самоподача отношения. «Самоподача превосходства и самоподача привлекательности по значению и частоте употребления значительно проигрывают самоподаче отношения. Действительно, всегда очень важно уметь показать партнёру своё отношение к нему – чаще хорошее, но иногда и плохое.

Мы прекрасно осознаём, что хмурый вид, взгляд в сторону или мимо собеседника не располагают окружающих к подобному партнёру, в то время как улыбка, кивок согласия или открытый взгляд помогают наладить контакт. Но, конечно, и здесь наши знания и представления скорее интуитивны, чем точны. Что такое «открытый взгляд»? Обычно прямой взгляд интерпретируется как выражение хороших чувств. Но имеется одно существенное исключение. Если кто-то смотрит на нас прямо, пристально, непрерывно и упорно, то такой вызывающий взгляд часто интерпретируется скорее как знак враждебности, нежели дружелюбия.

Способы самоподачи отношения можно разделить на вербальные и невербальные. Вербальные способы мы хорошо знаем по приёмам, используемым «подхалимами». Они очень точно и полно описаны сатириками. Н.В. Гоголь, уделявший много внимания описанию самоподачи Чичикова, даёт очень полный список вербальных приёмов. Вот только некоторые из них.

⁶⁴ Г.В. Бороздина «Психология делового общения».

⁶⁵ Пожалуй, один из самых известных случаев – это сбор информации в московских ночлежках о жизни людей, оказавшихся «на дне жизни», королем репортажа дореволюционной России – Владимиром Алексеевичем Гиляровским, автором книги «Москва и москвичи».

«В разговорах с семи властителями он очень искусно умел польстить каждому. Губернатору намекнул как-то вскользь, что в его губернию въезжаешь как в рай, дороги везде бархатные, и что те правители, которые назначают мудрых сановников, достойны большой похвалы. Полицмейстеру сказал что-то очень лестное насчёт городских будочников, а в разговорах с вице-губернатором и председателем палаты, которые ещё были только статские советники, сказал даже ошибкою два раза: «ваше превосходительство», что им очень понравилось».

Если проанализировать подобные приёмы, то мы увидим, что главное в них – это умение как можно скорее выразить согласие с собеседником в значимых для него вопросах и ни в коем случае не возражать. Часто такие же приёмы мы используем в ситуациях обыденного общения.

Например, мы знакомимся с новым человеком. Наиболее приемлемая тактика – найти общую тему для разговора. Причём важно найти именно такую тему, точки зрения по которой заведомо совпадают. Может быть, именно поэтому для начала общения так характерен разговор о погоде.

Арсенал невербальных средств разнообразен: показать своё отношение можно и кивком головы, и взглядом. Но, пожалуй, наиболее важны поза и расположение тела по отношению к собеседнику. Если мы повернулись к собеседнику лицом, то это демонстрирует одно отношение, спиной – другое. Очень хорошо это прослеживается у детей: если ребёнок любит взрослого, то он старается быть как можно ближе к нему, а если не любит, то убегает или прячется. Если у взрослых не принято поворачиваться спиной к собеседнику, то дети это делают постоянно: когда они обижены – отворачиваются, стоят боком, смотрят исподлобья. Всё это – знаки определённого отношения.

Очень важно, чтобы вербальные и невербальные средства не противоречили друг другу: совпадение этих средств усиливает доверие к человеку.

Самоподача актуального состояния и причин поведения. Огромное количество таких часто употребляемых оборотов, как «Я не виноват, что...», «Обстоятельства так сложились, что...», «Я был вынужден...» и т. д., являются достаточно простыми и всем доступными, наивными, если можно так выразиться, средствами самоподачи, в которой внимание партнёра привлекается к той причине собственных действий, которая кажется нам наиболее приемлемой.

Самоподача влияет на общение всегда, совершенно независимо от того, насколько полно люди её себе представляют и как они к ней относятся.

Если два приятеля собираются на важный разговор к руководителю и один из них считает необходимым надеть лучший костюм, белую рубашку и галстук, чтобы выглядеть «соответственно», а другой презирает такое подлаживание под ситуацию, и поэтому идёт в джинсах и старом свитере, то, несмотря на разное отношение к ней, самоподачу производят оба: первый «подаёт» официальность,

уважение, статус, респектабельность, другой «предъявляет» независимость, наивность, самостоятельность»⁶⁶.

Таким образом, самопрезентация (самоподача) как способ информирования партнёра о себе, то есть о своих социальных возможностях и намерениях, объективно присутствует в любом общении. Она может способствовать процессу социализации, а может «разрушать» его. Последнее чаще происходит в тех случаях, когда человек недоучитывает значения самопрезентации.

Например, во время самопрезентации в ходе собеседования при приёме на работу кандидат на рабочее место не учитывает специфику деятельности учреждения или предприятия. То есть «одет не ко двору», не проявляет или проявляет не те коммуникативные навыки⁶⁷. Такой человек, как правило, даже при наличии соответствующего образования, долго не может найти работу по специальности. Иногда ему это не удаётся сделать вообще, и он бывает вынужден работать там, «где придётся», что, конечно, не способствует формированию его нормального социального самочувствия и отрицательно сказывается на социализации.

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Что такое самоподача в общении, или управление вниманием партнёра по общению?
2. Объясните, что такое «самоподача превосходства» и какую роль она может играть во время информационного взаимодействия между людьми.
3. Объясните, что такое «самоподача привлекательности» и какую роль она может играть во время информационного взаимодействия между людьми.
4. Объясните, что такое «самоподача отношения» и какую роль она может играть во время информационного взаимодействия между людьми.
5. Объясните, что такое «самоподача актуального состояния и причин поведения» и какую роль она может играть во время информационного взаимодействия между людьми.
6. Объясните, что такое «самоподача актуального состояния и причин поведения» и какую роль она может играть во время информационного взаимодействия между людьми.

⁶⁶ Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

⁶⁷ Это типичная ошибка молодых людей, которые могут прийти устраиваться, например, менеджером по продажам неоправданно одетыми и разговаривать с представителями фирмы, используя молодежный или даже дворовый сленг.

1.7. Потребление информации как социальное взаимодействие

Опосредованное общение, а, следовательно, социальное взаимодействие, в отличие от непосредственного межличностного общения имеет свою социально-психологическую специфику. Главная её особенность – отсутствие «физического контакта» с партнёром по общению. Общеизвестно, что это приводит к искажению информации. Конечно, не факторологической основы, которая выражается преимущественно вербально, а социально-психологической её сущности. В отличие от непосредственного общения у собеседников значительно «сужаются» возможности эмпирического наблюдения друг за другом. Им становится труднее отслеживать непосредственные реакции партнёра по общению на получаемую информацию. В первую очередь невербальные реакции, которые труднее контролировать человеку, именно они иногда могут сказать больше, чем его слова. Поэтому информация поступает в сознание в некоем «безличностном» виде.

Это, с одной стороны, интересно, потому что не даёт возможности партнёру по общению её эмоционально приукрашивать, выдавая желаемое за действительное. Вот почему некоторым специалистам в области стихосложения трудно на слух воспринимать стихи: авторское или актёрское исполнение способно повлиять на объективную оценку их формы и содержания. Разумеется, любая информация совершенно «безличностной» быть не может, потому что личность её автора так или иначе уже запечатлена в информационном образе, который представляется в виде суммы различных публицистических фактов. Факты эти сознательно отбирал автор, он сделал для нас из них определённую смысловую конструкцию, для того чтобы мы восприняли информацию (прочли её) именно так, как он этого желает. Кроме того, автор «облачил» информацию в определённую экспрессивную оболочку, которая, подобно обёртке на товаре или платью на женщине, придаёт этой информации дополнительный эмоциональный смысл. Иногда эти «обёртки» и «платья» способны творить «чудеса» в виде ненужных покупок или абсолютно неверного восприятия человека. Поэтому, конечно, мы лишь условно говорим о «безличностной» информации.

Но, с другой стороны, опосредованное общение в большинстве случаев представляет собой однонаправленное движение информации. Это ограничивает или полностью лишает возможности партнёров участвовать в полноценном речевом взаимодействии, когда смысл информации в процессе может корректироваться, её содержание дополняться, «усекаться». Живое общение с помощью активной обратной связи между собеседниками даёт возможность им сохранять более субъектные позиции, разнообразно эмоционально выстраивать диалог, а значит и творчески вместе (совместно!) её интерпретировать.

Поэтому опосредованное общение более склонно редуцировать (изменять) сознание собеседника (реципиента), превращая его из субъекта общения в атомизированный объект потребления информации (респондента). То есть в человека, который реально ничего не может изменить в сложившемся

опосредованном общении, но при этом убеждён, что он реально включён в коммуникацию, ибо у него иногда есть возможность ответить и почти всегда прервать нежелательный акт коммуникации. Человеку в этой странной ситуации присутствия-отсутствия партнёра по общению трудно осознать его социальную ограниченность, при явных утилитарных преимуществах (удобно, быстро и т. п.). Некоторых, а точнее говоря, многих – такое общение устраивает в силу возможности не испытывать естественные неудобства прямого межличностного общения: труднее дезинформировать, извращать смысл получаемой информации, можно избежать переживаний от непосредственного наблюдения происходящего и т. п. Почти никто не задумывается о возникающей зависимости, которая выражается в потребности получать информацию именно в таком индифферентном (в нашем случае – «безличностном») виде, о потере навыков живого межличностного общения, об иллюзорности и многоликости, которая быстро вырождается в двуликость виртуального пространства. Тем более не хочется задумываться, особенно пока молод (ведь модно, престижно и, наконец, удобно!), о влиянии его на психофизиологическое здоровье человека.

Человек, сам того не замечая, начинает менее критично мыслить, более полагается на свои эмоции, чем на здравый смысл, потому что все необходимые мысли в виде красиво упакованной информации ему доставляются виртуально по различным информационным каналам. Простой здравый смысл и человеческий социальный опыт подсказывают, что тот, кого долгое время кормят из ложечки, а продукты в готовом виде или в виде полуфабрикатов доставляют из супермаркета, рано или поздно разучится самостоятельно есть и готовить. Как это ни странно звучит, но такого рода комфорт в информационной индустрии способен человека превратить (гораздо быстрее, чем мы полагаем!) из активного мыслящего существа в пассивного потребителя информации. А через это или, лучше сказать, с помощью этого – в некое биологическое существо, которое воспринимает себя и окружающий мир (информацию о себе и окружающем мире) только на уровне эмоций. Этому способствует непрерывное пассивное массовое восприятие (потребление) информации на уровне чувств, например, в виде различных её визуальных концентратов. Простое причинно-следственное рассуждение указывает на то, что такое квазипотребительское отношение к информационному продукту неминуемо приведёт человека к атрофированию его сознания, когда одно из полушарий его мозга за ненужностью перестанет частично или полностью функционировать.

Всё это может показаться фантастикой, если только не знать, что информация – это всего лишь разновидность товара, на который, несмотря на свою необычность, распространяются все потребительские практики.

Разумеется, эти практики в зависимости от разновидности информационного товара и места его производителя в информационной индустрии разные. Но при этом они имеют и сходные характеристики. Обратимся для примера, чтобы проиллюстрировать нашу мысль, к самому «успешному» на современном этапе развития человечества производителю информационного товара – средствам массовой информации (далее – СМИ).

Прежде всего, информация, производимая СМИ, обладает особой товарностью. Особенность её заключается в том, что этот продукт может быть нематериальным и материальным. К нематериальным товарам в СМИ относят: содержание информации (*новости + мнения (идеи) + развлечения + знания*) и предлагаемые информационные услуги (т. н. сдвоенный рынок нематериальных товаров). При этом считается, что «нематериальный товар СМИ – это журналистская информация, произведённая различными СМИ, – новости, сведения, данные, мнения, результат их анализа – знание того, что происходит в мире, стране или её регионе, удовлетворяющее информационные запросы и потребности покупателей – потребителей такого товара»⁶⁸.

Материальные товары – это информация, которая производится и продаётся на различных материальных носителях: газеты, журналы, компакт-диски, книги и т. п.

С.М. Гуревич замечает, что «Развитие информационного рынка, отношения на нём между производителями товара и его потребителями регулируются и закономерностями так называемого *воспроизводительного потребления*. Суть и особенности этого процесса и соответствующего ему понятия были раскрыты известными экономистами, прежде всего К. Марксом. Потребление, по их мнению, создаёт потребность в новом производстве, побуждает к его развитию. Без потребности в каком-либо продукте нет его производства. Но именно потребление этого продукта воспроизводит потребность в нём.

Отношения между производством и потреблением приобретают диалектический характер. Производство, в свою очередь, приводит к возникновению потребления, создавая побуждение к нему. Эти отношения определяют особенности ситуации, возникающей и на медиарынке.

Дело в том, что *журналистика* как разновидность духовного производства создаёт не только предмет потребления – газеты, журналы, телевизионные и радиoprogramмы, несущие информацию её получателям. Она *создаёт также и потребителя этой информации – аудиторию*. Рост этой аудитории приводит к усилению потребности в информации, потребности, которая становится стимулом развития журналистики, средств массовой информации».

Далее учёный продолжает размышлять: «Свой товар – содержание – СМИ предлагают различной по величине аудитории. Некоторые СМИ – общенациональные газеты, телеканалы – производят содержание для массовой несегментированной аудитории. Общенациональное телевидение США или стран Западной Европы действительно адресуется целой нации, что определяет его программную политику. С экономической точки зрения, массовая аудитория телевидения является единственной основой финансирования – вне зависимости от того, является ли ТВ коммерческим или общественным»⁶⁹.

⁶⁸ Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / С.М. Гуревич. – 4 изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 296 с.

⁶⁹ ⁶⁹ Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / С.М. Гуревич. – 4 изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 296 с.

Итак, информация – разновидность товара, содержание, форма, специфика его потребления имеют свои особенности:

- нематериальное содержание, ориентированное на потребление сознанием человека различных идей (ценностей);
- отношения между производителем информации и его потребителями регулируются закономерностями воспроизводительного потребления, которые в условиях информационного рынка трансформируются в закон воспроизводительного поведения.

Это означает, что потребление духовной пищи в виде информации, имеющей определённое содержание и форму, неминуемо приводит к изменению сознания человека, а соответственно, его ценностей и норм поведения в обществе.

Информационная социализация естественно тесно связана с потребительскими практиками удовлетворения информационных запросов людей. Сложность заключается в том, что предпосылками отношения к информационной социализации как к социальному процессу удовлетворения утилитарных потребностей стали рост общественного производства параллельно с гуманизацией системы распределения, которые привели к возникновению общества потребления, где сама идентичность человека всё больше связывается с потребительскими практиками. У нас на глазах происходит удивительная социально-психологическая трансформация. Гуманизация распределения товаров, ориентированных на удовлетворение утилитарных потребностей, в этих условиях приобретает социальный смысл. Люди, ориентированные на то, чтобы воспринимать информацию как продукт, который должен удовлетворять только утилитарные потребности, по мере потребления такой, условно назовём, деловой, безоценочной информации превращаются помимо своего желания в носителей определённых социальных смыслов.

А это означает, что потребление в целом и, в частности, информации всё больше теряет свой чисто утилитарный характер и превращается в процесс производства знаков и символов, обозначающих человека как социального субъекта. То есть потребление воспринимается членами общества как социальный и психологический феномен, для которого свойствен определённый уровень социального взаимодействия людей в повседневной жизни и межличностного поведения в малых группах.

Эта возникнувшая закономерность связана с тем, что потребление, так же как и производство, является формой общения, объединения людей. Согласно постмодернистской социальной теории Ж. Бадрийера⁷⁰, потребление – не просто функциональная практика обладания полезными вещами, а система коммуникации и обмена информацией друг о друге. Предметы потребления структурируют поведение людей посредством своей знаковой функции. Люди социально ранжируются посредством предметов, которые они потребляют.

⁷⁰ Жан Бодрийяр (фр. Jean Baudrillard; 27 июля 1929, Реймс, Франция – 6 марта 2007, Париж, Франция) – французский социолог, преподавал в Йельском университете, культуролог и философ-постмодернист, фотограф.

Поэтому социологи и социальные психологи предполагают, что именно потребление стало действительным базисом социального порядка в современном человеческом обществе. Они утверждают, что обмен различиями обеспечивает интеграцию (социализацию) человека, социальной группы в общество: кодированные различия не разделяют индивидов, а, напротив, становятся материалом социального обмена. Это означает, что потребление – не только определённая система презентации идеологически выдержанных материальных ценностей, но также и система социального взаимодействия.

Движущей силой, вызывающей и поддерживающей отношения обмена, являются именно неэкономические потребности человека. Индивиды привносят в ситуацию обмена усвоенные ими культурные нормы, идеи, образцы поведения. Установление форм обмена ведёт к образованию различных социальных институциональных форм, что в целом способствует развитию социальной структуры.

Одними из таких разновидностей социальных институциональных форм являются многочисленные разновидности электронных и печатных СМИ, а шире – средств массовой коммуникации вообще, т. е. Интернета, мобильной связи и т. п. (далее – СМК).

На специфическую особенность информации как товара указывает исследователь О.В. Менделеева, которая пишет, что в гуманитарных дисциплинах 20-го века потребление рассматривается как социальный и культурный процесс, включающий культурные знаки и символы, поэтому это не просто экономический утилитарный процесс. Учитывая это, потребление можно понимать не только как потребление предметов, но и социальных символов, которые они представляют из себя. Люди, утверждает она, потребляют не только для того, чтобы просто выжить, но и для того, чтобы общаться друг с другом через производимые в процессе потребления символы. Самый элементарный предмет потребления, удовлетворяющий базовую потребность, символичен, а самая символическая вещь несёт печать утилитарности.

Из этого учёный делает вывод, что тезис «потребление как коммуникация» несёт в себе совершенно очевидную социальную смысловую нагрузку, характеризуя потребление как коммуникативный по своей сути процесс, предполагающий обмен информацией, смыслами, а также управление впечатлениями и интерпретациями. Здесь также актуализируется феномен манипуляции как процесс управления действиями и впечатлениями других. Или ещё точнее, – направление действий других через управление их впечатлениями (О.В. Менделеева).

Такая постановка вопроса указывает на то, что информация как товар имеет важный социально-психологический смысл, ибо распространение этого товара есть не только способ удовлетворения человеческих потребностей в развлечении, получении знаний и т. п., но и «способ направления их действий через управление их впечатлениями». Социальная эффективность этого процесса во многом зависит от умения участников потребления осуществить его коммуникативное конструирование. Коммуникативное конструирование – это любое смысловое наполнение отношения и действия, социально маркирующее

жизненное пространство. Иными словами, коммуникативное конструирование – это символизация повседневной формируемой людьми социальной среды обитания, сферы своих интересов. Говоря о формах конструирования потребления, можно опереться на мнение исследователя В.В. Козловского, который имеет в виду под этим понятием, прежде всего, широкий репертуар или дизайн современных социокоммуникативных средств, обеспечивающих особый стиль, модель, направленность потребления.

Таковыми формами коммуникативного конструирования поведения он, например, считает типы профессионального коммуникативного воздействия: медиа, рекламу, маркетинговые коммуникации, общественные связи. Типы повседневных коммуникаций: личные и публичные, индивидуальные и массовые, – структурируют поведение потребителей.

Эта точка зрения позволяет считать, что на основе различных коммуникативных технологий конструируется и конституируется социальное потребительское поведение. А это, в свою очередь, приводит к признанию социальных коммуникаций в качестве одного из основных способов современной организации и обустройства культурных практик, повседневной культуры и публичного пространства. Одной из таких важных «культурных практик», являющихся основой формирования публичного пространства, в современном мире являются СМИ.

Причём социально-психологическое видение коммуникаций заключается в выявлении смыслов и специфики смыслоконструирования как в рамках специализированной деятельности, сфокусированной на коммуникации, так и профессионального действия, которое инструментально использует коммуникативные технологии и сопровождается непосредственной и опосредованной межличностной и межгрупповой коммуникацией. Более того, повседневное коммуникативное действие незаметно для самих участников общения поглощается профессиональными коммуникациями. В силу своего ролевого назначения повседневные контакты становятся разнообразно профессионального коммуникативного действия. Например, межпоколенческая коммуникация в семье и в публичном пространстве органично вплетается в процесс массовых коммуникаций. И, наоборот, социальные, т. е. семейные, дружеские, приятельские, родственные, партнёрские и другие потребительские отношения оформляются в соответствии с нормами, этикетом, ритуалом, традициями, которые возникают в среде массовой культуры, например, посредством потребления информации в СМИ и СМК.

В этом случае в коммуникациях зримо начинают выделяться такие значимые социально-психологические формы и фреймы, как перцептивные структуры, когнитивные конструкты, образы и представления, знаки и значения, единичный смысл и смысловые структуры, символы, схемы, фигуры и алгоритмы, типы действия.

Например, работа с образом или представлением может быть описана в следующих терминах: *отображение, отражение, изображение, воображение, преобразование, преобразование*. Язык достаточно точно задаёт систему работы с образом. Точно так же обстоит дело с семантической обработкой других

терминов и понятий, например, со знаком и значением: *обозначение, означивание, ознакомление*. Смысловое структурирование увязано с *символизацией, опредмечиванием и овеществлением* в ходе коммуникативного действия⁷¹.

Социально-педагогический подход к пониманию информации как разновидности товара и следующей из этого тезиса необходимости определённой культуры потребления этого товара требует введения специальных терминов, которые этот смысл промаркируют.

Прежде всего, надо отдавать себе отчёт в том, что культура потребления информации как разновидности товара определяется социальной средой, в которой этот коммуникативный процесс происходит. На макроуровне – это социокультурное поле (регион, город, посёлок и т. д.), на микроуровне – дискурсивное поле (университет, школа, семья, компания индивидов, объединённых общими интересами, и т. п.). Для социального педагога важнее микроуровень, так как его составом (дискурсивным сообществом) во многом определяется социальный ресурс, культурная программа, язык поля, индивидуальная реальность личности⁷². Для журналиста важнее социокультурное поле, хотя он должен постоянно держать в поле своего зрения целевую группу издания, которая может представлять из себя совокупность дискурсивных сообществ.

Далее мы будем придерживаться мнения исследователя Ю. Папушиной⁷³, которая совокупность этих характеристик называет потребительским дискурсом. С её точки зрения, потребительский дискурс – это совокупность текстов и смыслов, которая формируется вокруг потребительской деятельности и транслируется СМК. А потребительская этика, соответственно, – поведенческая стратегия рационализации и конструирования социального потребительского поведения. Содержание этой стратегии, с одной стороны, определяет СМК, с другой, формируется под воздействием социальной среды (социокультурных и дискурсионных полей), выступающей социальным заказчиком и потребителем информации, транслируемой СМК.

При этом во время потребления информации имеют место такие явления, как симуляция и квазипотребность. *Симуляция* – состояние знака (информации), особенно характерное для современного общества, при котором означаемое исчезает, а означающее становится самоцелью. *Квазипотребность* – это «некая напряжённая система (намерение), которая возникает в определённой ситуации, обеспечивает деятельность человека и стремится к разрядке (удовлетворению)» (Б.В. Зейгарик). Квазипотребность является механизмом повседневной социальной деятельности человека, направленной на удовлетворение сиюминутных потребностей, например, связанных с необходимостью

⁷¹ Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. / В.И.Ильин . – СПб, 2006. – 256 с.

⁷² Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. / В.И.Ильин . – СПб, 2006. – 256 с.

⁷³ Ю.Папушина – канд. соц. наук, автор статьи «Социологический анализ потребления в работах Ж. Бодрийяра». Серия: Информатизация образования. 2015. № 3. С. 24-35.

немедленного разрешения политических, экономических, социальных и прочих проблем (Ю. Папушина).

И симуляция и квазипотребность ярко представлены в рекламной деятельности СМИ, потребителями которой вольно или невольно являются, прежде всего, зрители и слушатели электронных СМИ.

Исследователь Е.Г. Репринцева⁷⁴ замечает, что «реклама – это не что иное, как симуляция/симулякр. Являясь многоуровневым и многоаспектным образованием, она содержит в себе несколько сторон и стадий симуляции, тем самым влияя на процесс формирования индивидуально-личностного и социокультурных полей».

При проведении анализа рекламы как социокультурного феномена выделяются две основные стадии её развития. На первой, наиболее тривиальной стадии, реклама выполняет функции транслятора определённой информации о вещи с целью обеспечения её продаж. Осуществляется это с помощью приёма, который в социальной психологии называется разрывом в достоверности⁷⁵.

На следующем этапе, более высокой стадии развития, реклама начинает создавать образ вещи, то есть наделять её качествами, изначально ей не присущими. Или же путём использования определённых приёмов конструировать особую среду, атмосферу, в которую погружена вещь. Последняя уже перестаёт быть просто предметом, предлагаемым потенциальному потребителю. Она обращается в некий символ, имидж, с которым связывается то или иное чувство, поведение, желание. Торговые марки становятся более значимыми, чем сами вещи. Именно в этот момент реклама становится одним из факторов, влияющих на формирование индивидуально-личностного и социокультурного полей, которые и определяют в конечном итоге социальное поведение потребителя.

На этом трансформация феномена рекламы не заканчивается, и реклама приобретает собственный онтологический статус, становится самоценной, причём в ущерб своим изначальным функциям – отражать и информировать. Когда начинается процесс оценивания рекламы не с точки зрения того, как она представляет товар, а в качестве самостоятельного художественного произведения, «когда мы смотрим рекламу, будто это короткометражный фильм или живописное полотно, совершенно забыв о товарах и покупках, – тогда знак, которым она когда-то была, становится референтом, требующим оценки и соотношения».

Став самостоятельной вещью, устойчивым символом, реклама становится более реальной, нежели сами вещи. Всё переворачивается. Уже не реклама подстраивается под товар, а, наоборот, товар под рекламу. Если под товаром подразумевать, например, имидж политика или звезды, то его социальное поведение на каком-то этапе становится психологически зависимым от рекламы и стремится соответствовать ей. Так реклама осуществляет социально-психологическое программирование индивидуальной социальной реальности

⁷⁴ Репринцева Е. А. Педагогика игры: теория, история, практика. – Курск : Изд-во Курск. гос. ун-та, 2005. – 421 с. : ил. – Библиогр.: с. 383-393.

⁷⁵ Социальная психология в современном мире /под ред. Г. М. Андреевой. – М., 2002.

личности, решительно вмешиваясь в формирование её содержания. То есть социальная направленность репрезентации индивида инвертируется. Знак становится референтом, а референт знаком, давая начало новому циклу симуляций. Такова «диалектическая» спираль развития рекламы как знаковой системы, в ходе которой симуляция становится генератором социальной реальности.

Таким образом, рекламные символы, а точнее – симулякры становятся более значимыми, нежели вещи. Симулякры заполняют пространство информационного общества, обращая существующую реальность в реальность виртуальную. И мы вслед за вещами утекаем в виртуальную реальность, признавая её пространством нашего существования.

Особенно это наглядно прослеживается в политической рекламе. Визуальные СМИ не столько отражают то, что происходит в мире политики, сколько творят свой мир политических образов, представлений, феноменов, «жгучих проблем», живущих активной экранной жизнью, которые постоянно обсуждаются, привлекают внимание, будируют общественное мнение. Но к реальным политическим проблемам и центрам власти, людям, принимающим решения, обстоятельствам, которые при этом принимаются во внимание, и соображениям, которыми они руководствуются, эти *фантомные феномены*⁷⁶⁾ имеют отдалённое отношение.

Все это делается только ради того, чтобы создать у потребителя информации иллюзию соучастия (социального взаимодействия) и мнимого понимания того, что происходит. На самом деле такого участия, конечно, нет, и политическая власть («авторитарное распределение ценностей», по К. Дейчу) остаётся закрытой для него сферой в действительно важных, затрагивающих интересы каждого делах и событиях. Например, нечто подобное произошло некогда в нашей стране: развал Союза Советских Социалистических Республик⁷⁷. Или приватизация государственной собственности, представлявшая собой типичный виртуальный проект, который даже всенародно не обсуждался⁷⁸. Виртуальным для нашей страны феноменом, на наш взгляд, является и гражданское общество, по поводу которого проводятся многочисленные съезды, форумы, исследования. Большинство политиков и других имеющих отношение к этому делу лиц ведут себя так, как будто это гражданское общество или уже существует, или вот-вот сформируется в целостном, развёрнутом виде. Если видеть смысл гражданского общества в способности выстраивания социальных отношений между собой, развития, решения своих индивидуальных проблемы независимо от вмешательства

⁷⁶ *Фантомные феномены* – политические фигуры, делающие заявления и комментирующие что-либо; съезды организаций, представляющие невесть кого; шумные дискуссии по «жгучим», но волнующим только собравших на них участников вопросам; потоки сообщений и комментариев в телекоммуникационных сетях и т. п.

⁷⁷ Дело в том, что буквально накануне политического переворота, произошедшего в августе 1999 года, абсолютное большинство граждан СССР проголосовало на референдуме за заключение нового союзного договора, что обозначало их желание сохранить СССР (прим. автора).

⁷⁸ Ваучер для подавляющего большинства граждан России так и остался виртуальной ценной бумагой (прим. автора).

государственной власти, то нетрудно заметить, что это пока в нашем обществе не соответствует действительности.

Специфика виртуальной реальности заключается в том, что она находится всегда в «преддверии» реального социального бытия и ... имеет все возможности им стать.

Например, виртуальная политическая сила может стать вполне реальной, осязаемой, действительно влиятельной. Виртуальный политический деятель превращается в реальную политическую фигуру, эффективно пользующуюся своими властными полномочиями. Виртуальная политическая проблема, став зоной всеобщего внимания, подвигает на соответствующие действия большие группы людей и радикально меняет конфигурацию политической власти. Так, например, произошла суверенизация бывших советских республик. Или таким же образом можно изменить геополитическую карту мира. Так происходило превращение биполярного мира в монополярный и происходит изменение монополярного в многополярный⁷⁹. И всё это, как говорится, у нас на глазах – в рамках временного жизненного цикла одного поколения.

Ещё одна из важных проблем, связанных с необходимостью повышения культуры социального потребительского поведения, связана с визуализацией сознания человека. Исследователь А.И. Демидов замечает, что «сама текстовая информация может преобразовываться таким образом, что не только своим содержанием (которое может быть просто ложным), но и структурой построения не стимулирует, а затрудняет выработку продуманного, целесообразного действия» (А.И. Демидов). Его поддерживает Е.В. Листвинова, которая по этому поводу говорит: «Клиповое сознание, клиповое восприятие действительности оказывает воздействие на все стороны человеческого восприятия. Сокращается темпоральный, текстовый объем единицы информации за счет её уплотнения и насыщенности. Уходит длительность, протяженность текста, и информация уподобляется отдельным, достаточно агрессивным, сконцентрированным ударам, воздействующим на сознание» (Е.В. Листвинова).

Необходимо, по мнению А.И. Демидова, видеть, по крайней мере, два смысла, два уровня образа. Первый, когда образ выступает в качестве фрагмента первичного мифологического освоения мира человеком. Условно его можно назвать художественно-творческим уровнем, который предполагает эмоциональную подготовку рационального впоследствии осмысления полученной информации. Второй, смысл-уровень, когда образ (имидж) по своему происхождению и сути является *артефактом* – продуктом специальной профессиональной деятельности, опирающимся на многие достижения как науки, так и практики социальной деятельности, выступающим в качестве *символа-знака* – зримого условного представителя иного объекта, носителя кода, глубина понимания которого различна у разных социальных реальностей (индивидуальных и надиндивидуальных) его восприятия. Такой образ, по сути,

⁷⁹ Имеется в виду существовавший некогда раздел мира на два политических лагеря: капиталистический и социалистический, потом превращение мира в поле интересов преимущественно развитых капиталистических стран и, наконец, возникновение новых международных союзов из стран различной политической и экономической ориентации.

является свёрнутым, сведённым к одному символу текстом⁸⁰ Такой свёрнутый в образ текст теряет некоторые важные характеристики рациональности, ориентированные на индивидуальное сознание: последовательность выражения мысли в слове, выстраивание её по правилам формальной логики, поэтапность её разворачивания от эмоций к логике и последующим реальным и рациональным действиям. Но вместо этого он приобретает ряд важных для воздействия на массовое сознание преимуществ: конкретность, зримую привязку к объекту, целостность и эмоциональную насыщенность. Необходимость в таком образном насыщении, символизации появляется всякий раз, когда идея ищет своего массового носителя, нуждается в понятных любому человеку средствах выражения, способных связать высокое и обыденное, абстрактное и конкретное, рефлексию и действие. Текст – это *послание, настроенное на понимание. А образ-символ – это послание, настроенное на действие.*

Образ – эффективное средство социальной мобилизации людей, управления их действиями, транслирования различного идеологического материала, который адресован (в обход логическому мышлению) эмоциональному восприятию человека. При этом стоит учитывать богатство скрытых в символе (образе) манипулятивных возможностей – способность с его помощью заставить людей действовать вопреки их личным интересам, осуществлять скрытое влияние на их социальное поведение. Эти возможности таятся в очевидной произвольности толкования символа-образа, что создаёт основание призывать к одному, ожидать другого, мириться с результатами, противоположными первоначальному замыслам. Происходящая в этом случае апелляция к бессознательному выражается в активном использовании разнообразной социально-психологической техники обеспечения скрытого влияния. Образы используются для осуществления таких социально-психологических установок, как *вербализация*, когда слова «окрашивают», эмоционально насыщают информацию, соответственно, формируют определенное эмоциональное отношение к действительности; *детализация, или разрыв в достоверности* – акцентировка внимания на одних и затухивание других характеристик действительности; *архаизация* – обращения к более примитивным, простым уровням и формам сознания, подсознанию и чувственному восприятию; *визуализация* – перевод развёрнутых логических понятий в лаконичные, двусмысленные символы и зримые образы.⁸¹

Ещё один аспект рекламных технологий – феномен *симуляции заботы о человеке*. В этом случае в рекламе нас покоряют скорее не слова и образы, а «заботливость», с которой к нам обращаются. Эта виртуальная забота о человеке не имеет ничего общего с реальной заботой, которая должна иметь практические социальные формы и продуктивные социальные результаты в виде льгот, стимулов и т. п.

Ещё одна причина, по которой реклама считается симуляцией, – это *создание чувства общности* (точнее, создание иллюзии таковой общности),

⁸⁰ Почепцов Г.Г. Имеджелогия. Киев, 2000. – С.72-96.

⁸¹ Почепцов Г.Г. Имеджелогия. Киев, 2000. – С.72-96.

которое она несёт в себе. Когда индивид приобретает разрекламированный товар, он покупает не саму вещь, а скорее образ жизни, с которым она в рекламе связывается. Совершая акт покупки, потребитель «виртуально» приобретает сознательно или, скорей всего, подсознательно к той или иной социальной категории. Это разновидность самообмана, так как, в сущности, приобретаемый товар не позволяет ему переместиться из одной социальной категории в другую (Е.Г. Репринцева).

Общий механизм социально-психологического воздействия рекламы на формирование содержания индивидуально-личностного поля во многом схож с воздействием любой информации, транслируемой непосредственно и опосредованно на личность человека. В каком-то смысле художественные фильмы и литература, различные телевизионные шоу, печатные СМИ, социальные сети, религиозные проповеди и многое другое – рекламируют определённые ценности и нормы поведения. А значит, активно влияют на процесс социализации человека. Принятие или непринятие их напрямую зависит от уровня культуры потребления этой информации каждым индивидом персонально. Культура социального потребления различных социальных продуктов человека в целом, в том числе информации, в свою очередь, не врождённое социальное качество личности, а приобретаемое, формируемое в процессе взаимодействия индивидуальной реальности этой личности с многочисленными формами надындивидуальных реальностей. Что же представляет собой феномен информационной культуры человека и какова её роль в социализации? На этот вопрос мы попробуем ответить в следующем параграфе нашего пособия вместе с исследователем И.А. Негодаевым⁸².

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Объясните, почему потребление – это не просто функциональная практика обладания полезными вещами, но и система коммуникации и обмена информацией друг о друге?
2. Почему информация – товар, посредством которого происходит обмен различиями, и он обеспечивает интеграцию групповых ценностей, идей?
3. Что такое потребительское поведение с точки зрения информационной социализации?
4. Чем определяется культура потребления информационного товара?
5. То такое потребительский дискурс и как он связан с информационной социализацией?
6. Что такое симуляция с точки зрения потребления информации, и какое отношение она имеет к информационной социализации?
7. Что такое квазипотребность с точки зрения потребления информации, и какое отношение она имеет к информационной социализации?

⁸² Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267. (http://www.i-u.ru/biblio/archive/negodaev_info/03.aspx)

8. В чём заключается социально-культурный феномен рекламы и какое отношение она имеет к информационной социализации?

9. В чём различие между текстом и образом с точки зрения восприятия информации?

10. Для каких социально-психологических установок используются образы в процессе потребления информации?

11. В чём заключается сущность феномена «симуляции заботы о человеке» во время транслирования информации?

12. В чём заключается сущность феномена «создания чувства общности» во время транслирования информации?

1.8. Особенности социализации человек в контексте современной информационной культуры

Взаимосвязь процессов социализации и информатизации в современном обществе невозможно глубоко осмыслить без понимания, что такое информационная культура и какова её роль в дальнейшем самосовершенствовании социальной жизнедеятельности человечества.

И.А. Негодаев в своей книге «Информатизация культуры» пишет: «Существенным свойством людей, которое отличает их от других живущих на нашей планете живых существ, является наша способность использовать информацию для создания знаковых систем. Обычно информацию, особенно в её современном статусе, рассматривают в связи с теми средствами, которые участвуют в её производстве, распространении, обработке, хранении и выдаче. В таком ключе обращают внимание на имманентные свойства информации – её количество и форму, скорость передачи и обработки и другие. Однако главной характеристикой информации является её понимание как социального феномена, т. е. той её роли, которую играет информация в жизнедеятельности общества и его отдельных членов. <...>

Обращаясь к этому аспекту информации, мы обнаруживаем, что информация не только была необходимым элементом общества – общество всегда было информированным, оно не могло функционировать без информации. По мере становления человека в качестве социального существа роль информации возростала. Определяющую роль в росте и использовании информации, в увеличении её значимости в жизнедеятельности человека играл труд, который всегда носил и носит общественный характер и предполагает накопление знаний, обмен этими знаниями в процессе общения людей друг с другом. Именно благодаря использованию в процессе своего общения информации люди стали понимать друг друга, согласовывать свои действия для достижения социально значимых целей. По мере накопления социального опыта расширяется объём информации, образуя информационное пространство. Масштабы информационного пространства, его протяжённость и глубина возростали по мере роста общественного разделения труда и усложнения

социальной дифференциации общества. Это привело к тому, что информация, в конце концов, становится главным элементом общественной жизни. Общество из информированного становится информационным. Становление такого общества и переживает современное человечество»⁸³.

Собственно, речь идёт о том, говоря словами К.К. Колина, «что информация является таким же фундаментальным и всеобщим свойством мироздания, как вещество и энергия». На каком основании учёный это утверждает? Дело в том, что «в формирующемся обществе информация не только выступает в качестве его важнейшего компонента, но и используется для производства новой информации и знаний. <...> Таким образом, фундаментом информационного общества является изменение социального статуса информации. В прежние времена она была предназначена для воздействия на технологию. Ныне информация сама подвергается технологическому воздействию, знание воздействует на само знание, получая новые данные» (И.А. Негодаев).

Общезвестно, что именно имманентные свойства информации помогают создавать (строить) историю человеческого общества. Правда, этот «строительный материал» достаточно своеобразен. Он позволял и позволяет строить человечеству и в дописьменный период, и с момента возникновения письменности такую историческую реальность, какой её видели или хотели видеть либо конкретные люди, либо группы людей. По сути истории (летописи) – это своеобразные социальные мифы, содержание которых адресовано скорее будущему поколению. Это хорошо понимали и понимают политики разных времён. Человечество знает немало фактов, когда предпринимались попытки переписать историю или вовсе её уничтожить, чтобы лишить народ исторической памяти, в угоду определённому режиму власти.

Самые яркие примеры из новой истории – это режимы А. Гитлера и И. Сталина, которые, каждый по-своему, в своё время, мягко говоря, подкорректировал историю Германии и России. Впрочем, этим занимались во все времена «властелины мира сего», начиная с древнейших так называемых исторических сведений, запечатлённых на глиняных дощечках, до современных высокотехнологичных компьютерно-цифровых фальсификаций, которые делались и делаются исключительно по социальному заказу определённых групп людей. В этом деле в своё время преуспели различные религии, верховные правители разных народов и примыкающие к ним заинтересованные лица (роды, кланы и т. п.), позднее политические партии. Ныне в этом деле проявляют большое искусство различные политические силы, уже имеющие различные формы совместной деятельности⁸⁴ (партии, национальные движения, социальные объединения, тайные союзы и т. п.). Поэтому у знающих и понимающих это людей сегодня при словах «достоверные исторические

⁸³ Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267. (http://www.i-u.ru/biblio/archive/negodaev_info/03.aspx)

⁸⁴ Чего стоит только очередная история, сочинённая националистами в 2000 годах, о том, что один из славянских народов (украи) является более древним, чем Древняя Греция, прародителем европейской цивилизации.

события» на устах возникает ироническая улыбка. Мифология в этом смысле – явление более честное. В основе любого мифа лежат реальные факты, которые сознательно преобразуются воображением человека. Это был художественный приём, которым пользовались авторы. О нём осведомлены читатели. Как и о том, что сегодня мифы разных народов дают немало ценной информации о жизни предыдущих поколений людей⁸⁵. История же, как наука, претендует на то, что события, которые излагаются в ней, есть истина, вводя тем самым, и что омерзительно – иногда сознательно, по «социальному заказу», в заблуждение большое количество людей.

Но с подачи какой бы социальной группы мы ни видели исторический процесс, его неизменным фактором является информация, в которой заключены определённые знания и социальные смыслы. «Коснувшись» этих знаний и социальных смыслов, мы обязательно «столкнёмся» с проблемами её получения, формирования, интерпретации, хранения и трансформирования. То есть «информационная составляющая и образующая истории играет в ней фундаментальную системообразующую роль» (А.И. Ракитов). Это объективная реальность, от которой нам никуда не деться. И.А. Негодаев, имея в виду «эту объективную реальность», справедливо замечает, что в отличие от предшествующего индустриального общества в основе развития современного общества лежит особая субстанция, именуемая «информацией». Именно она обладает свойством взаимодействовать как с духовным, так и с материальным миром общества и тем самым определять его развитие. Под воздействием широкого использования информации происходят существенные социальные сдвиги⁸⁶. Они проявляются, в частности, в глобализации общества, отчуждении и появлении новой формы неравенства – информационной. Всё это оказывает существенное воздействие на культурный потенциал общества и порождает новые закономерные противоречия, вызванные, образно говоря, «болезнью роста» человеческого общества. Речь идёт о противоречии между формирующейся мировой культурой и национальными культурами отдельных народов, стран, регионов, которым грозит потеря идентичности (Д. Бэлл).

Ещё один тезис, который осмысливает И.А. Негодаев, также не вызывает у нас сомнения в силу своей очевидной истинности: «Мировая культура – это не абстракция, а феномен, возникающий на использовании лучших достижений национальных культур, имеющих общечеловеческую значимость. <...>. Между мировой и национальными культурами существует органическая гармония, которая является общим стимулом эволюции всего культурного потенциала человечества в лице мировой и национальных культур.

⁸⁵ Достаточно вспомнить открытие Г. Шлиманом (1822-1890 гг.) местонахождения древнегреческого города-полиса Трои, которое он сделал на основании исследования текста «Илиады» Гомера.

⁸⁶ «В современном мире идёт процесс становления особого типа реальности – информационной. Именно использование информации в различных сферах жизнедеятельности общества является ныне ключевым фактором социальной действительности. Если вещественный фактор определяет 16% экономического роста общества, природные условия – 16%, то интеллектуальный потенциал, использование информации – 64%. Наряду с веществом и энергией информация становится третьим (и ведущим) фактором объективной реальности» (И.А. Негодаев)

К сожалению, такую гармонию не обеспечивает в полной мере сегодняшний процесс глобализации, идущий иногда под флагом пропаганды американской культуры как высшей формы современной человеческой цивилизации. При этом пропагандируются не лучшие гуманные достижения культуры американского народа, которые, безусловно, есть, как и у всякого другого народа. Пропагандируются власть, силы, насилия, эротика и порнография <...>. Борьба с американизацией культуры становится ныне не только делом различных прогрессивных движений, но и функцией правительств (например, во Франции, Индии и других странах)⁸⁷.

Следует при этом подчеркнуть, что роль информации в обществе по мере усиления масштабов его информатизации возрастает в такой степени, что экстраполяция темпов этого возрастания даёт основание некоторым исследователям говорить о качественном преобразовании характера общественного развития – на основе формирования сверхинтеллекта человека⁸⁸, или формирования коллективного разума как регулятора общества⁸⁹. Существует точка зрения, позволяющая утверждать, что в будущем на смену законам общественного развития придут информационные законы, которые и возьмут на себя функцию саморегулирования социальных процессов⁹⁰.

И.А. Негодаев и разделяющие его точку зрения учёные (Д. Бэлл, А.И. Ракитов, Н.Б. Зиновьева и др.) настаивают, что судьба будущего человеческого общества тесно связана с развитием информации, которая становится важнейшим социально значимым фактором. Но это не отменяет ведущую роль человека, который был и является до сих пор единственным автором (производителем) и потребителем создаваемой информации.

В частности, И.А. Негодаев, размышляя об этом, говорит: «Представим информацию как особое свойство структуры пространства, которое обладает ограниченной способностью к рассеиванию. Тогда никакая однажды возникшая информация не теряется, образуя так называемое информационное поле, или информационное пространство (логосферу). Это информационное пространство представляет собой физическое пространство, в котором циркулируют информационные потоки, перемещающиеся в пространстве (передача

⁸⁷ Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267.

⁸⁸ «Развитие уже только информационно-компьютерных технологий, – пишет В. Мудрых, – приведет к формированию реального сверхинтеллекта: думающего, заботящегося, помогающего не только советом, всегда в любую минуту приходящего на помощь к каждому рождённому биосуществованию».

⁸⁹ «Я определяю информационное общество как общество, – писал Н.Н. Моисеев, – в котором коллективный интеллект (коллективный разум) играет в его функционировании роль, аналогичную той, которую играет разум человека в его организме, т. е. содействует развитию общества и преодолению всё возрастающих трудностей... И действует во блага человечества, формируя новый гомеостаз». Этот коллективный разум, по мнению автора, формирует принципиально новое взаимоотношение людей с природой, нечто вроде новых биосоциальных законов.

⁹⁰ Подобные утверждения содержатся, к примеру, в работе Ю.С. Затуливетера «Информационная природа социальных перемен». По мнению автора этой работы, социальный прогресс всей докомпьютерной истории обеспечивался информационными усилиями людей. Сегодня монополия людей в этой области завершается. Открывается новый период истории. Человечество во имя своего выживания должно делегировать большую часть своих информационных функций компьютерной среде. Это новое начало человеческой истории, характеризующееся средой, «в которой смогут непрерывно функционировать глобальные распределённые вычислительные процессы, способные со временем взять на себя информационные функции саморегулирования социальных процессов».

информации) и во времени (хранение информации). Информационное пространство создаётся людьми, которые производят, собирают, преобразуют и хранят информацию в соответствии со своими потребностями. Вместе с тем люди являются главными потребителями информации, циркулирующей в информационно пространстве. Поэтому люди одновременно являются создателями информационного пространства и его потребителями для реализации поставленных целей. Разум отдельного человека, вооружённого информацией, становится главным средством производства. Т. Сакайя, видный японский экономист, проработавший ряд лет на командных должностях национальной экономики, пишет, что «наиболее важным средством умножения созданной знанием стоимости оказывается разум отдельного человека». Следовательно, информационное пространство невозможно без деятельности людей. Это обстоятельство является важным аргументом рассмотрения информации как социально значимого феномена.

Существование информационного пространства даёт возможность взглянуть на процесс творчества не только как на самостоятельный процесс создания индивидом новых и социально значимых интеллектуальных и материальных артефактов, но и как на процесс своеобразного «подключения» творческого индивида к информационному пространству. Такое «подключение» открывает широкие возможности для творчества индивида и неограниченные возможности функционирования культуры, идентичной формирующемуся информационному обществу – информационной культуре»⁹¹.

«Что же такое, собственно, культура?» – спрашивает себя И.А. Негодаев и предпринимает серьёзную попытку ответить на этот вопрос, анализируя различные научные подходы осмысления этого феномена. Он пишет: «Представляя собой важнейший сегмент культуры эпохи информатизации, информационная культура вместе с тем как бы пронизывает все остальные культурные фрагменты, функционирование которых в наше время невозможно вне зависимости от информационной культуры. <...> Следует отметить, что однозначного определения информационной культуры ещё не существует. В одном случае она определяется как информационные качества личности (Вохрышев М.Г., Zubov Ю.С.), как «гармонизация внутреннего мира личности в ходе освоения всего объёма социально значимой информации» (Зиновьева Н.Б.). В другом – как информационная деятельность (Хангельдиева И.Г.), как «информационная деятельность аксиологического характера, т. е. обусловленная ценностями культуры» (Гречихин А.А.). Иногда информационную культуру связывают с определённым уровнем знаний, «позволяющих человеку свободно ориентироваться в информационном пространстве, участвовать в его формировании и способствовать информационному взаимодействию» (Медведева Е.А.), с новым типом общения (Михайловский В.Н.). Встречается понимание информационной культуры как характеристики уровня развития общества (Соснина Т.Н.). Такой разницей в понимании информационной

⁹¹ Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267.

культуры отражает как уровень её осмысления в социально-философской и культурологической литературе, так сложность и разноплановость этого феномена.

При исследовании информационной культуры, по нашему мнению, возможно выделение двух основных аспектов, которые в первом приближении можно назвать социологическим и технологическим. В первом случае мы рассматриваем информационную культуру как социокультурный феномен, во втором – как феномен технико-технологический.

Информационную культуру следует понимать, прежде всего, как часть общей культуры, один из важнейших аспектов культурной деятельности вообще. Она имеет черты, общие для всей культуры, и неразрывно связана с социальной природой человека. А также является продуктом человеческой деятельности, результатом активного отношения людей к природе, обществу и друг к другу. Одновременно информационная культура выступает в качестве необходимого и эффективного фактора освоения человеком культурной реальности, всего того культурного потенциала общества, который накопило человечество в процессе своего многовекового исторического пути. Поэтому не следует ограничивать область функционирования информационной культуры лишь сферой компьютеризации или информационной техники вообще. В действительности эта сфера гораздо шире и охватывает процессы научной деятельности, образования, управления природными и социальными процессами, сферу быта, досуга и т. д.

Однако, понимая информационную культуру как часть общей культуры, следует иметь в виду, что эта часть весьма специфична. Под информационной культурой обычно понимают, прежде всего, область культуры, связанную с функционированием информатизации в обществе и формированием информационных качеств личности. Это, с одной стороны, определённый уровень знаний, позволяющий человеку свободно ориентироваться в информационном пространстве и способствовать информационному взаимодействию. Это также новый тип мышления, который формируется в результате освобождения человека от рутинной информационно-интеллектуальной работы. Вместе с тем это – новый тип общения, дающий возможность свободного выбора личности источников информации в информационном пространстве. Кроме того, информационная культура представляет собой информационную деятельность, качественную характеристику жизнедеятельности человека в области получения, передачи, хранения и использования информации. Это и даёт право выделить два аспекта анализа информационной культуры.

В социокультурном смысле информационная культура – это совокупность принципов и реальных механизмов, обеспечивающих позитивное взаимодействие этических и национальных культур, их соединение в общий опыт человечества. В этом аспекте информационная культура является элементом общей культуры человечества, важнейшим средством формирования мирового культурного сообщества, создания мирового информационного пространства. Она определяет уровень информационного общения –

принципиально новые формы связей без личного присутствия индивидов в режиме диалога. В эпоху информатизации общества информационная культура представляет собой готовность к освоению нового образа жизни на базе использования информации, построение новой (информационной) картины мира и определение своего места в этом быстро изменяющемся мире. Как часть общей культуры личности информационная культура должна усвоить этику и эстетику, эргономику⁹² и вопросы информационной безопасности (как в смысле защиты информации, так и в смысле защиты человеческой психики).

В *техничко-технологическом смысле информационная культура* – это оптимальные способы обращения со знаками, данными, информацией и представление их заинтересованному потребителю для решения теоретических и практических задач, механизмы совершенствования технических средств производства, хранения и передачи информации. В таком понимании она является показателем не общей, а скорее профессиональной культуры <...>.

Известно, что структура системы есть итог её развития, т. е. то, что в развитой системе находится одно возле другого, в процессе развития системы одно возникло вслед за другим. Это положение системного подхода применимо к исследованию культуры. Вырывать произвольно один элемент из контекста современной информационной культуры и современной культуры вообще – значит обесценивать вырванный из своей среды культурный артефакт, исказить его смысл <...>.

Информационная культура связана с социальной природой человека. Она является продуктом его разнообразных творческих способностей и проявляется в следующих аспектах:

- в конкретных навыках по использованию технических устройств (от телефона до персонального компьютера и компьютерных сетей);
- в способности использовать в своей деятельности компьютерную информационную технологию, базовой составляющей которой являются многочисленные программные продукты;
- в умении извлекать информацию из различных источников: как из периодической печати, так и из электронных коммуникаций, представлять её в понятном виде и уметь эффективно использовать;
- во владении основами аналитической переработки информации;
- в умении работать с различной информацией;
- в знании особенностей информационных потоков в своей области деятельности <...>.

С целью повышения своей практической значимости и в зависимости от способов жизнедеятельности людей информационная культура выступает в самых разнообразных формах – научной, промышленной, политической, художественной, образовательной и т. д., которые, в свою очередь, имеют дальнейшее членение <...>.

⁹² Эргономика – см. стр. 6

Функциональная культура. В таких организациях информацию используют, прежде всего, для влияния на других. Менеджеры используют информацию, чтобы управлять подчинёнными и влиять на них. Эта культура в наибольшей степени присуща жёстко иерархизированным компаниям, где информация служит, прежде всего, для управления и контроля.

Культура взаимодействия. В культуре взаимодействия менеджеры и специалисты в достаточной степени доверяют друг другу и потому могут обмениваться информацией, важной для совершенствования процессов и роста эффективности. Такой прямой обмен информацией о возможных срывах и провалах необходим для устранения проблем и адаптации к изменениям.

Культура исследования. В культуре исследования менеджеры и служащие стремятся к пониманию будущих тенденций и нахождению лучшего способа отразить возможную угрозу. Здесь господствующим информационным поведением является предвидение. Менеджеры и служащие ищут информацию, чтобы лучше понимать будущее и то, как изменить собственную деятельность и приспособиться к будущим тенденциям. Сегодня во многих компаниях существуют «зоны» исследовательской культуры в службах, связанных с обслуживанием клиентов, с исследованиями рынка, с технологическими исследованиями и разработками и со сбором информации.

Наконец, есть *культура открытости*. Здесь менеджеры и служащие открыты для нового понимания природы кризисов и радикальных перемен, ищут способы прорыва к конкурентоспособности <...>.

Информация и культура – два феномена, у которых существует много общих черт. К этим чертам, прежде всего, следует отнести их глобальность, универсальность, которые выражаются в наличии связей с самыми различными формами человеческой жизнедеятельности <...>. Существование информации и культуры взаимообуславливают друг друга: культурные процессы реализуются через информационные, – и наоборот. Культура может эффективно воздействовать на человека и общество лишь через механизм сбора и распространения информации о среде, в которой она функционирует, и о самой культуре. Для информации, как и для культуры, характерно существование в семиотических знаковых системах. Основным продуктом культуры являются артефакты, которые одновременно имеют и информационную значимость. Наконец, информация и культура образуют органическое единство в процессе образования. Культура и информация представляют собой единое многообразное целое.

Однако это единство диалектически противоречиво и включает различия. Они между информацией и культурой заключаются в способах освоения мира. Информация отражает мир в знаковой форме, имеющей численное значение. Артефакты культуры могут выступать в виде художественных образов, нравственных норм и других специфических культурных феноменов. Различны и сами внутренние идеи развития: для культуры – философско-эстетические нормы, для информации – научно-технические элементы.

Дело в том, что техника и информационные технологии позволяют развивать культуру, и они же порождают деградацию, а порой и уничтожение

духовных ценностей <...>. Это парадоксальное положение, однако, лишь подтверждает наличие существенной связи между культурой и техникой. Лучшим олицетворением этой связи является информационная культура. «На мой взгляд, – пишет К.Э. Разлогов, – XX век не только и не столько породил конфликт между техникой и культурой, сколько углубил взаимодействие между ними, ибо современные формы культуры (кино, радио, звукозапись, ТВ, видео, компьютеры в сфере досуга и творчества) связаны с техникой, вырастают из техники».

<...> Одной из трудностей, встретившихся обществом на пути овладения информационной культурой, является появление *информационного неравенства*.

В эпоху информатизации общества основной социальный водораздел происходит на границе между теми, кто может работать с информацией и обладает ею, и теми, кто такой возможностью не располагает <...>.

Прежде всего, информационное неравенство возникает между субъектами одного и того же поколения. На одной и той же кафедре учебного заведения возникает если не конфликт, то существенное различие между членами кафедры, работающими и не работающими на компьютере <...>.

Второй фронт «водораздела» между информированными и неинформированными субъектами проходит между старшим и молодым поколениями.

Третий фронт информационного неравенства находится внутри развитых стран, ядром которых стала индустрия знаний. Поскольку традиционные культурные ценности вытесняются информационными ценностями, «начинают размываться границы среднего класса. Всё большее число людей начинает жить в границах бедности, их квалификация обесценивается с появлением современных технологий; в то же время из носителей знаний и интеллектуальных технологий начинает формироваться новый «правлящий класс». Этот слой населения, занимающий господствующее положение в обществе, создаёт информационную среду <...>.

Укажем ещё на один фронт информационного неравенства – это *информационное неравенство между развитыми и развивающимися странами* <...>. Последствия такого разрыва очевидны, поскольку недостаточное развитие информационных технологий несёт с собой замедление темпов экономического развития в огромном регионе земного шара.

Таким образом, информационное неравенство порождает конфликты между людьми одного и того же поколения, людьми различных поколений. Обостряет социальную напряжённость между населением развитых стран и развитыми и развивающимися странами. Всё это усиливает экономическое неравенство между отдельными людьми, слоями населения и странами. «Информационное неравенство в эпоху формирования информационного общества, – пишет С.В. Бондаренко, – становится одним из важнейших факторов дифференциации социальных групп, в том числе, как следствие, по имущественному признаку».

Всё более жёсткое и необратимое разделение людей и общества по степени их участия в получении и использовании информации приводит к тому, что

параллельно с тенденцией глобализации постепенно набирает силу противоположная тенденция – разделённости людей, народов, стран и регионов. «Становится очевидным, – пишет И.А.Негодаев, – что информационные технологии, эти технологии всеобщей коммуникации и мгновенной связи всего со всем, парадоксальным образом несут человечеству эпоху многообразия, глубокой и окончательной разделённости, рядом с которой эпоха феодальной раздробленности выглядит праздником международной и межклассовой солидарности <...>».

Процесс дифференциации общества происходит со всё увеличивающимся ускорением. Всё это не может не найти отражения в социальной структуре общества и взаимоотношениях его членов. Информатизация общества базируется на интеллектуальной активности отдельной личности и, выделяя её из общей массы людей, способствует таким образом постепенному, всё прогрессирующему расслоению общества. Отмечая, что в дальнейшем в обществе произойдут ещё более существенные перемены, Ю.А. Фомин приходит к мрачному выводу о том, что активизация информационного неравенства «в конечном счёте может привести к делению общества на непримиримые, антагонистические части или группы». Возникают глубокие социальные противоречия, препятствующие дальнейшему развитию общества. «Всё расширяющаяся дифференциация человечества и непрерывно ускоряющийся научно-технический прогресс, – заключает Ю.А. Фомин, – обгоняют по темпам своего развития эволюцию социальных структур общества, и они уже не в состоянии разрешить на должном уровне стоящие перед ним задачи и гармонически развиваться»⁹³. И.А. Негодаев надеется, что у человечества хватит разума для того, чтобы эти мрачные перспективы будущего не сбылись.

Мы в нашем пособии не станем подробно останавливаться на размышлениях учёного о взаимосвязи информационной культуры и постмодерна, социальный смысл которой ему видится в том, что термин «постмодерн» обозначает переход общества от индустриального к информационному. А также то, что «наиболее характерной чертой постмодернизма является плюрализм, выражающийся в допущении одновременного существования различных точек зрения, смешении различных, порой противоположных, взглядов на изучаемые объекты и процессы и признающий не только правомочность, но и необходимость такого подхода. Отсюда вытекает утверждение об отсутствии необходимости и сведении всех событий и вещей к беспричинному хаосу случайностей».

Поэтому «мир в постмодернистском понимании представляет собой хаотическое движение многообразных, рассогласованных позиций, форм мысли, верованием людей, которые случайно сочетаются друг с другом. Действия людей в этом случае освобождается от принципов и норм морали, от ответственности за свой выбор и своё поведение».

⁹³ Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267.

Также И.А. Негодаев полагает, что «плюрализм делает бессмысленным понятие истины, а, следовательно, отрицает всю гносеологию. Отдавая примат виртуальному миру над реальным, постмодернизм отрицает онтологию. Бессмысленной становится и аксиология, поскольку отрицается иерархия ценностей и проповедуется релятивизм. Лишается своего смысла и социальная философия, так как общество в постмодернизме предстаёт как хаотический набор случайных явлений <...>».

По существу, постмодернизм отрицает науку. Отказ плюрализма признать истину дал возможность появлению в научном познании большой неопределённости, ввёл в пространство научного познания такие менее строгие факторы, как воля, воображение, страсть. Более того, эта установка приводит к повороту некоего «союза» науки с религией, примирению сознательного и бессознательного. В общественное сознание всё более проникают мифология, мистериальные религии, воззрения Востока, гностицизм и архаика. В этом случае рациональное научное познание сменяется иррационализмом и мистикой. Отказ от классики, традиций привёл к интеллектуальной нищете. «Отказавшись» от всякой традиции, – пишет Т.П. Матяш, – постмодерн в своём свободолобии пошёл на крайности: стёр имена и даты, смешал стили и времена, превратил текст в шизофреническое приключение, в коллаж анонимных цитат, начал играть с языком вне всяких правил грамматики и стилистики, смешал и уравнил святое и греховное, высокое и низкое» <...>».

Постмодернизм выражает не вполне здоровую и далеко не реалистическую оценку состояния и тенденций развития культуры эпохи информатизации. Напротив, он гипертрофирует негативные стороны этой культуры, поощряет деструктивные тенденции и упадок духа. Можно согласиться с утверждением, что «постмодернизм отражает уже иной, постчеловеческий мир, человекомашинное состояние человека в нём, но, не желая признаться в этом и не довольствуясь этим, он агрессивно нападает на всё прежнее развитие нашего духа, объявляя его заблуждением и ложью» <...>».

Исследователь В. Емелин приводит аргументы, характеризующие связь культуры постмодерна с информационной культурой. Так, принципы плюрализма, децентрации имеют отношение к демассификации производства и разукрупнению крупных промышленных предприятий. Принципы фрагментации связаны с децентрированным образом мышления людей, с отходом от централизованного распределения информации в силу функционирования телекоммуникационных электронных технологий. Сознание людей, о чём писал ещё Г. Маркузе, перестаёт быть «универсальным» и становится «клиповым», то есть отходит от общезначимых и постоянно воспроизводимых схем мышления, отдавая предпочтение коротким сообщениям <...>».

В действительности постмодернизм как чисто западное явление есть фаза развития именно западной культуры, начало процесса её саморазрушения. Утрата смысла – наиболее простое и лаконичное определение культуры постмодернизма. Исчезает вера в существование каких-то общих принципов, законов, исчезло доверие к разуму. Не отрицая того, что некоторые понятия и термины постмодернизма применимы к описанию сегодняшней реальности,

следует сказать, что в данном случае имеет место скорее аналогия, чем глубокое научное исследование реалий <...>.

«За этим «революционным», часто чрезвычайно сложным аппаратом постмодернизма кроются довольно простые для понимания процессы: замена природы и человека техникой, естественного интеллекта искусственным. Постмодернизм – идеология роботизированного человека, живущего в бесприродном информационном обществе; отсюда его модели, метафоры и идеалы». Однако культура постмодерна в своих основополагающих принципах техноморфна. Модели технического и неорганического мира она переносит на процесс самопонимания человека и на его отношения с миром и другими людьми. Вполне естественно, что постмодернистская культура не способствует тому развитию личности, которого требует интеллектуализация общества как важнейший элемент его информатизации»⁹⁴.

Гораздо интереснее для нас в контексте нашего разговора об особенностях информационной социализации точка зрения И.А. Негодаева на влияние информационной культуры на развитие личности.

«Только благодаря культуре человек стал тем, кем он является сегодня, – пишет И.А. Негодаев, – культура – важнейшее средство развития человека как биологического существа и важнейшее средство его социализации, развития личности. Л. Мэмфорд, исследуя историю человеческой деятельности, справедливо утверждает, что обычно предпочтение в эволюции человека отдают его орудийной деятельности и оставляют в тени роль в этом процессе культурного фактора. Такое положение, по его мнению, объясняется тем, что археология обнаруживает большое количество материальных предметов, связанных с трудовой деятельностью человека, в то время как памятников формирования духовного доцивилизационного мира, вполне естественно, не могло сохраниться. Однако, по мнению Л. Мэмфорда, именно культурная составляющая деятельности человека сыграла решающую роль в эволюции человека. В изготовлении орудий труда не было ничего исключительно человеческого до тех пор, пока оно не оказалось модифицированным языковыми символами, эстетическими замыслами и знанием, передаваемым социальным путём. Культура всегда была нацелена на самосовершенствование человека, самовыражение и формирование личности. Противопоставляя свои воззрения на человека как на животное, использующего орудия труда, Л. Мэмфорд пишет: «Человек, прежде всего, является животным, творящим собственный разум, обуздывающим себя и самопрограммирующим, – и первичным очагом всех видов его деятельности можно считать, прежде всего, его собственный организм и социальную организацию, в которой этот организм обретает более полное выражение. Пока человек не сделал чего-либо из самого себя, он немного мог сделать в окружающем его мире»⁹⁵ <...>.

⁹⁴ Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267.

⁹⁵ Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267.

Что же ещё является для нас важным в рассмотрении информационной культуры как социокультурного феномена в контексте данного учебного пособия?

«Ограничение интеллекта человека рамками информационной культуры в её технико-технологическом аспекте, – размышляет И.А.Негодаев, – оказывает негативное воздействие на его духовный мир, ведёт, в конце концов, к формированию того «одномерного человека», о котором писал Г. Маркузе. Это воздействие на сознание человека формирует такие феномены, как ограничение мышления и деятельности их строго рациональными формами, технократизм мышления, ослабление межличностного общения людей. Отсюда их отчуждение и, как следствие всего этого, перерождение культуры в технологию»⁹⁶.

Рационализация деятельности ограничивает свободу мышления и действий личности. Эта деятельность несвободна, свободная деятельность – иррациональна. Рациональная деятельность скована определёнными стандартами, нормами, которые диктуют субъекту его действия. Поэтому в процессе рациональной деятельности личность не находит возможности для своего самовыражения⁹⁷. «Мы должны, – писал М. Борн, – заботиться о том, чтобы научное абстрактное мышление не распространялось на другие области, в которых оно неприменимо. Человеческие и этические ценности не могут целиком основываться на научном мышлении».

Наоборот, иррациональная деятельность – одно из важнейших условий свободы личности, особенно в случае её творческой деятельности. «Развитие технической рациональности в самом широком смысле (включая технику ведения экономических, административных, политических и иных дел) не только не привело к росту человеческой свободы, – пишет В.А. Лекторский, – а наоборот, выразилось в создании системы механизмов, имеющих собственную логику функционирования, отчуждённых от человека и противостоящих ему и его свободе» <...>.

Рациональный характер информационной культуры ограничивает и эмоциональную сферу мышления личности. Рационализму чужды симпатии и антипатии, моральные нормы и эстетические переживания. Все эмоциональные страсти притупляются в угоду жёсткой необходимости. Следовательно, из жизненной сферы личности исключается эмоциональная составляющая его жизнедеятельности. Голый расчёт, практическая полезность, экономическая выгода выходят на первый план. Деньги занимают место моральных ценностей, обедняя духовный мир человека. Интересно признание мультимиллионера Дж. Сороса: «Деньги подменяют собой реальные ценности, а рынки захватывают господствующие позиции в чуждых им сферах. В праве и медицине, политике, образовании, науке, искусствах и даже в отношениях между людьми –

⁹⁶ Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267.

⁹⁷ Хорошим образцом рациональных действий является работа участников технологического конвейерного процесса по сборке различных деталей и узлов трактора или автомашины. Время выполнения той или иной отдельной операции и их последовательность в пространстве заранее жёстко заданы рабочему, исходя из экономической рациональности. Такой технологический процесс отнимает у рабочего свободу его действий и сводит рабочего до живого придатка конвейерной технологии (И.А. Негодаев).

достижения или качества, которые должны рассматриваться в качестве самоцели, переводятся в денежное измерение, о них судят по количеству денег, которые они приносят, а не по их реальным достоинствам»<...>.

Абсолютизация рационализма в сознании и деятельности в конечном счёте приводит к формированию технократического мышления личности <...>. Информация и информированность личности стали подменять её знания, человеческие способности осмысления и решения проблем.

<...> Сложившаяся в процессе эволюции человека гармония рационального и эмоционального по мере формирования технократического (точнее – техницистского) мышления утрачивается. «Усиление функций одного полушария мозга ведёт к подавлению другого, в силу чего культурное развитие человека сужается до технологического, до превращения его в бездушное роботообразное существо».

Между тем эмоции играют в познавательной-практической деятельности человека не меньшее значение, чем разум. А. Бергсон писал, что то обстоятельство, когда эмоции находятся у истоков великих творений искусства, науки и цивилизации в целом, не вызывает сомнения. Эмоции являются стимулирующим средством, которое побуждает ум к новым начинаниям, а волю – к упорству. Более того, существуют эмоции, порождающие мысль, и, хотя изобретение принадлежит к явлениям интеллектуального порядка, оно может иметь своей субстанцией сферу чувств. Поэтому, – заключает он, – творчество – это прежде всего эмоция. Речь идёт не только о литературе и искусстве. Известно, что научное открытие включает в себе сосредоточенность и усилие».

<...> Формируется техницистское мышление, лежащее в лоне технократизма. «Техницизм, – писал Ортега-и-Гассет, – не зря считается одним из атрибутов «современной культуры», то есть культуры, которая вбирает лишь те знания, что приносят материальную пользу» <...>. Техницизм – это мировоззренческий нейтралитет, образ и стиль жизни и мышления, который превращает человека – этого потенциального творца – в пожизненного исполнителя чужой воли, лишает его возможности самосозидания, строительства своей жизни и деятельности в соответствии со свободной волей, освобождает личность от ответственности за своё поведение и деятельность.

Было бы простой утопией игнорировать развитие техники и её воздействие на человека и общество в целом <...>. Но нельзя и слепо следовать за развитием техники, как бычок на верёвке. пытаться свести всё разнообразие жизни к технической составляющей⁹⁸ <...>.

Пассивное потребление информации по радио, телефону, аудио, телевидению, компьютеру всё больше вытесняет активные формы творчества, досуга, познания, формирует жёсткость мышления, лишает людей непосредственного общения друг с другом, сужает персональное пространство,

⁹⁸ Можно согласиться с В.М. Розиным, когда он пишет: «Большинство проблем, встающих сегодня в обществе, не удаётся решить научно-техническим способом». Поэтому в социальном плане: «Для нас сейчас быть культурным человеком означает оставаться человеком, несмотря на состояние современной культуры» (А. Швейцер).

ведёт к отчуждению⁹⁹, к потере межличностного общения, так необходимого человеку, как коллективному, общественному существу¹⁰⁰ <...>.

Отчуждение – это определённый тип социальных отношений, который доминирует над остальными социальными отношениями. В процессе отчуждения человек отрывается от многих компонентов реальной действительности, строит фантомные миры, в которых он либо добровольно, либо вынуждено должен существовать. В философском плане – это конфликт между актуальным существованием человека и его потенциальным бытием, между наличным и потенциально возможным и несостоявшимся в человеке. Понятие отчуждения позволяет охватить все негативные аспекты человеческого существования: потерю контроля над продуктами человеческой деятельности, патологический характер социальных отношений, отход от человеческого предназначения и нравственный распад личности, отчуждение человека от человека и человека от природы.

В психологии отчуждение – это проявление таких жизненных отношений субъекта с внешним миром, когда другие индивиды и социальные группы, являясь носителями определённых норм и установок, осознаются как противоположные ему самому. Это находит выражение в переживаниях субъекта. Отчуждение может существовать в различных формах. Согласно Э. Фромму, оно может выступать в виде отчуждения от ближнего, от работы, от потребностей, от государства, наконец, от самого себя. Но в любом случае отчуждение характеризует межличностные отношения, при которых индивид противопоставляется другим индивидам, группе, обществу в целом, испытывая ту или иную степень изолированности.

Отношения отчуждения могут возникать между индивидами в эпоху информатизации, если они замыкаются в рамки информационной профессиональной культуры с её узко инструментальной технологией. Нарушение непосредственного межличностного контакта людей друг с другом отделяет их, мысли и действия людей становятся как бы «самодостаточными», изолированными. Утрата чувства солидарности в конечном счёте ведёт к появлению эгоистических стремлений и деградации личности <...>.

В современных условиях отчуждение проявляется не только в изоляции людей друг от друга. Существует известное отчуждение поколений, что чревато большими социальными бедами¹⁰¹ <...>.

⁹⁹ Категория отчуждения является одной из центральных в философии Гегеля. У него отчуждение рассматривается и в социальном плане как специфическое отношение человека к созданной им реальности в условиях буржуазного правового государства. К. Маркс рассматривает отчуждение как объективный социальный процесс, в котором продукты труда и интеллектуальные условия труда отчуждаются от работника и противостоят ему в условиях капиталистического разделения труда и существования частной собственности. В этих условиях наука выступает как чуждая, враждебная по отношению к труду и господствующая над ним сила. М. Хайдеггер, Г. Маркузе и другие мыслители увидели феномен отчуждения в ситуации «одномерного человека», теряющегося в «обезличенном мире повседневности» (И.А. Негодаев).

¹⁰⁰ «Мы столь радикально изменили нашу среду, что теперь, для того чтобы существовать в этой среде, мы должны изменить себя» – писал Н. Винер.

¹⁰¹ В.А. Кутырев пишет, что «на Земле появляются «два человека», «две расы»: старая – люди культуры, люди – личности, неточно, но привычно именуемые как *Homo sapiens*, и новая – *Homo futurus*, человек робообразный».

Происходит отчуждение человека от природы. Жизнь современного человека протекает в лоне искусственно созданной им среды, человек отчуждается от естественной среды. Мы всё чаще не ходим, а ездим не по земле, а по асфальту. Формируется отчуждённая от живого человека, целиком созданная им искусственная среда, которая стремительно вытесняет и заменяет естественную. Пожалуй, ни одно живое существо не противопоставило так себя природе, как разумный человек, воодушевлённый лозунгом овладения природными силами, подчинения природы <...>.

Культура в этой ситуации претерпевает глубокие качественные изменения, превращается в технологию. С одной стороны, культура превращается в технологию овладения природой и подчинения её человеческим потребностям. С другой, технологическая мысль разрушает в человеке твёрдую уверенность в своей уникальности, необходимости. «Ведь душа человека, – пишет В.И. Кураев, – не технологична, не «конструктивна». Подобные мысли высказывает В.А. Кутырев в своей книге под символическим названием «Культура и технология: борьба миров».

Как известно, понятие технологии употребляется не только в техническом аспекте, но и в широком, социальном понимании – как совокупность правил, принципов рационального действия для реализации поставленной цели. В таком понимании говорят о технологии выборов, технологии манипулирования общественным сознанием, технологии политической борьбы и др. так называемых социальных технологиях. Каждый из этих видов социальной технологии обладает набором специфических средств, принципов и правил. Так, технология манипулирования общественным сознанием опирается на малопонятный и двусмысленный язык, эмоции, сенсационность и срочность, повторение, прикрытие авторитетом и на другие средства. Технология выборов широко использует рекламу, компрометирующие сведения и т. д. <...>.

В.А. Кутырев исходит из положения о том, что в условиях функционирования информационной культуры люди начинают существовать как бы в двух разных мирах. Одни из них ориентированы на природу и культуру, другие – на информационную технологию. Культура опирается на естественное, технический мир – на искусственное. Между этими мирами идёт борьба, в результате которой состояние природы и состояние культуры терпят поражение от экспансии техники. «Окружающая среда становится преимущественно искусственной, информационной, и, соответственно, внутренняя духовная жизнь человека – тоже. Она рационализируется и технологизируется. Вера, надежда, любовь, честь, совесть, долг, прекрасное, трагическое и другие внерациональные, неисчисляемые проявления жизни вытесняются на периферию, а обозначающие их слова становятся странными и малопонятными». Человек как личность превращается в актора – агента деятельности, личность за вычетом ненужной духовности. Сохраняя важнейшие сущностные черты человека – субъективность, самостоятельность и активность, актор – это существо, которое действует механически, всё считая и продавая. Дальнейшая деградация личности идёт по пути превращения актора – ещё субъекта человеческой деятельности в её фактор – в «человеческий фактор», придаток

информационной техники. Человек теряет самостоятельность, сливается с технической системой, к которой переходит инициатива. Возникает рационализированный техногенный человек.

<...> В мире, где господствующее положение занимают высокие технологии, тектура является «культурой» искусственного мира, технологического человека, потерявшего связь с природой, живущего в мире искусственной реальности, которая окружает его извне и пронизывает его изнутри. На смену традиционной культуре приходит технос – «чисто искусственная реальность, «артбытие», в нём нет нетрансформированной природы, природы как таковой... Не только природа, но и связанная с объёмами и земным притяжением искусственная среда отступает на второй план, открывая дорогу состоянию, когда вместо живого, телесного, «субстратного» человека действует его «чистое сознание». Человеческая деятельность направляется в область виртуального – в текст и знаки, в сферу искусственного. В конце концов культура умирает, превращается в технологию, а «сад культуры» становится технопарком.

<...> Насущной необходимостью является умение не ограничиваться пониманием информационной культуры в чисто профессиональном плане, понимать эту культуру в более широком, социальном контексте как часть общей культуры человечества.

Напомним, мы не отрицаем, что информационная культура, являясь частью общечеловеческой культуры, может и должна привносить много позитивного в социальную деятельность человека. То есть «в социокультурном смысле информационная культура – это совокупность принципов и реальных механизмов, обеспечивающих принципиально новые формы связей без личного присутствия в режиме диалога, новый образ жизни на базе использования информации, построение новой (информационной) картины мира. В таком контексте информационная культура выступает как способ жизнедеятельности человека в информационном пространстве. Разнообразие форм жизнедеятельности не позволяет личности замкнуться в узкие рамки профессиональной информационной культуры, а предполагает не только усвоение определённых мировоззренческих ориентиров, но и разносторонние научные знания, усвоение эргономики, информационной безопасности. Более того, информационная культура в социокультурном аспекте предполагает формирование у личности определённых нравственных идеалов и эстетического освоения действительности. Следовательно, информационная культура в социальном аспекте предусматривает не только научное знание человека-личности, но усвоение определённых духовно-нравственных, политических, правовых и эстетических ценностей. Потому что человек должен не только правильно отражать объективный мир и его изменять, но и эмоционально переживать, оценивать всё с точки зрения добра и зла, прекрасного и безобразного, гармоничного и негармоничного, гуманного и антигуманного.

<...> Это делает необходимым создание системы образования, соответствующий требованиям эпохи информатизации. Такое образование не может ограничиваться усвоением личностью научных знаний. «Образование как

образ жизни не может быть научным, – справедливо пишет В.В. Кутарев. – Жизнь не сводится к доказательствам и логике». Оно должно быть духовным – философским и культурным. Научность, рационалистическая картина мира, создаваемая теоретическими дисциплинами, должна быть его частью, а не всем, как фактически предполагают нынешние программы¹⁰².

<...> Следующее требование – развитие творческих способностей интеллекта личности. Ныне от работника требуется умение как следует думать, а не просто следовать установившимся шаблонам. Тот, кто просто хорошо делает своё дело, является хорошим исполнителем и этим ограничивает свою деятельность, не может надеяться на коренное улучшение своего положения. Способность к инновациям, к риску, к прорыву существующего всё больше и больше ценятся в работнике.

Важным требованием к личности в современную эпоху также является её способность к адаптации в условиях быстрых перемен. В своё время Э. Тоффлер написал книгу «Шок будущего». В ней он обрисовал тот шок, который может испытывать общество и отдельные личности перед лицом тех изменений, которые происходят в эпоху информатизации общества. Для избегания такого шока нужно себя заранее подготовить, выработать умение постоянно обновлять свои знания, которые устаревают с удивительной скоростью¹⁰³ <...>.

Следует учесть и то, что роль личности как нравственной основы бытия человека в эпоху информатизации усиливается. Многократно возрастают возможности влияния отдельного человека на информационные процессы всего общества. Это актуализирует у личности сочетание максимальной индивидуальной свободы с высокой мерой ответственности за свои поступки.

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Как и на каких основаниях в современном обществе происходит изменение социального статуса информации?
2. В чём заключается технико-технологический смысл информационной культуры?
3. В чём заключается социальный смысл информационной культуры?
4. В чём заключается специфичность информационной культуры как части общечеловеческой культуры на современном этапе её развития?
5. Каковы особенности современного информационного пространства, с точки зрения исследователя И. Негодаева?
6. Как связана информационная культура с социальной сущностью человека?
7. Раскройте содержание понятия «функциональная культура»?

¹⁰² Как известно, процесс образования включает в себя не только обучение (вооружение личности знаниями), но и воспитание (привитие личности определённых духовных ценностей). Напомним, что для Платона образование – это образовывание, создание, формирование человека. Это не просто внедрение знаний его ум, но и формирование человека как высоконравственной личности – целостного совершенного человека (И.А. Неодаев).

¹⁰³ «С началом дальнейшего ускорения развития мы можем сделать вывод о том, что знание становится все более «скоропортящимся» продуктом, – пишет он. – Сегодняшний «факт» превращается завтра в «дезинформацию» (Э. Тоффлер)..

8. Раскройте содержание понятия «культура взаимодействия»?
9. Раскройте содержание понятия «культура исследования»?
10. Раскройте содержание понятия «культура открытости»?
11. Что такое информационное неравенство и какие его виды существуют?
12. К чему может привести пассивное потребление информации?
13. Какова особенность системы образования, соответствующей требованиям эпохи информатизации?

1.9. Человек как живая информационная самообучающаяся система

Название, избранное для данного параграфа нашего пособия – дословное повторение концептуального суждения Сергея Павловича Расторгуева¹⁰⁴ о природе социально-психологической организации личности человека как некой информационной системы. Выдающийся, по нашему мнению, учёный в своём фундаментальном научном труде «Философия информационной войны»¹⁰⁵ предупреждает, что его теория, не рассматривает «всё, на что способен человек, выходя за рамки информационной самообучающейся системы». Мы, так же как и С.П.Расторгуев, не претендуем на исчерпывающую полноту сведений об особенностях биологического и социального бытия человека. Но, опираясь на его теоретические положения о человеке как о живой информационной самообучающейся системе, попытаемся взглянуть на это явление с позиции информационной социализации.

Такой подход обозначает неизбежный наш выход за рамки представлений учёного о человеке только как об информационной самообучающейся системе. Это не противоречит выдвигаемой С.П.Расторгуевым теории, в которой одним из основополагающих моментов является то, «...что причина появления именно здесь данных абзацев скрыта в поступающих на вход автора (информационной системы) входных данных, о внутреннем состоянии этой системы и требуемом результате, который должен быть получен»¹⁰⁶. Другими словами, наше «сообщение» обусловлено необходимостью разобраться в том, что представляют собой особенности информационной социализации человека как живой самообучающейся системы в сложившейся условиях непосредственного и опосредованного межличностного взаимодействия между людьми.

Во введении С.П.Расторгуев пишет: «Информационная самообучающаяся система - это система, поведение которой определяется имеющейся у неё

¹⁰⁴Расторгуев Сергей Павлович, доктор технических наук, профессор, член-корреспондент Академии Криптографии РФ, академик Российской академии естественных наук, действительный член Академии социальных и педагогических наук и др..

¹⁰⁵ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г.

¹⁰⁶ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.20.

моделью мира. Достаточно откорректировать модель мира, исказив цели, правила, факты, и система послушно и самостоятельно станет исполнителем чужой воли. Любая подобная модель обязана быть послушна входным данным. Сегодняшний день характерен тем, что основной объём сообщений человек получает о себе и себе подобных с помощью технических средств, именуемых средствами массовой информации. Это значит, что модели мира, управляющие информационными самообучающимися системами, наполняются содержанием, исходящим не столько от эмпирических объектов, сколько от подобных же абстрактных моделей индивидов, ставших хозяевами СМИ. В результате, общественное сознание, исполняющее функции зеркала мира для данного общества, становится всё более и более кривым. Неограниченная свобода самовыражения для нескольких монополистов СМИ неизбежно приведёт к гибели общества»¹⁰⁷.

Возникает закономерный парадокс: многие виды деятельности человека (экономическая, политическая, образовательная и т.п.) оказались непропорционально зависимыми от «входных информационных данных» небольшого количества людей. А так как любая информация имеет направленный ценностно-образовательный смысл, получается, что в их силах перепрограммировать сознание большого количества людей, в том числе и, прежде всего, находящихся за границами т.н. «золотого миллиарда»¹⁰⁸. Этот процесс влечёт за собой неизбежную потерю у большого количества людей своей социальной идентичности. То есть, окончательное превращение их в ресурсный придаток «золотого миллиарда».

Не означает ли это то, что объявляемые тем или иным политическим режимом ценности, в руках которого сосредотачиваются информационные ресурсы, должны проходить своеобразную общественную экспертизу? Ведь в этом случае данные ценности автоматически становятся помимо воли и желания большого количества людей критериями успешной социализации. В истории человечества такое происходило и происходит до сих пор уже не однажды¹⁰⁹.

Например, авторы проводимой сегодня в России реформы образования, главной ценностью объявляют качественные образовательные услуги, которые должны соответствовать мировым стандартам, а точнее стандартам развитых капиталистических стран. При этом никакой общественной экспертизы в форме общенародного референдума о целесообразности таких реформ не проводилось. Вопросы реформы образования решает узкий круг людей, большинство из

¹⁰⁷ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.20.

¹⁰⁸ По мнению С.Кара-Мурзы, за термином «золотой миллиард» стоит определённая, целостная геополитическая, экономическая и культурная концепция: развитые страны, сохраняя для своего населения высокий уровень потребления, будут политическими, военными и экономическими мерами держать остальной мир в промышленно неразвитом состоянии в качестве сырьевого придатка, зоны сброса вредных отходов и источника дешёвой рабочей силы. Золотой миллиард, как концепция, предполагает манипулирование общественным сознанием, для сохранения «устойчивого роста» в странах золотого миллиарда — и отключения «сырьевых придатков» от возможности независимого развития, самостоятельного проникновения на капиталистический рынок, от информационных, технологических и финансовых возможностей «цивилизованного мира» (П.Сухарев).

¹⁰⁹ Чем лучше в этом смысле, абстрагируясь от идеологических установок, ценности т.н. рыночной экономики от ценностей коммунистического режима.

которых, не профессиональные педагоги, а так называемые «эффективные менеджеры», то есть люди занимающиеся определением экономической, а не духовной целесообразности деятельности человека. Между тем образование, по признанию мирового сообщества¹¹⁰, вместе с развитием информационных технологий, является одним из важнейших и приоритетных направлений развития общественных отношений, которые определяют социально-экономическую перспективу развития общества. Проще говоря, оно формирует его будущую систему ценностей. События, происходящие на Украине, яркое тому подтверждение. Всего за 20 лет после развала СССР на территории этого государства, в том числе, прежде всего, благодаря контролю западных пиартехнологов, выросло целое поколение украинцев, которые убеждены, что главный источник всех их бед – Россия, плоть от плоти которой они являются как культурно-национальное объединение. У нас общая история, и всегда было, до известных событий в феврале 2014 года в Киеве, общее экономическое и интеллектуальное пространство.

Не хотелось бы говорить о грустном, но если российские «эффективные менеджеры», не поймут, что они через образование внедряют в наше общество, говоря словами С.П. Расторгуева, в качестве актуальной входящей информации чуждые нашему национальному менталитету ценности, то существует серьёзная опасность, что Россия превратится не только в сырьевой, но и интеллектуальный придаток Запада.

Этим самым хотелось сказать, что проблема социализации в современной России не столько в том, чтобы помочь человеку успешно адаптироваться в складывающихся социально-экономических отношениях, сколько помочь человеку сформировать такую самообучающуюся информационную систему, которая смогла бы критически оценивать, поступающую к ней на входе информацию. И, прежде всего, от средств массовой коммуникации, которые в условиях бушующей на планете информационной войны, представляют опасность для социальной идентификации личности, формирования его социального самочувствия, социального интеллекта и, как следствие, пагубно влияют на самоактуализацию и жизнотворчество человека. Как говорили древние: «Мудрый человек знает, что его ум и есть путь, глупый же человек намечает путь за пределами своего ума. Он не знает ни то, где находится путь, ни то, что ум сам по себе и есть путь» (Бодхидхарма).

Решение проблемы адекватности принятия информации на входе в живую информационную самообучающуюся систему по имени Человек, становится жизненно необходимой, чтобы не стать, образно говоря, «сырьевым придатком» некоего меньшинства, которое воображает, что всё остальное человечество глупое, управляемое ими стадо баранов.

¹¹⁰ Гамбургская декларация об обучении взрослых. Пятая Международная конференция по образованию взрослых, ЮНЕСКО, Гамбург, Германия, 14-18 июля 1997г. (www.znanie.org/pravo/document.html); Декларация Европейского саммита (European Council Presidency Conclusions), Лиссабон, 23-24 марта 2000; Декларация Европейского саммита (European Council Presidency Conclusions), Санта-Мария да Фейра, 19-20 июня 2000; Дамасская декларация «Призыв к действиям в сфере грамотности и образования взрослых для всех» Международного совета по образованию взрослых, Дамаск (Сирия), 22-26 сентября 2000 и мн. др.

В этих условиях важнейшим компонентом социальной жизни обыкновенного человека, являющегося рядовым членом общества, становится знание. В широком смысле – это обладание как можно большей необходимой для жизнедеятельности информацией. В прикладном, социальном-психологическом, более узком смысле, это знание принципов, на которых строится мировоззрение тех, кто собирается или уже управляет сообществом людей. Как говорил Г.Киссенджер «...знание мировоззрения противника важнее объективной реальности, т.е. важно не то, что реально существует, а то, как это представляет противник». Другими словами, зная о конкретных целевых установках такого рода «партнёров-противников» по социальному общению, можно с помощью собственной самообучающейся информационной системы преобразовывать получаемую информации (входные данные¹¹¹) таким образом, чтобы она не только не нарушала процессов социализации, но и превращала её в акт псевдо жизнестворчества¹¹².

Для этого, с нашей точки зрения, как уже говорилось неоднократно выше в других аспектах нашего теоретического исследования, нельзя ограничивать содержание понятия «информационная социализация» только способностью человека владеть информационными технологиями. С.П.Расторгуев по этому поводу замечает: «Как любое художественное произведение представляет собой для читателя симфонию из сменяющих друг друга эмоциональных состояний, вызванных автором, точно так же и человек, формируемый книгами и ближайшим окружением, являет собой произведение нелинейного монтажа смыслов, судеб и вкусов своих родителей и учителей»¹¹³.

Внутренне состояние самообучающейся информационной системы кроме сегодняшнего состояния ума и души включает в себя ещё весь тот багаж знаний, до которого человек как автор самого себя окажется способным дотянуться, короче говоря, все то, что учил, но не забыл. Универсальность предлагаемой С.П.Расторгуевым научной концепции о том, что человек – это живая информационная самообучающаяся система, заключается в том, что создаваемый им социокультурный мир сделан по образу и подобию, а, следовательно, функционирует по тем же законам. Более того, учёный предполагает¹¹⁴, что этим же законам подчиняется и живая природа, частью которой является человек. Следуя этой логике, получается, что всё, что нас окружает, прежде всего, то, что создано человечеством, то есть нами же, – имеет форму самозарождающейся и саморазрушающейся информационной сети (СР-

¹¹¹ В качестве *входных данных* выступают общепринятые требования, ценности и нормы поведения.

¹¹² Об этом подробнее, опираясь на знания социальных психологов, публицистов и других специалистов из области «человек-человек» (в т.ч. мы С.П.Расторгуева), мы поговорим во второй части нашего пособия, посвящённой эмпирическим исследованиям воздействия входной информации на сознание человека.

¹¹³ С.П.Расторгуев. *Философия информационной войны*. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.19.

¹¹⁴ Правда, уже не основе строго научных данных, а свободной аналогии (прим. автора)

сети)¹¹⁵. А, следовательно, «на базе подобных моделей уже становится возможным исследовать те изменения, которые происходят с информационными самообучающимися системами в ходе целенаправленных информационных воздействий»¹¹⁶.

Например, каким законам подчиняется формирование различных социальных институтов (т.е. разновидностей информационных самообучающихся систем) начиная от семьи и заканчивая государством или содружеством государств. Насколько «умирают», утрачивая свои индивидуальные особенности, информационные самообучающиеся системы, когда вступают во взаимодействие друг с другом для создания новой информационной самообучающейся системы. Насколько человек, как живая информационная самообучающаяся система, может оставаться автономным при неизбегном социальном взаимодействии с другими формами живых и созданных человеком информационных самообучающихся систем. Поиск ответов на эти и множество подобных вопросов непосредственно связан с социализацией человека, которая в свою очередь теснейшим образом переплетается с его информационной социализацией. Специфика последней, в свете теории о CP-сетях и живой информационной самообучающейся системе, напрямую связана с понятиями «энергия времени», «гибель и рождение элементов системы», «роль знания в функционировании системы».

С.П.Расторгуев замечает: «Самопроизвольность возникновения «порядка из хаоса» или «хаоса из порядка» для систем, в которых допускается рождение и гибель отдельных элементов, определяется поступающими на вход системы данными и существующей на момент поступления входных данных способностью системы к адекватной реакции. А способность эта есть функция отпущенного системе времени на раскачку, на жизнь».

Вывод. Если в информационной самообучающейся системе гибнут и рождаются её элементы, как, например, в случае относительно бессмертного человечества, состоящего из граждан, способных рождаться и умирать, то ответ на любой обращенный из космоса вопрос будет определяться отпущенным временем.

Если времени достаточно, и мы никуда не торопимся, то мы будем рождать, объединять, синтезировать, создавать новые структуры, своим существованием отвечающие на задаваемые вопросы.

Если же времени на ответ не осталось совсем, то мы будем убивать, упрощать, резать, а тем самым - все равно создавать новые структуры, которые точно также своим существованием будут отвечать на задаваемые вопросы. Мы

¹¹⁵ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.22.

¹¹⁶ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.22.

будем торопиться, мы будем становиться проще и со временем перестанем видеть те вопросы, сложность которых превосходит нашу информационную мощь, выражающуюся через нашу численность и коммуникабельность (количество элементов и их связей друг с другом). Но мы всё равно будем своими изменениями стремиться к знанию - независимо от того, чем мы заняты: рождением или убийством. Только во втором случае мы опустим голову вниз от бездонного космоса к сиюминутным проблемам и сосредоточимся на еде и удобстве своего кратковременного существования. И здесь больше ничего поделать нельзя: «где бы ни сражались люди за еду и квартирную плату, они отступали, отступали ночью, в тумане, безо всякой нормальной причины, исключительно из стратегических соображений. Вот что лишало их мужества. Воевать на войне было легко, но битва за еду и квартирную плату превращалась в сражение с армией призраков. Можно было только отступить и, отступая, видеть, как твои братья падают один за другим, безмолвно, загадочно, исчезают в тумане, во мраке - и ничегошеньки нельзя сделать» (Г.Миллер).

Формально на человечество можно попробовать смотреть, как на информационную самообучающуюся систему, состоящую из элементов-людей, между которыми существует информационное взаимодействие. При этом элементы данной системы иногда гибнут, а иногда рождаются. И то, и другое приводит к изменению информационных связей и общего знания системы.

Формально на мозг отдельно взятого человека можно попробовать смотреть, как на информационную самообучающуюся систему, состоящую из элементов-нейронов, между которыми существует информационное взаимодействие. При этом элементы этой системы только рождаются, пока зародыш находится в утробе матери, и гибнут или теряют отдельные функциональные возможности, пока человек идет по тропе жизни.

Как изучать эти процессы познания? Что может стать моделью, на которой позволительно проводить эксперименты и строить прогнозы?

К сожалению, для этого не подойдут классические нейросети с изменяющимися в процессе обучения коэффициентами (т.е. количественные методы – прим. автора). Хотя, безусловно, изменение интенсивности передаваемой информации и доверия к ней со стороны получателя для рассматриваемых систем позволяют им становиться «умнее». Мир изменяющихся коэффициентов (количественных показателей – прим автора) это мир бесконечных уточнений какого-то одного из найденных результатов. Мир изменяющихся коэффициентов (качественных показателей – прим. автора) это мир, не способный увидеть того, что следует за катастрофой. Возможно, что лучшего, чем классические нейросети нельзя изобрести, когда речь идет о том, чтобы уточнить «Н-ый» знак после запятой в условиях нестабильных входных данных, или, когда необходимо подкинуть еще один комплимент к вороху уже ранее сказанных. Говоря обобщенно, мир изменяющихся коэффициентов - это мир между нашим рождением и смертью, поэтому в нем не может быть и речи о том, что было «до»... и о том, что будет «после»...

Моделировать ситуации «до» и «после» можно только с помощью такого механизма, в котором определяющими процессами являются именно процессы рождения и гибели элементов.

При этом функциональная наполненность остающегося живым или вновь рождающегося элемента системы определяется требованием мира к этой системе и её «жизненной силой»¹¹⁷.

Под жизненной силой С.П.Расторгуев понимает величину внешнего напряжения, для компенсации которого был рожден элемент. В целом под «напряжением» учёный понимает «разницу между получаемым выходным значением и требуемым выходным значением»¹¹⁸. Значит, внешнее напряжение – это некоторое социально-психологическое состояние - порядок, необходимые социально-экономические обстоятельства, которые вызывают к жизни элемент для совершения соответствующего действия необходимого системе. В этом смысле получается, что наша жизнь и вообще существование любой самообразующейся, саморазвивающейся и саморазрушающейся сети и её частного случая - живой самообучающейся информационной системы, с «точки зрения» информационной системы, не есть простая случайность. Жизнь наша имеет смысл, и возникновение её было неизбежно точно так же как неизбежна смерть, которая наступит после того как иссякнет энергия времени отпущенного нашим нейронам.

Проблема останова¹¹⁹ «информационной самообучающейся системы под названием Человек», рассматривается С.П. Расторгуевым с позиции классической механики по аналогии с алгоритмом работы машины Тьюринга. Но «все люди смертны, все люди останавливаются в своей работе над бесконечной лентой жизни. А для машины Тьюринга эта проблема неразрешима! Как же так?» - спрашивает себя учёный и сам же себе отвечает: «Если придерживаться математической логики и того факта, что все люди смертны, то получится, что алгоритмическая часть человека являет собой лишь конкретное подмножество из всего возможного множества алгоритмов, на которое рассчитана машина Тьюринга, т.е. человек — жалкий частный случай в мире информационных самообучающихся систем»¹²⁰ Это важно понять, чтобы снять глупое во всех отношениях утверждение, что человек – венец творения живой природы.

Кроме того в основе деятельности нашей живой информационной самообучающейся системы лежит принцип избыточных элементов (нейроны), используемых для её алгоритмической деятельности, которые постоянно сокращаются. А так как нейроны головного мозга человека при жизни человека

¹¹⁷ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.21-22

¹¹⁸ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.53

¹¹⁹ Остановка – именно такой термин использует С.П.Расторгуев, так мягко учёный с помощью технической терминологии обозначает более привычно, но и, традиционно, более сложное для нас понятие смерть.

¹²⁰ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.62

не способны восстанавливаться в таком же объеме, в каком они гибнут, значит, человек, с точки зрения классической механики, смертен. Что, в общем-то, очевидно из простого наблюдения за историей развития человечества.

Более «оптимистичный» взгляд у С.П.Расторгуева на будущее человечества. Он говорит: «Если же попытаться посмотреть на Человечество, как на информационную самообучающуюся систему и, в частности, на применимость к нему проблемы останова, то здесь будет более богатое множество обучающих алгоритмов (обучение осуществляется на принципах рождения, гибели, изменения связей между элементами), т.е. можно предположить, что алгоритмическая часть системы Человечество совпадает с интуитивным пониманием алгоритма машины Тьюринга, а это значит, что проблема гибели Человечества относится к алгоритмически неразрешимым проблемам.

Решая поставленную задачу в общем виде, можно только констатировать, что Человечество может погибнуть, а может и не погибнуть - ответить на этот вопрос, исходя из истории Человечества, невозможно!»¹²¹ Хотелось бы напомнить читателю, что это точка зрения С.П.Расторгуева на бытие человека и человечества основывается на том, к чему способен человек, не выходя за рамки теории информационной самообучающейся системы. Поэтому он признаётся, что «даже теоретически совершенно не понятно, насколько полно взаимоотношение двух информационных самообучающихся систем, обладающих разными знаниями. При этом знания у них постоянно меняются. Одна познает квантовую механику, а другая систему экономических взаимоотношений производителей товаров.

Как утверждал Дидро: «Разве тот, кто вас слушает, обладает лучшими данными, чем тот, кто говорит? Отнюдь нет. А потому едва ли и два раза на день во всём большом городе вас понимают так, как вы говорите».

А Гете добавил к сказанному: «Я утверждаю, что человек не может познать даже самого себя. Никто и никогда не сможет смотреть на себя только как на чистый объект познания; самопознание ни к чему путному не приводило».

Говоря техническим языком, Дидро утверждает, что все информационные самообучающиеся системы не могут быть одинаковыми, поэтому между ними не может быть 100% понимания, а Гете заявляет, что и 100% самопознания быть не может, ибо то, что система пыталась познать мгновение назад, сейчас уже успело претерпеть изменение»¹²².

Какова же роль новых знаний в жизни живой информационной самообучающейся системы по имени Человек? И какую роль в процессе получения знаний выполняют эмоции, которые, на первый взгляд, по своей природе противостоят объективной информации.

Знания, в виде новой информации, позволили максимально усложнить информационную самообучающуюся систему по имени Человечество. В этой

¹²¹ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.64

¹²² С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.63-64

современной информационной структуре «несколько миллиардов элементов и ещё больше информационных связей» (С.П.Расторгуев). Процесс количественного (избыточного увеличения элементов – прим. автора) развития системы, по мнению учёного, исчерпал себя. Но С.П.Расторгуев замечает: «на помощь пришли компьютеры и Интернет. Пусть нет роста числу элементов, но по-прежнему увеличиваются информационные связи. И это спасает. И будет спасать какое-то время.

Однако мир не стоит на месте. Он торопится. Торопится потому, что само время поиска ответа порой является частью этого самого ответа. Самая изысканная и вкусная пища, умершему от голода уже не нужна. Неверный ответ, выданный вовремя, иногда правильнее опоздавшей истины. Поэтому там, где не хватает информационных коммуникаций и времени, начинается обучение по принципу гибели элементов»¹²³. Поэтому жизнь, по мнению С. П. Расторгуева, это своеобразная «плата за обучение» или, точнее, за познание, без которого она невозможна¹²⁴.

Действительно, жизнь – это движение. Движение это нарушение состояние покоя, равновесия. Оно имеет направленную силу, которой должно преодолевать препятствия. Преодоление чего-либо невозможно без предварительной оценки основных характеристик (условий), которые образуют это препятствие. Собственно, это и есть простейший механизм (алгоритм) процесса познания. С этой точки зрения и хаос, и равновесие, о которых говорит, апеллируя к «тепловой теории» И. Пригожин¹²⁵ - препятствия, имеющие разные характеристики. Жизнь, как социальное бытие человека, это маятниковое движение – переход «от равновесных условий к сильно неравновесным» (И.Пригожин), т.е. от порядка к хаосу и наоборот. Вот уж поистине «Только хаос способен родить танцующую звезду» (Ф. Ницше).

Направленность социального движения может быть линейной только на коротких отрезках, используемой энергии времени для самоорганизации усилий прилагаемых информационной системой к порядку. Хаос – разнонаправленное (разновекторное) движение. То есть, не имеющее видимой причинно-следственной организации движения. Но дело в том, что это лишь видимое отсутствие: причины и следствия есть у всех явлений. Не способность, человека (человечества) увидеть их не означает, что они отсутствуют. Другими словами у хаоса, как у физического, а тем более социального явления, есть своя логика организации движения. Увидеть, познать эти причины и следствия – значит найти свой путь в этом разнонаправленном движении по имени Хаос. Сделать

¹²³ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.67

¹²⁴ Ну как тут не вспомнить библейский миф об искушении Змия Евы яблоком с Древа Познания (прим. – автора).

¹²⁵ И Пригожин писал: «В сильно неравновесных условиях может совершаться переход от беспорядка, теплового хаоса, к порядку. ...В состоянии равновесия система «слепа», тогда как в сильно неравновесных условиях она обретает способность воспринимать различия во внешнем мире и «учитывать» их в своем функционировании. ...При переходе от равновесных условий к сильно неравновесным мы переходим от повторяющегося и общего к уникальному и специфическому» (С.П. Расторгуев).

это возможно только на основе сознательного, а значит свободного выбора такого пути, который станет в этой логике, действенной частицей *созидающего хаоса*.

При этом, говоря о хаосе и порядке как социальных явлениях в информационных самообучающихся системах, вряд ли было бы правильно говорить, что эти понятия могут существовать как абсолютные. Во-первых, потому что хаос, как было сказано выше, это особый порядок (особое причинно-следственное взаимодействие элементов – прим. автора). А во-вторых, порядок без хаоса – абсолютное равновесие, прекращение движения, т.е. смерть всех элементов.

Но что же это за странные точки опоры, которые не дают возможности информационным самообучающимся системам обрести не абсолютного хаоса, не абсолютного равновесия? С.П.Расторгуев, опираясь на научные теории Максвелли, Тома и И.Пригожина¹²⁶, называет их в контексте своей теории «сообщениями». В частности он говорит: «Наверное, это сообщение, а может быть даже отдельное слово естественного языка, поступающее на вход системы. Не простое слово, а такое слово, которое способно перетряхнуть всю систему, заставить ее изменяться. «Снесла курочка яичко, не простое, а золотое», — рассказывается в одной из русских сказок. И это яичко изменило жизнь и бабки и деда. «Вначале было Слово» — утверждает Библия. Да, вначале было слово в качестве входного сообщения для мира хаоса. И это слово заставило хаос стать порядком.

И слово это было непростое. Это одновременно было слово-вопрос и слово-ответ. Неподготовленность системы, на которую обрушилось это Слово, породила лавинообразную реакцию изменения существующей структуры системы. И структура эта меняется до сих пор. Потому-то мы и живём, и думаем, и пишем.

Но неминуемо будет и новое «слово-вопрос» и новое «слово-ответ». Если слово окажется знакомым, то структура не обратит на него внимания. Но если на вход будут настойчиво подавать сигнал со значением, например, «4»¹²⁷, на который требуется ответ «5», то возникнет такая структура, для которой это будет естественно и возможно. Четыре в этом случае стане равным пяти. Другими словами, правильный ответ на заданный вопрос формулируется из заданных условий»¹²⁸.

Что это означает в контексте обсуждаемой нами проблемы? Информационная социализация (социальная адаптация + индивидуализация + интеграция в общество) зависит от многообразных внешних социальных

¹²⁶ Пригожин Илья Романович(фр. Ilya Prigogine; (12) 25 января 1917, Москва — 28 мая 2003, Брюссель, Бельгия) — бельгийский физик и физикохимик российского происхождения. Лауреат Нобелевской премии по химии 1977 года, виконт Бельгии

¹²⁷ То есть «дважды два равно – четыре» (прим. автора)

¹²⁸ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.67

условий. Конечно, у человека всегда существует выбор на какую информацию (нормы и ценности), стоящую «на входе» в его сознание ему ориентироваться. Но репертуар этих ценностей и норм поведения на самом деле не так уж и велик. Коллективный разум человечества давно уже произвёл известное дихотомическое деление, результаты которого в разных вариациях широко распространены до сих пор в духовно-нравственной сфере жизнедеятельности человека: хаос – порядок, стихия – разум, зло - добро, дьявол - Бог и т.п. В сценарии жизнедеятельности любого человека одно не мыслится без другого. Столкновение в сознании человека этих этических категорий, подобно «+ и —» порождает разряд, который является универсальной энергией духовно-нравственного развития человека.

При этом у самого человека всегда остаётся открытым для обсуждения вопрос: «Что считать белым, а что чёрным?». Т.е. кто такой Бог, а кто дьявол? Что продуктивнее хаос или порядок? Что считать злом, а что добром? Ответы на эти, казалось бы предельно ясные вопросы, в социальной деятельности человека далеко не очевидны. Вот и оказывается, что один и тот же человек для одних ополченец, для других сепаратист, для одних террорист для других правозащитник и т. п. Совершенно очевидно, что ответы формируются на основе специфической интерпретации информации об этих «эстетических категориях» в каждой отдельно взятой социальной среде. Она же – эта среда – ставит на вход в сознание человека свой вариант понимания информации, которая проникая в него, преобразует самообучающуюся информационную систему. Если этого сделать не удаётся система перепрограммируется на самоуничтожение, например, ради того чтобы попасть в рай, потому что социальное бытие на земле - это «ад».

Физическому уничтожению системы, всегда предшествует её духовно-нравственное уничтожение. Точнее уничтожение духовно-нравственного начала в человеке. Не редки случаи, когда достаточно или выгодно уничтожение только нравственности в человеке. Эта часть самообучающейся информационной системы по имени Человек отвечает за определение ориентиров-ценностей в жизненном маршруте. С помощью повреждения-изменения этого «навигаторского узла» можно задать любое направление движения для системы, откалибровать по своему усмотрению инстинкт, желания, интеллект, совесть, душу и т.п. Тот, кто имеет ту или иную возможность влиять на программное обеспечение этого «навигаторского узла», может распоряжаться всей системой по своему усмотрению, не повреждая в ней другие информационные узлы.

С.П.Расторгуев считает, что основным инструментом для изменения или уничтожения самообучающейся информационной системы является обыкновенный вопрос. Эмпирическое наблюдение за процессами, происходящими в обществе, показывает, что любой социально-экономической трансформации, предшествуют многочисленные вопросы, которые задаются системе, «раскачивают лодку» и могут её либо утопить, либо облегчить и спасти. Как известно вопросы бывают конструктивные и деструктивные. Логика составления вопроса заключается в том, что сам вопрос уже частично содержит в себе некоторую часть искомой информации. Если в вопросе заложена

информация, направленная на разрушение, дестабилизацию, парализацию информационной системы которой он задаётся, то вполне возможно, что после многократного его повторения данные повреждения в системе произойдут.

Не менее важно то, в каких условиях задаются вопросы. Необходимо уметь понять как один и тот же вопрос под воздействием внешней информации, циркулирующей в социальной среде, из конструктивного может превратиться в деструктивный или из корректного в провокационный.

Интересно, в связи с этим вспомнить народную мудрость, которая гласит: «Тот, кто меньше задаёт вопросов себе и окружающим – дольше живёт» или другой её вариант: «Будешь много знать, скоро состаришься».

С.П.Расторгуев, размышляя на эту тему, говорит: «Ученый, исследуя природу, задает ей вопросы, которые он способен сформулировать, и получает ответы. Ответы он получает не всегда такие, которые готов и способен принять. Но так как природу он изменить не может, то меняется сам, перестраивает себя таким образом, чтобы получаемые ответы стали его ответами, т.е. чтобы его желания совпали с его возможностями. Это порой так приятно. В результате человек меняется и, следовательно, для него меняется окружающий его мир»

Каждая неудача заставляет нас отказываться от самих себя. Чем больше неожиданных ответов, которые надо принять и объяснить, тем дальше мы от самих себя. В этой игре вопросов и ответов к природе ставкой являемся мы сами и расплачиваемся только собой. Наука — это самая азартная игра из всех существующих; здесь играют не на деньги и не на интерес и даже не на жизнь. Здесь играют на душу, и Гете не просто так писал про Фауста.

До тех пор, пока человек просто смотрит в окружающее пространство, пока он ест, спит, добывает на пропитание или размножается, ему ничего не грозит. Но стоит этому человеку грамотно сформулировать и просто задать вопрос «А для чего это?», «А почему так?» и получить неожиданный ответ, как его «девственность» закончится, и он станет другим или вообще исчезнет.

Порой полученный ответ способен уничтожить вопрошающего. <...> Наблюдение изменяет самого наблюдателя. <...> Придумывать вопросы — это не просто и немало для того, чтобы наполнить жизнь смыслом. Чтобы правильно задать вопрос, нужно знать большую часть ответа.

Как тонко отметили Л.Повель и Ж.Бержье: «И если мы будем сражаться до конца против неведения, то истина будет сражаться за нас и победит всё». А мы добавим: «И в первую очередь нас самих», потому что по большому счету кроме нас самих нам больше побеждать нечего и некого.

Классическое высказывание утверждает: «Познайте истину и истина сделает вас свободными». В сказанном очень много скрытого смысла. Стоит только вдуматься: «истина даст свободу», т.е. «понимание окружающего мира даст свободу». Но любое понимание, как показано выше, изменяет, перестраивает понимающий субъект. И получается, что познаем мы на самом деле не для того, чтобы удовлетворить свое любопытство, это нам только кажется, что любопытство движет нами. Мы ищем понимание только для того, чтобы измениться, для того, чтобы уйти от себя вчерашнего, для того, чтобы стать другим, для того, чтобы стать «свободным» от себя вчерашнего. <...>

Дважды два с сегодняшнего дня будет четыре. Это истина сегодняшнего дня. Завтра будет другой день и другая пища. За понимание надо платить жизнью»¹²⁹.

Далее в своей теории информационных самообучающихся систем как разновидностей самозарождающихся и разрушающихся сетей, С.П.Расторгуева достаточно интересно размышляет о роли взаимодействия систем со смертью, которая, по его мнению, является катализатором жизни. Мы этот эпизод сознательно опустим, хотя и благодарны исследователю за то, что он нам, пленникам рационального мышления, напомнил известную истину, звучащую в нашем сознании из глубины веков: «*Memento mori*»¹³⁰.

Для нашего учебного пособия, в котором мы рассматриваем специфику информационной социализации, актуальнее остановится на том, какие «входные» данные системы, т.е. заданные ей вопросы, и определяют всю эту систему: всю ее сложность и все ее ничтожество. <...> Наиболее близкая к модели СР-сетей, в этом смысле точка зрения, которая заключается в следующем:

1. Любую информационную систему окружает хаос. И нет ничего кроме хаоса. Любая информационная система является элементом в мире хаоса.

2. Ни одна информационная система не обладает полным набором органов восприятия окружающего мира, позволяющим «ощутить» окружающий хаос в полной мере. Полнота осознания хаоса приводит к растворению (гибели) в нем любой информационной системы. Ущербность информационной системы в части восприятия окружающего мира является той индивидуальной особенностью системы, которая порой и выступает в роли спасателя. Дураку и пьяному, как говорится, море по колено.

3. Информационная система путем собственной перестройки (гибель и рождение элементов) создает для себя в окружающем ограниченном пространственно-временном континууме порядок.

4. У каждой системы свой порядок. И существует этот порядок до тех пор, пока существует создавшая его информационная система, так как именно в структуре познающей информационной системы любой порядок находит свое отражение.

5. Одним из способов сохранения созданного порядка является корректировка окружающей среды с целью запретить внешней среде задавать опасные для порядка вопросы.

Таким образом, «Каждый элемент системы только фактом своего существования уже способствует реализации определенного алгоритма и сам является алгоритмом, - пишет С.П.Расторгуев, - Входные данные создают нас из окружающего хаоса, вооружают против этого самого хаоса, а затем неожиданной командой, поднимая на бруствер из уютного и относительно

¹²⁹ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.34-39

¹³⁰ «*Memento mori!*» – (в пер с лат. яз.) думай о смерти!

безопасного окопа, отправляют на встречу с Огнем и Холодом бушующего Космоса.

Не существует информационных самообучающихся систем, которые бы не искали сами для себя ограничений, ибо найденные опытным путем запреты в значительной степени способствуют продлению жизни системы.

На изначальную пустоту, которую суждено заполнить эмбриону в материнском чреве, подается генетическая программа, содержащая уже прожитые предками жизни. «Разность генетических потенциалов» порождает нейроны на соответствующем месте с соответствующими связями. Таким образом, нереализованное напряжение прошлого врывается в настоящее, искривляя его пространство рождением новых элементов. Эмбрион обучается, используя механизм самозарождения. Генетическая память отображается в количестве нейронов и их связях друг с другом.

В силу того, что память распределена по всему множеству нейронов, по их связям между собой, по их весовым коэффициентам, можно утверждать, что человек уже рождается «набитым» «неизвестными ему воспоминаниями». В течение жизни эти воспоминания постепенно разрушаются новыми реальными сообщениями. Однако существуют приемы (ЛСД, специальные сновидения, гипноз, медитация), позволяющие отобразить активное сознание в еще неиспользованные (неразрушенные) структуры, и тогда получатся и «девять предшествующих жизней Раймонда Моуди», и многое другое.

Почему-то принято считать, что единственное, чего не может избежать человек - это смерть. Но если речь идет о любом живущем или уже умершем человеке, то факт его существования сегодня или в прошлом однозначно свидетельствует о том, что и рождения нельзя было избежать. Любое рождение всегда связано с «залатыванием» пробоины в днище корабля, называемого Жизнью»¹³¹.

Но даже этот «жизнеутверждающий принцип» у С.П. Расторгуева базируется на том, что новое знание для человечества всегда «добывается» неизбежной гибелью элементов. По отношению к информационной самообучающейся системе по имени Человечество, где элементы – люди это означает частичное или полное разрушение устоявшейся социальной модели взаимодействия между ними. По отношению к живой информационной самообучающейся системе по имени Человек, где элементы – нейроны, это означает нашу физическую смерть. Получается, что цена наших новых знаний – неизбежное саморазрушение системы, т.е. уход в небытие, а, проще говоря, наша физическая смерть. Это факт, который не очень хочется признавать, так как мы - люди, не просто информационные системы, а *живые* самообучающиеся системы! Из этого следует, что нам присущи эмоции, переживания и т.п. Так зачем же живым информационным системам типа человека нужны, образно говоря, радости и печали, которые только усугубляют печальную безысходность

¹³¹ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.71.

нашего земного бытия? Т.е., как говорит С.П.Расторгуев: «Чем руководствуется система при выборе своей собственной системы координат среди нескольких равновозможных? Что происходит, когда сталкиваются несколько целевых функций? Насколько значима логика при информационном взаимодействии самообучающихся систем? И логикой ли меряют системы меру своей и чужой некомпетентности?»¹³²

Обширные знания математической логики учёному подсказывают, что «массовая гибель становится возможной, когда новые входные данные разрушают старую структуру, для поддержания которой требовалась серьезная энергетическая подпитка, и порождают новую, позволяющую решать весь комплекс тех же самых задач, но меньшим числом нейронов. Здесь речь идёт чуть ли не о смене фундамента — это обновление, озарение, очищение, катарсис и т.п. Для системы подобное событие воспринимается как жертва.

Человеку может быть дано только то, что он в состоянии использовать, а использовать он может только то, ради чего он чем-то жертвовал. В этом состоит закон человеческой природы. Так что, если человек хочет помощи, чтобы приобрести важные знания или новую власть, он должен пожертвовать другим, важным для него в данный момент. Более того, он может приобрести лишь столько, насколько он отказался от чего-то для этого... Вы не сможете иметь результатов без причин. Жертвуя, вы создаете причины. Существуют разные пути, но отличаются они только по форме, напряженности и итогам жертвы. В большинстве случаев надо отказаться от всего сразу и не ожидая ничего <...>.

Озарение истиной - это завершение выбора, влекущее за собой уничтожение всего того, что рядом, что похоже на цели системы, но все же не совсем то, что ей требуется

Понимание — это облегчение, как бы посланное свыше, но за ним стоят очень простые и доступные базовые образы: «Баба с возу — кобыле легче» или, более культурно: «Когда леди слезает с дилижанса, то пони идет быстрее»¹³³.

Безусловно, прав С.П. Расторгуев, когда утверждает, что один человек лучше понимает другого¹³⁴, если их языки связи с внешним миром частично или полностью совпадают. Не отрицает он так же и того, что «Однако, вполне возможна ситуация, когда за одинаковыми словами скрывается разный смысл» и это усложняет понимание, что вполне естественно для социального взаимодействия между людьми в процессе их информационной социализации.

Любопытным, на наш взгляд, является его наблюдение о том, чем меньше взаимопонимания у людей (социальных групп, идеологических систем и т.п.), которые похожи друг на друга «тем более сильным может быть взаимное

¹³² С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.72

¹³³ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.74

¹³⁴ Т.е. «одна информационная система «понимает» другую»

разрушение при их взаимодействии». Это подтверждается многочисленными фактами из истории человечества¹³⁵.

При этом, в любом случае, выражаясь языком С.П. Расторгуева, «рождение формулы — это новое знание», которое «записывается» сообщением на конкретном формальном языке. Этот язык отвечает созданной формулой нового знания знаковой системе, служащей для социального распознавания кто является, а кто не является носителем его. В этом смысле, например, слово как средство формирования и транслирования информации имеет ярко выраженную социальную основу, ибо является индивидуальной частью информационной системы, в которой отражаются культурные традиции (менталитет) народа. Знание может быть знанием только по отношению к тому, кто его понимает, то есть оно обретает социальные и иные смыслы только в рамках определенной информационной системы (модели).

Комментируя эту свою мысль, С.П.Расторгуев приводит такой остроумный пример: «Например, формулы Эйнштейна для людоедок-Эллочек в большей части невидимы. Да и не только формулы Эйнштейна обладают свойством невидимости. Мир полон подобными объектами. И проблема построения «невидимых» объектов не такая уж и сложная, как кажется на первый взгляд: самолеты-невидимки, люди-невидимки, понятия-невидимки, идеи-невидимки! И порой горе тому, кто набредет на них и узреет.

Модель теории — это такая интерпретация языка, в которой истинны все аксиомы некой теории. В рамках языка людоедки-Эллочки нет средств для интерпретации работ Ньютона, но есть средства для интерпретации того же Ньютона как мужчины.

Углубляясь в джунгли познания по одной из троп, мы навсегда теряем все прелести другой.

Но при этом все модели, все «эти индивидуальные отличия не так уж и важны. Они просто вроде рубашек, курток и свитеров. «Приятную вы личность надели. Где вы ее достали?». «Я приобрел ее в Гештальт-терапии. Крик моды!». Но чем совершеннее становятся расходящиеся от общего узла модели мира, тем сложнее между ними построить мост их носителям. «Как-то я навестил брата в психиатричке. Я сидел в комнате с ним и с его психиатром. Он считал себя Христом, а психиатр считал себя психиатром, и оба были убеждены, что другой — ненормальный» (Р.Дасс).

Гибель информационной, в том числе и самообучающейся, системы — «это такое же новое знание, как и ее рождение. Это частичный отказ от одной модели мира и переход к другой»¹³⁶.

¹³⁵ Взаимное уничтожение тоталитарных информационных систем фашистской Германии и коммунистического режима СССР; «многобожеской» системы языческой религии разными видами монорелигий (христианство, ислам и т.п.) и др.

¹³⁶ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. — С.64

Понятной нам представляется с точки зрения социального знания и мысль С.П. Расторгуева о том, что «Когда мы рожаем и убиваем формулы — мы одновременно, теми же самыми действиями строим свою новую модель мира. Каждая «живая» формула это либо новая возможность, либо ограничение существующих возможностей». Поэтому те люди, которые берут на себя социальную ответственность за проектирование новых социальных систем должны уметь создавать правила, по которым они, впоследствии, гибнут. Ибо вечных информационных систем не бывает: новые социальные условия (входные данные) порождают необходимость изменения старых систем. «Вся наша наука и все наше производство во многом определяются исходными данными, но не самим исходным материалом, как казалось бы на первый взгляд, а дефицитом или избытком этого материала, годящегося для удовлетворения наших потребностей» - размышляет С.П. Расторгуев. «Нейроны, муравьи, люди умирают по своим законам. И поэтому новому проектировщику ничего не остается, как изучать окружающий мир, добросовестно постигая тайны его устройства. И чем глубже исследователь погружается в этот мир, тем больше находит причин, из-за которых может «скончаться» элемент системы. Оказывается, что его можно раздавить, отравить, сжечь, разрезать на кусочки. Кроме того, выясняется, что благодаря тому, что элементы взаимодействуют друг с другом, это взаимодействие можно использовать для их взаимного уничтожения. Достаточно лишь создать соответствующее напряжение и, к примеру (для человеческого общества), такие структуры, как семья, коллектив, страна, мгновенно преобразуются, разрушаясь, и начнут решать порой совсем иные задачи.

Обратите внимание: первый путь - непосредственное уничтожение; второй путь - использование межэлементного взаимодействия»¹³⁷.

В человеческом обществе даже непосредственное уничтожение любых живых информационных самообучающихся систем невозможно без «межэлементного взаимодействия», т.е. без взаимодействия в той или иной форме между людьми. Более того, даже гибель нейронов головного мозга индивидуальной живой информационной самообучающейся системы – всегда есть следствие, скорей всего, одновременного взаимодействия с другими такими же индивидуальными или групповыми системами, а так же с многообразными самозарождающимися и разрушающимися сетями (СР-сетей) природной среды. Почему? – Потому что рождение, становление и развитие живой информационной системы по имени Человек, невозможны без межличностного социального взаимодействия с однородными системами. Это общеизвестная истина, несоблюдение правил, которых приводит к так называемому «эффекту Маугли». Т.е. процесс десоциализации возвращает человека в состояние доинтеллектуальной природной среды, даже в том случае, когда он первичную

¹³⁷ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.64

социализацию прошёл¹³⁸. Но и без общения с природной средой процессы полноценной социализации, а тем более процессы формирования знаний, умений и навыков человека, которые непосредственно связаны с процессами социализации, также являются весьма проблематичными, если не сказать большим – невозможными. Ибо трудно представить себе человека, который бы полностью был лишён возможности черпать необходимую ему для жизнедеятельности (не говоря уже о жизнотворчестве!) информацию из природной среды. Процессы познания человека самого себя и окружающего мира во многом основаны на наблюдении природных явлений¹³⁹.

Важно помнить, говоря в знаковой системе С.П. Расторгуева, что «классическое задание модели самообучающейся системы предполагает решение следующих задач»:

1) *создание модели отдельного элемента*. Т.е. человек, интуитивно, согласно полученному на генетическом уровне «заданию» создаёт индивидуальную, свою собственную, неповторимую, живую информационную самообучающуюся систему;

2) *определение типологии связей между элементами*. Другими словами, человек, ориентируясь на определенные социальные признаки, определяет различные социальные группы, выясняет какие существуют между ними типы взаимодействий, для того чтобы «встроиться» в процессе жизни в одну из таких, наиболее приемлемых ему типологий;

3) *определение правил изменения связей при получении данной системой информации*. Эти правила – ценности и нормы поведения. Любая информация, которая приходит на вход системы, согласно им должна быть социально эффективно и для личности и для общества интерпретирована человеком. В противном случае он может превратиться в маргинала. При этом «принципиально новая для системы (общества) информация приводит к рождению новых или гибели имеющихся у системы элементов» (С.П. Расторгуев). Т.е. процесс интерпретации информации на входе в систему может быть осуществлён по эволюционным и революционным правилам. Революционная информация может привести к деконструированию общества (системы) и, соответственно, к гибели множества людей (элементов), которые были активными носителями ценностей и норм прежней системы (общества). Именно это и наблюдается в обществах, которые преобразуются вследствие революционной смены информации на входе в систему¹⁴⁰. Эволюционный путь трансформации информационной самообучающейся системы не предполагает

¹³⁸ Первичная социализация человека, как правило, проходит в семье. Самый известный факт - это прототип Робинзона Крузо из одноимённого романа Дефо, который прожил на необитаемом острове более двадцати лет и утратил человеческий социальный облик.

¹³⁹ Достаточно вспомнить для этого примеры из школьных учебников об открытии Ньютоном закона земного притяжения, который был открыт после того как яблоко упало на его голову. Или открытие закона Архимеда, который он сформулировал, после его эмпирического наблюдения за изменением массы воды, после того как он погрузил своё тело в ванну.

¹⁴⁰ Фактами, подтверждающими этот вывод являются многочисленные исторические события, сопровождающие революции разного типа, начиная с кровавых расправ во время первой французской революции и заканчивая серией т.н. «бескровных революций», происходивших и происходящих в независимых государствах, некогда входивших в состав СССР.

полного отказа системы от прежних ценностей и норм поведения при взаимодействии элементов системы. Это даёт возможность не деконструировать, а реконструировать систему и, как следствие, гибель элементов (людей) не такая масштабная и единовременная¹⁴¹.

4) *определение правил рождения и гибели элементов системы.* Правила рождения и гибели, людей (элементов) являющихся носителями определённых ценностей и норм поведения в обществе, непосредственно связаны с содержанием информации, которая подаётся на вход информационной самообучающейся системы (общества). Эти правила традиционно определяются следующими условиями: 1) генетическим заданием (национально-культурным менталитетом элементов-людей); 2) исторически сложившимися типологиями социальных связей между людьми (элементами информационной системы) и 3) правилами изменения связей при получении данной системой информации.

Нам представляется не совсем корректным, если определение правил рождения и гибели элементов информационной самообучающейся системы происходит путём искусственного, а значит насильственного «отсечения» любого из этих условий. Отказ от первых двух означает утрату идентичности информационной самообучающейся системы, которая приведёт к растворению её в других информационных системах. Как говорится, если общество не имеет собственной информационной повестки, оно становится повесткой другого общества.

Отказ от третьего условия – это создание искусственного застоя в сложившихся социальных взаимоотношениях между людьми, что вряд ли возможно вообще (вечных информационных систем не бывает!) и особенно в условиях формирующегося мирового информационного сообщества. Такого рода «застой» только ненадолго отсрочит время самоуничтожения системы. Вследствие объективно меняющихся социальных, экономических факторов, информационная самообучающаяся система общества не может не меняться. Вопрос только в том, как она это будет делать: отказавшись от собственной идентичности или сохранив свою социально-психологическую индивидуальность.

Первое, создаёт опасность растворения системы, как мы уже говорили выше, в других информационных самообучающихся системах (обществах). По сути, это самоуничтожение системы по революционным правилам её деконструирования. В этом случае, незначительная часть элементов системы, может оказаться успешно социализированной (встроенной) в чуждую систему, большая же часть элементов превращается в служебный придаток другой системы. В этих условиях они постепенно отмирают (вырождаются) и самозарождение последующих элементов уже происходят по правилам новой системы.

Второе, даёт возможность в целом сохранить самозарождающуюся и разрушающуюся сеть информационной самообучающейся системы. Отмирание

¹⁴¹ Фактами, подтверждающими этот вывод в современной истории, является трансформирование социалистической общественной системы в Китае и Белоруссии.

элементов будет не столь значительным за счёт того, что часть элементов, предрасположенных к изменению правил связей при получении данной системой информации, «эмигрируют» в те системы, которые находятся в непосредственном столкновении с данной системой. Другая часть элементов адаптируются к предложенным информационной самообучающейся системой правилам. А большинство элементов системы будут продолжать наращивать генетический потенциал своих индивидуальных живых информационных самообучающихся систем, создавать новые типологии социальных связей, встраиваясь в них и передавая их по наследству последующим элементам. Вследствие этого, конечно, рано или поздно, неизбежно наступит, согласно теории С.П. Расторгуева, избыточность системы, которая приведёт к новому диалектическому преобразованию. Т.е. она опять возвратится к выбору: как ей менять свою информационную систему – реконструировать её или деконструировать.

Как показывает исторический опыт, наиболее, условно говоря, жизнеспособные информационные самообучающиеся системы, это те, которые оказываются способными в разных социально-экономических обстоятельствах использовать энергию времени для поддержания своей генетической памяти и развития новых типологий связей между элементами. Эти информационные самообучающиеся системы переживают взлёты и падения в своём развитии, но не утрачивают своей идентичности, которая является залогом их «долгожительства»¹⁴². Причём, эта идентичность – наднациональная. Т.е. она основывается на общих ценностях и нормах поведения, социальное взаимодействие осуществляется в рамках этой информационной самообучающейся системы, преимущественно, на каком-то языке межнационального общения. Этот язык – средство коммуникации. Он обеспечивает более продуктивный обмен социальными смыслами между элементами в процессе их общей жизнедеятельности в рамках одной самообучающейся информационной системы. Он необходимое условие создание поликультурного пространства, на основе сохранения как обобщающих ценностей и норм поведения, так и сохранения национально-культурных идентичностей других народов, входящих в состав этой информационной самообучающейся системы. В этом случае, уместно в качестве примера привести российский исторический социальный опыт, в основу которого положен опыт славянских народов, главная суть которого заключается в безусловном доминировании (но не уничтожении!¹⁴³) общественных ценностей над ценностями индивидуальными.

«В свете сказанного, замечает С.П. Расторгуев, - важно отметить, что информационные процессы могут приводить окружающий материальный мир к разрушению. При этом в результате развития этих информационных процессов остается «сухой остаток» — упрощенная структура и множество ушедших в

¹⁴² Общеизвестно, что к такому типу продолжения жизнедеятельности системы предрасположены т.н. восточные типы общественных социально-экономических систем (Индия, Китай и т.п.)

¹⁴³ В этом заключалась основная ошибка СССР, которая и привела к распаду этого государственного образования.

небытие элементов, факт гибели которых придал уцелевшей системе новые способности.

Доказательство того факта, что подобная система в принципе не может заиклиться, если не изменен алгоритм её функционирования (только уничтожение), тривиально. Процесс обучения неизбежен, а значит, неизбежна гибель элементов, таким образом, постоянно идет обеднение схемы. Здесь важно во время ощутить оптимальную точку, т.е. то критическое количество элементов, которых еще достаточно для понимания окружающего мира; дальнейшая гибель их уже будет вести систему не вперед в будущее, а назад к деградации, к растворению в мире, к нирване. Этим путем идет природа, порождая многообразие форм, а затем стирая их. По этому же пути идёт и человеческая мысль, породившая генетические алгоритмы для решения сложных задач. И в этом смысле одним из важных результатов данной работы можно считать пусть более иллюстративную, чем строго доказанную гипотезу о том, что любая смерть не может быть бессмысленной, особенно если речь идет о познании»¹⁴⁴.

Этот принцип базируется на том, что новое знание для человечества всегда «добывается» неизбежной гибелью элементов (людей) системы и частичным или полным разрушением устоявшейся социальной модели взаимодействия между ними. Эмоции же в этом случае это, как не странно, разумное использование энергии времени, которое «порой для выживания системы (коллектива) превыше формы и содержания. «Именно эмоция являет собой основу, породившую такую относительную, такую условную ось, принятую называть добро и зло» (С.П.Расторгуев). Эмоция для человека – «это способность мгновенно, минуя механизмы логического контроля, изменить внутреннее состояние себе подобных. За время, прошедшее между двумя эмоциональными оценками события, произошло существенное изменение всей структуры системы, например, значительная перестройка организма и самого прогнозного механизма. Понятно, что в этом случае новое эмоциональное состояние принадлежит уже как бы другой информационной системе, другому человеку, и соответственно имеет другую измерительную шкалу. Например, в теории К. Кастанеды подобная перестройка (или изменение уровня восприятия) называлась изменением «точки сборки»¹⁴⁵.

«Последующее длительное равенство нулю «эмоционального состояния» говорит о правильности найденного решения. И чем дольше системе удастся удерживать этот ноль, тем более правильным было решение, тем более структура системы гармонирует с окружающим миром. Получается, что

¹⁴⁴ «Возможно, что аналогичным образом работает и мозг человеческий, в котором каждый день гибнут, не возрождаясь, десятки тысяч нейронов. Любая нейронная структура является памятью о чем-то. То, как мы будем трактовать это что-то, определяется уже нашей фантазией, целью и потребностями» (С.П. Расторгуев).

¹⁴⁵ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны . Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.75

требование познания мира является результатом стремления к покою, к гармонии»¹⁴⁶.

Эмоции для самообучающейся информационной системы – критерии истинности данного момента времени, т.е. способ определения уровня своего социального самочувствия. По мере того как иссякает энергия времени, отпущенная нашей системе, «ускоряется процесс гибели нейронов головного мозга, что приводит организм в состояние катарсиса, эмоциональной разрядки». По мнению С.П. Расторгуева, в этот момент «наличная (фактическая) энергия начинает удовлетворять все его потребности», потому что количество оставшихся нейронов соответствует количеству оставшейся энергии. В этом случае «подобная гибель оценивается информационной системой как получение максимального знания, как высший катарсис, высшее очищение и приближение к самой великой истине для данного конкретного человека»¹⁴⁷.

Заканчивая разговор о роли эмоций в функционировании живой информационной самообучающейся системы, хотелось бы вновь опереться на высказывание С.П. Расторгуева: «Эмоции могут быть присущи только самообучающейся информационной системе; любым другим системам они не нужны. Но самой самообучающейся системе эмоции, как способ внешнего проявления усвоенного знания, необходимы только тогда, когда можно учиться на чужом примере, на примере подобных же систем. Необходимыми условиями наличия (возникновения) эмоций у живой информационной системы по имени Человек являются: 1) способность к самообучению; 2) способность к взаимодействию с себе подобными; 3) способность к обучению на чужих примерах»¹⁴⁸.

Эти способности и определяют направленность эволюции человеческого общества. Как известно, эволюция (от лат. *Evolutio* - развёртывание), в широком смысле синоним развития, которое характеризует процессы изменения, протекающие в живой и неживой природе, а также в социальных системах. Эволюция может вести к усложнению, дифференциации, повышению уровня организации систем (прогресс) или же, наоборот, к понижению этого уровня (регресс).

С.П.Расторгуев, размышляя о проблеме интерпретации содержания понятия «Эволюция», замечает: «Почему-то принято считать, что развитие - это обязательно путь «наверх» (ввысь), и основу этого пути составляет процесс усложнения системы, а деградация неизбежно связана с процессом разрушения. Ранее мы привели примеры систем, которые становились «умнее» благодаря самоуничтожению элементов. Чуть позже были приведены примеры систем, которые «умнели» благодаря рождению новых элементов. В одном случае мы

¹⁴⁶ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.77

¹⁴⁷ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.78

¹⁴⁸ С.П.Расторгуев. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.79

говорили об упрощении системы, в другом об усложнении, но в обоих случаях получали одинаковый результат. Все это напоминает бесконечные споры о том, что же самопроизвольно происходит на самом деле: «порядок из хаоса» или «хаос из порядка». Примеры есть и одни, и другие. В жизни вообще есть все и нет такого, чего бы не было - так утверждает восточная пословица. <...>

Самопроизвольность возникновения «порядка из хаоса» или «хаоса из порядка» для систем, в которых допускается рождение и гибель отдельных элементов, определяется поступающими на вход системы входными данными и существующей на момент поступления входных данных способностью системы к адекватной реакции.

В том случае, если для отработки входной обучающей выборки (входных данных) достаточно только изменить связи или весовые коэффициенты, система сохраняет стабильность. <...>

Находясь внутри системы под названием Человечество в виде нейрона, можно мерить себе подобное уровнем кухонной автоматизации и скоростью распространения газетных штампов, помня о том, что все это является проекцией нашего умственного развития. Можно именно так мерить, чтобы была возможность гордиться результатами измерений. Как утверждал один из героев популярного мультфильма: «А в попугая я гораздо длиннее!»¹⁴⁹.

Таким образом, С.П. Расторгуев утверждает: «Жизнь любой самообучающейся системы — это поиск соответствия ей своего внутреннего состояния и входной обучающей выборки. До тех пор пока системе удается обеспечить это соответствие, система существует. Деградирует ли, усложняется ли, но существует. При этом она постоянно и необратимо изменяется, и теряет память (процессы гибели и рождения элементов), решая задачи предсказания (прогнозирования) и реализуя соответствующие способы защиты. Короче говоря, любая самообучающаяся природная система, это в первую очередь система защиты, в которой каждый орган, кроме какого-то своего индивидуально-функционального предназначения, обязательно выполняет защитные функции, то ли решая задачи предсказания (голова), то ли реализуя способы защиты: перемещения в пространстве (ноги), перемещения во времени генетической информации (половые органы), нападения (руки), брони (кожа, мышцы) и т.п. <...> В природе только из необходимости защиты вытекает потребность в интеллекте.

Информационная самообучающаяся система не стремится к точке омега, как и не стремится быть умной. Она стремится к тому, чтобы успевать отвечать на задаваемые ей вопросы, чтобы быть живой, а уже отсюда и следует потребность быть умной в самом широком понимании этого слова, если, конечно, этого требует заданный вопрос»¹⁵⁰.

¹⁴⁹ С.П.Расторгуев. . Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.79

¹⁵⁰ С.П.Расторгуев. . Философия информационной войны. . Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г. – С.80

Быть живым, умным с нашей точки зрения и означает умение правильно задавать системе вопросы (самому себе и обществу), поиск ответа на которые помогает осмыслить индивидуальность данной живой информационной самообучающейся системы. А так же понимание того насколько я готов понимать, что система является жизненным условиям бытия таких как я людей. Но и насколько сама система (общество) понимает, что её существование обусловлено моим бытием. Точнее и проще – жизнью, таких как я живых информационных самообучающихся систем. Успешная **информационная социализация**, с этой точки зрения, *это такой обмен социально направленными знаниями (информацией) между двумя разновидностями информационных самообучающихся систем по имени Общество и Человек, который приводит к их социально справедливому, то есть приемлемому обеими сторонами, информационному взаимодействию.*

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Объясните своими словами, как вы поняли, что такое «информационная самообучающаяся система» с точки зрения С.Расторгуева?
2. Что такое «входные информационные данные» и как они влияют на процесс информационной социализации?
3. В чем заключается особенность влияния знания как разновидности «входных информационных данных» на процесс информационной социализации и, в конечном итоге, на процесс конструирования жизнедеятельности человека?
4. В чём заключается особенность человечества как «информационной самообучающейся системы»?
5. Охарактеризуйте линейную направленность социального движения-развития (разум), как энергию времени для самоорганизации усилий, прилагаемых самообучающейся информационной системой по имени Человек к определенному порядку своей жизнедеятельности?
6. Охарактеризуйте разновекторную? направленность социального движения-развития (хаос), самообучающейся информационной системой по имени Человек, как желание увидеть, а значить познать причинно-следственные связи жизнедеятельности, которые находятся за гранью его сознания?
10. В чём заключается диалектическая связь в социальной жизнедеятельности человека между линейно и разнонаправленными поисками смысла жизни?
11. Объясните, своими словами пять основных характеристик самообучающейся информационной системы по имени Человек?
12. Охарактеризуйте, следующие задачи, которые, по мнению И.Расторгуева, решает самообучающаяся информационная система по имени Человек в процессе своей жизнедеятельности: создание модели отдельного элемента; определение типологии связей между элементами; определение правил изменения связей при получении данной системой информации; определение правил рождения и гибели элементов системы?
13. Какова роль эмоций (хаоса) в развитии самообучающейся информационной системы по имени Человек?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ К ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ

Все выше рассмотренные нами теоретические положения и примеры означают одно: процесс информационной социализации нельзя сводить только к получению информации, говоря обобщенно, из средств массовых технологических коммуникаций (СМИ, Интернета, телефона и т.п.). Такое упрощенное понимание процесса информационной социализации не только не желательно, но опасно для человеческого сообщества, которое создавалось, развивалось и будет дальше эволюционировать только при условии непосредственного межличностного общения. Кроме того, такое однобокое технократическое понимание информационной социализации, может инициировать рождение в корне неправильных выводов о результатах влияния её на жизнь человека.

Человек, как уже говорилось выше, является важным источником информации. И не только. Он сам является сложной самообучающейся информационной системой, которая формируется под воздействием входящей в его сознание информации (сообщений). Безусловно, эти сообщения видоизменяют систему, но под воздействием человека, т.е. его живой самообразующейся информационной системы, сами подвергаются соответствующему индивидуальному преобразованию. Все технологические производные информации связаны с мыслями, чувствами конкретного человека. И, хотим мы этого или не хотим, по этой причине достаточно субъективны и индивидуальны по различным основаниям: этническим, психофизическим, теологическим и т. п. Именно поэтому человек, преобразующий полученное сообщение, является весьма субъективным источником информации, даже если он сознательно стремится быть как можно объективнее. Объективная точка зрения человека, в силу выше сказанного, категория относительная. Это конечно, с социальной точки зрения, не отменяет необходимости человека стремиться к объективности отображения происходящих событий в своём сознании и, соответственно, впоследствии - во внешнем мире. Но стремление не должно переступать некую грань, за которой следует тотальный отказ от индивидуального прочтения и транслирования информации. Это чуждо живой природе человеческого мышления, особенности его живого природного сознания, как самообразующейся информационной системы.

Чем заканчивается попытка универсализации (массовитизации) сознания человека хорошо известна из истории нашей цивилизации на примере фашизма, коммунизма и тому подобных «измов». Парадоксально, но единство, к которому мысленно так стремится современное человечество, кажется, может быть достигнуто только через многообразие.

Однако, наблюдая за деятельностью технологических средств массовой коммуникаций, приходится признать, что с этим не все согласны. Некоторая часть человечества хорошо понимает, что разобщая людей через создание иллюзии всеобщей коммуникаций посредством технических средств, можно не только симулировать различные общественные настроения (мнения), но и точно воздействовать на психику отдельного человека. И это действительно

одна из важнейших проблем информационной социализации современного человека. Он, в большинстве своём, вырванный из контекста непосредственной межличностной коммуникации работой (профессиональной деятельностью), которая поглощает большинство его времени, по сути, является её рабом, ибо ещё по определению древних греков, свобода человека определяется количеством его досуга. Человек, который большую часть времени «прикован к вёслам галеры», как бы она не называлась – государственной службой, работой на производстве, труд на приусадебном участке и т.п. – раб, зависимый от своего деятельностного кренинизма. Если он дерзнёт бросить вёсла, то, перефразируя слова поэта, его лодка разобьётся о скалу быта. В таких условиях мир от него объективно остаётся закрытым. Единственным «окном» в него, а, точнее, лазейкой, остаётся телевизор, газета, Интернет и тому подобная подмена реальной жизни.

И дело вовсе не в том, как думают, опять-таки упрощённо, некоторые, что человек в этом случае не имеет возможности «поездить по миру». В отпуск или в командировку он один или два раза в год как раз «выбраться в мир может». Он не может гораздо большего – свободно в режиме досуга (достаточного свободного времени) общаться с близкими ему по крови или духу людьми. В этом смысле даже крепостные крестьяне в России были гораздо свободнее многих современных россиян, потому что они сами распоряжались своим временем особенно в осенне-зимний период времени. Люди тотально разобщены в ближайшем сообществе, которое и является фундаментом общественной жизни, о необходимости которой так много и охотно говорят политики. Такое скрытое внешнее социальное одиночество (социальное сиротство), порождает внутреннее психофизическое одиночество – разлад со своим внутренним «Я». Даже при видимом внешнем социальном (у него есть семья) и материальном (он имеет дом, автомобиль и т.п.) благополучии человек хронически одинок, потому что нравственно дезориентирован и для него жизнь утрачивает свою духовную ценность, превращаясь в примитивный биологический процесс.

А чтобы он не сомневался в том, что это так и есть, ему предлагается сомнительная услуга думать за него другим. Тех, кто якобы компетентнее (умнее), образованнее (культурнее), а значит, способных мыслить более глубоко, обоснованно и структурировано. В этом случае оставшемуся большинству (атаминизированной массе) людей, даётся взамен «привилегия простолюдина» думать наспех («на ходу») и оживлять свои чувства посредством вливания в сознание допинга будоражащей информации. Словом, у человека формируется клиповое мышление.

Т.В. Семеновских, базируясь на утверждениях Э.Тюффлера¹⁵¹, определяет этот феномен (и мы согласны с ними!) как *«процесс отражения множества разнообразных свойств объектов, без учета связей между ними, характеризующийся фрагментарностью информационного потока,*

¹⁵¹ «...на личностном уровне нас осаждают и ослепляют противоречивыми и не относящимися к нам фрагментами образного ряда, которые выбивают почву из-под ног наших старых идей, обстреливают нас разорванными, лишенными смысла «клипами», мгновенными кадрами» (Тюффлер, Э. Шок будущего: пер. с англ. – М.: АСТ, 2002. – С.160.)

алогичностью, полной разнородностью поступающей информации, высокой скоростью переключения между частями, фрагментами информации, отсутствием целостной картины восприятия окружающего мира». Учёный утверждает: «Обладатель клипового мышления затрудняется, а подчас не способен анализировать какую-либо ситуацию, ведь её образ не задерживается в мыслях надолго, он почти сразу исчезает, а его место тут же занимает новый. Дело в том, что ввиду фрагментарности подачи информации и разнесению связанных событий по времени, мозг просто не может осознавать и постигать связи между событиями. Формат средств массовой коммуникации заставляет мозг совершать фундаментальную ошибку осмысления - считать события связанными, если они имеют временную близость, а не фактологическую»¹⁵².

На этом основании другой исследователь - К.Г.Фрумкин делает поразительный, неожиданный для многих сторонников технологического развития человеческого мышления, вывод: «Развитие электронных средств коммуникации возвращает человеческое мышление к дотекстовой эпохе, и линейная последовательность знаков перестаёт быть базой культуры»¹⁵³.

Но при этом человек остается человеком: он создаёт из предлагаемых ему средствами массовой коммуникацией «осколков» в своём сознании некую картину, нет, не мира, а ... текущего момента. Такой скоропостижно рождённый «информационный продукт» может храниться недолгое время в оперативной памяти и быстро впоследствии «умирает», то есть в лучшем случае забывается человеком. Потому что подобного рода информация основана на первичных впечатлениях, часто диссонирующих со сложившейся к этому времени системой ценностей и стереотипов. Она ещё «не созрела», не достаточно глубокая и всесторонняя для того чтобы стать частью сознания человека. Но хорошо если она, хотя бы просто вытесняется на периферию его сознания и не актуализуется в его жизнедеятельности. Гораздо хуже, когда этот «информационный продукт» не пройдя сквозь фильтр критического мышления, попадает в подсознание, где начинает разлагаться. Этот процесс уже не может контролироваться сознанием человека. Но ещё хуже то, что он, исподволь, воздействует на его сознание, становится частью культуры мышления человека. Последствия могут оказаться самыми непредсказуемыми: от возникновения у человека психологической зависимости-потребности получать всё новые и новые дозы эмоций, упакованных в яркую информационную упаковку, до совершения бессознательных агрессивных поступков в состоянии парализации сознания человека, которое не в состоянии понять-различить (разучился мыслить!), что происходит в окружающей его социальной среде.

Т.В. Семеновский по этому поводу справедливо замечает: «Клип-культура формирует такие уникальные формы восприятия, как «зеппинг» (англ. zapping, channel zapping — практика переключения каналов телевизора), когда путем

¹⁵² Семёновский Т.В. «Клиповое мышление» — феномен современности [Электронный ресурс] / Оптимальные коммуникации : эпистемический ресурс Академии медиаиндустрии и кафедры теории и практики общественной связанности РГТУ. Naukovedenie.ru / PDK / 105 PVN514. / pdf

¹⁵³ Фрумкин, К.Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста. // Ineternum 2010. – №1. – Режим доступа: http://nounivers.narod.ru/pub/kf_clip.htm от 02.01.2012].

безостановочного переключения каналов телевидения создается новый образ, состоящий из обрывков информации и осколков впечатлений. Этот образ не требует подключения воображения, рефлексии, осмысления, все время происходит «перезагрузка», «обновление» информации, когда всё первоначально увиденное без временного разрыва утрачивает свое значение, устаревает»¹⁵⁴

Такое упрощенное восприятие информации приводит к потере способности «к анализу и выстраиванию длинных логических цепочек, потребление информации приравнивается к поглощению фаст-фуда» (Т.В. Семёновский), человек становится, невнимательным, рассеянным и гиперактивным, точнее, – суетливым. Для него предпочтительнее рассматривание визуальных символов или приравненных к ним «информашек», нежели чтение текстов, требующих серьезной индивидуальной работы разума и сомыслия с автором.

Его мир становится своеобразной «визуальной комнатой». Об этом эффекте Ф.И. Гиренок нам сообщает следующее: «Клиповое сознание не мыслит, а визуализирует мир <...>. Любое мышление требует времени и сосредоточенности на чём-то одном. Нельзя думать и говорить одновременно. Клиповое сознание нас спрашивает: вы хотите думать? Пожалуйста, думайте, но думать – значит быстро думать. Вы хотите понимать? Ради бога. Но понимать – значит быстро понимать, а не танцевать герменевтические церемониальные танцы. Всё, что мешает быстро думать и быстро принимать решение, должно быть оставлено без внимания. Клиповое сознание – это монтаж. Оно не обобщает, а выдумывает.

Быстроте мысли мешает увальень-язык. Клиповое мышление старается избежать встречи с языком, свести к минимуму его присутствие. Поэтому первый признак клипового мышления – это *языковой минимализм*. Мгновенное схватывание сути дела происходит в образе или наглядной схеме. Клиповое мышление интересуется не способ связывания одного суждения с другим, а наглядное изображение мысли в целом.

Другим признаком клипового мышления является *обращение не к опыту, а к воображению*. Опыт закрывает возможность связи с априорными ресурсами мышления. Воображение как раз использует эти ресурсы. Визуальное мышление актуализирует их.

Ведь человек – это девиация, отклонение от тождества. Как назвать того, кто не отличает бытие от мысли о бытии? Сумасшедшим. И первым это, видимо, понял Парменид. Что будет с человеком, если для него съесть банан и подумать о том, чтобы его съесть, одно и то же? Он умрёт. Его забракуют эволюция. Поэтому для человека важно научиться соединять воображаемое и реальное»¹⁵⁵.

¹⁵⁴Семёновский Т.В. «Клиповое мышление» — феномен современности [Электронный ресурс] / Оптимальные коммуникации : эпистемический ресурс Академии медииндустрии и кафедры теории и практики общественной связанности РГТУ. Naukovedenie.ru / PDK / 105 PVN514. / pdf

¹⁵⁵ Гиренок, Ф.И. Метафизика папа (коозызычие усталого человека). – М: Лабиринт, 1995. – 201 с.

Можно соглашаться или не соглашаться с этими достаточно свободными размышлениями исследователя, но одного мы отрицать не в состоянии: информация от кого или через кого бы она не трансформировалась, способна влиять на психофизическое состояние человека. А при длительном и почти насильственном её потреблении через средства массовой коммуникации она неизбежно формирует определённые качественные характеристики его личности, которые, в свою очередь, становятся важными предпосылками формирования, как норм его ежедневного социального поведения, так и смыслообразующих ценностей его бытия в целом. Кто может поспорить с тем, что всё выше сказанное не имеет никакого отношения к социализации?

ГЛАВА II. ЭМПИРИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ ИНФОРМАЦИОННОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ

2.1. Манипулирование сознанием человека в процессе потребления информации как метод изменения условий его информационной социализации

Само слово «манипуляция» восходит к латинскому слову *manus* – рука (*manipulus* – пригоршня, горсть, от *manus* и *ple* – наполнять). В словарях европейских языков слово толкуется как обращение с объектами с определёнными намерениями, целями (например, ручное управление, освидетельствование пациента врачом с помощью рук и т. д.). Имеется в виду, что для таких действий требуется ловкость и сноровка. В технике те приспособления для управления механизмами, которые как бы являются продолжением рук (рычаги, рукоятки), называются манипуляторами.

Отсюда произошло и современное переносное значение слова – ловкое обращение с людьми как с объектами, вещами. Оксфордский словарь английского языка трактует манипуляцию как «акт влияния на людей или управления ими с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление или обработка».

Таким образом, термин «манипуляция» есть метафора и употребляется в переносном смысле: ловкость рук в обращении с вещами перенесена в этой метафоре на ловкое управление людьми. И конечно, это делается уже не руками, а специальными «манипуляторами». Заметим, что с самого начала это понятие ограничивает понимаемый как манипуляция набор способов управления – им обозначается только управление с ловкостью и даже скрытое управление (Кара Мурза)¹⁵⁶.

Исследователь Кара Мурза предлагает выделить следующие элементарные признаки манипуляции:

а) *прикрытие собственных доводов авторитетом известной личности*. Это тот случай, когда как довод в поддержку какого-то чисто идеологического или политического утверждения привлекается авторитет и уважение, завоеванные в совершенно иной, не связанной с этим утверждением сфере;

б) *активизация стереотипизации мышления объекта манипуляции*. Всегда должно вызывать подозрение, если взывающий к нам политик или деятель СМИ настойчиво обращается к нашим стереотипам, будит наше чувство какой-то общности, подчёркивая наше отличие от «них» – других. Стремление отправителя сообщений «стереотипизировать наше поведение», то есть добиться, чтобы мы воспринимали информацию и отвечали на неё в

¹⁵⁶ Кара Мурза. Власть манипуляции. Академический Проект, М.: 2009. - 386 с.

соответствии с нормами поведения определённой общности, – верный признак манипуляции;

в) *некогерентность высказываний*. Это важнейший признак, и он довольно легко выявляется даже интуитивно. Стоит только чуть-чуть быть настороже, как начинаешь ощущать: что-то тут не так. Концы с концами не вяжутся! Этот признак непосредственно связан с элементарным нарушением закона непротиворечия, который, упрощённо говоря, гласит: «Нельзя одновременно что-то утверждать и отрицать». Если в одной фразе проклинают советский строй за то, что пересохло озеро Арал, а в следующей его же проклинают за то, что пытался перебросить часть воды из сибирских рек в озеро Арал, – то, простите, ваши рассуждения некогерентны, и вы нас просто дурите. Или сами уже одурачены манипулятором более высокого ранга. Очень часто некогерентность есть следствие предварительной манипуляции, жертвой которой и стал данный оратор, но это не так уж важно – «вторичные» манипуляторы столь же вредны, хотя вина их идёт по другой статье. Польза «вторичных», однако, в том, что у них некогерентность бывает более выпуклой, более вопиющей, потому что они сами её уже не замечают¹⁵⁷.

Такая трактовка Кара Мурзой содержания понятия «манипуляция» имеет смысл в контексте нашего учебного пособия, в котором достаточно много внимания уделяется различным методам социально-психологического управления вниманием и поведением человека с помощью внедрения в его сознание программирующей информации.

Мы согласны с исследователем, что *«манипулирование это не обман, а особое психическое воздействие, которое «не только побуждает человека, находящегося под таким воздействием, делать то, чего желают другие, оно заставляет его хотеть это сделать» (Е.Л. Доценко). «Отсюда, – заключает Кара Мурза, – становится ясной довольно неприятная сторона дела. Всякая манипуляция сознанием есть взаимодействие. Жертвой манипуляции человек может стать лишь в том случае, если он выступает как её соавтор, соучастник. Только если человек под воздействием полученных сигналов перестраивает свои воззрения, мнения, настроения, цели – и начинает действовать по новой программе, – манипуляция состоялась» (К. Мурза). То есть манипуляция возможна только во время межличностного непосредственного или опосредованного социально-психологического взаимодействия, которое неминуемо сопровождается обменом информацией. А она, в свою очередь, всегда имеет направленный ценностно-образовательный смысл. Люди обмениваются знаниями, идеями-смыслами, и какие из них оказываются привлекательнее, те и начинают определять направленность их деятельности.*

Мы также согласны с учёным, что манипуляция, *во-первых*, вид духовного, психологического воздействия (а не физическое насилие или угроза насилия); *во-вторых*, манипуляция – это скрытое воздействие, факт которого

¹⁵⁷ Кара Мурза. Власть манипуляции. Академический Проект, М.: 2009. – 386 с.

не должен быть замечен объектом манипуляции; *в-третьих*, манипуляция – это воздействие, которое требует значительного мастерства и знаний.

Но всё-таки мы должны оговориться, что манипуляция, с нашей точки зрения, как вид интерактивного взаимодействия всегда присутствовала в межличностном общении (непосредственном обмене информацией между людьми), и не всегда она выполняла и выполняет только деструктивные функции. Всё зависит от целей манипуляции, то есть от цели ослабления субъектности собеседника и перестройки программы его действий. Если она, например, направлена на достижение альтруистских или хотя бы честных деловых целей, на развитие сотрудничества и взаимопонимания, то такое управление вниманием и поведением других людей не только допустимо, но и желательно, конечно, *при условии добровольного частичного отказа человека от своей субъектности*, например, ради сохранения семьи, общества и т. д. Такое «добровольное, совместное перепрограммирование» повсеместно присутствует в частной, общественной и деловой жизни человека.

Если же целью манипуляции является достижение собственной выгоды с помощью скрытого или явного использования других людей в ущерб их интересам – это уже совсем другая история. К сожалению, именно последнее активно осуществляется в информационном обществе, например, в процессе информационных войн, когда через эмоционально-волевую сферу человека, с помощью различных видов информационного оружия осуществляется проникновение в создание человека с целью его перепрограммирования, а в случае невозможности – уничтожения. Это происходит в нашей жизни так часто, что само понятие «манипуляция» оказалось окончательно дискредитировано в наших глазах и отныне употребляется больше как негативная оценка информационного взаимодействия.

Хотя уважаемый нами философ и учёный С.П. Расторгуев считает, что «сознание – доминирующий информационный процесс самообучающейся системы мои наблюдаемая системой в текущий момент цепочка собственных выполняемых программ», всё-таки человек рождается не с «чистым сознанием». В него уже природой заложена определённая программа действий, насколько она подробна и может или не может она быть синонимом понятию «судьба», – это точно науке неизвестно. Но то, что человек сам по себе, как биологическое существо, является на генетическом уровне хранилищем определённой информации, кажется, уже ни у кого не вызывает сомнения¹⁵⁸.

¹⁵⁸ В основе генетики – науки о законах и механизмах наследственности и изменчивости – лежат знания о ДНК (деоксирибонуклеиновой кислоте), входящей в состав хромосом, полный набор которых, в свою очередь, и составляет геном. Расшифровка структуры ДНК в 1953 г. стала триумфальным моментом в истории науки и гигантским интеллектуальным достижением. В 2001 г. международное сообщество учёных расшифровало геном человека, составив подробную карту генов. Это событие стало началом новой биологической эры. Генетика – чрезвычайно загадочная наука. Чем больше она изучается, тем таинственнее становится. Стремительно развиваясь, за какие-то пару веков генетика прошла длинный путь от осторожного принятия законов наследственности к расшифровке человеческого генома. И количество научных работ и гипотез в этой области продолжает расти.

То есть сознание – не белый лист бумаги, на котором социум (семья, общество, государство) «напишет» совершенно нового человека. Слишком много случайностей должно произойти в жизни человека, чтобы «равноденствие» между генетическим кодом человека и складывающейся социальной программой его бытия (совокупностью конкретно-содержательных идей) не превратилось в трагическое противостояние.

Сознание человека может работать в двух интеллектуальных режимах: отвлечённом при решении теоретических задач, которые пока прямо не востребовано в его жизни; и предметном для решения конкретных прикладных сиюминутных проблем, которые постоянно возникают в его жизнедеятельности.

Когда мы мыслим отвлечённо, наше сознание более ориентировано на интуицию, ассоциативное мышление (подсознание) и художественно-образное мышление (воображение), которое в процессе упорядочивается (структурируется) рациональным мышлением. А когда мы мыслим конкретно, предметно, то нашему рациональному (логическому) мышлению придаются подсознанием и воображением чувственные импульсы, позволяющие найти нестандартные (творческие) решения прикладных задач.

Это естественные творческие свойства нашего сознания. Искусственное разделение их приводит к ущербности мышления, которая при видимой его правильности в любом виде деятельности человека (искусство, экономика, образование и т. п.) приводит к созданию посредственных по содержанию материальных или иных объектов.

Исходя из вышесказанного, мы можем предположить, что *сознание* – акт творческого восприятия разумом человека окружающей его действительности с целью её преобразования. При этом надо помнить о двух обстоятельствах:

– *во-первых*, человек является равнозначной и равноправной частью этой действительности. То есть, прообразовывая действительность, он неизбежно преобразовывает себя;

– *во-вторых*, «преобразовывать» не значит переделывать, рушить, словом, производить насилие чего-то над чем-то во имя достижения каких-либо временных целей для удовлетворения своих квазипотребностей. «Преобразовывать» – это значит придавать образность чему-либо, делать это что-то лучше, развивая, не нарушая в целом сложившийся порядок вещей¹⁵⁹.

Исходя из вышесказанного, манипулировать сознанием – это значит воздействовать на человека с целью изменения его психофизического состояния, социальной направленности его деятельности (т. е. ценностей и норм поведения) и посредством этого – добиваться развития, деконструкции или реконструкции окружающего его природного и (или) искусственного (социального), создаваемого им мира.

С точки зрения С.П. Расторгуева, это означает перепрограммирование сознания человека извне, который, по его мнению, является информационной

¹⁵⁹Гордин А.И. Искусство мыслить: учеб.-метод. пособие: авт.- сост. А.И. Гордин. – Иркутск: Изд-во ФГБОУ ВПО «ВСГАО», 2014. – 312 с.

самообучающейся системой¹⁶⁰. Такое перепрограммирование неизбежно меняет ценности в деятельности человека, а значит, и условия социализации. В интересующем нас контексте – это изменение условий сбора, обработки, формирования и транслирования информации. А также наделения её новыми социокультурными смыслами, которые через информационное взаимодействие человека с многообразным окружающим миром в обязательном порядке будут в лучшем случае его преобразовывать. В «лучшем случае» потому, что если такого рода перепрограммирование будет происходить сознательно, т. е. осмысленно, с учётом желаний и возможностей человека – результат изменений будет позитивным (конструктивным). Если же это социально-психологическое воздействие будет проводиться через подсознание, минуя критическое мышление человека, скорее всего, результат будет негативным (деструктивным). Прежде всего, для него самого, вследствие осуществляемого по отношению к нему скрытого или явного информационного насилия.

Манипулирование сознанием человека с целью изменения условий его социализации напрямую связано с феноменом информационной социализации. Почему? – Согласно рассмотренным нами в первой главе данного учебного пособия теоретическим положениям информационное взаимодействие человека основано на обмене социальными смыслами. С помощью такого рода общения формируется информационно-ценностное пространство, которое определяет направленность жизнедеятельности сообщества людей, находящихся под его воздействием.

Манипулирование, как внешнее управление социальным поведением человека, осуществляется в индивидуальных, групповых и массовых (внеколлективных) формах непосредственного и опосредованного общения¹⁶¹. Все известные на сегодняшний день формы опосредованного общения (рукописные, печатные, аудиовизуальные сообщения-тексты) исторически происходят из опыта непосредственного межличностного общения. Этот опыт и сегодня остаётся очень важным в процессе информационной социализации. Хотя, разумеется, с развитием информационного общества в социализации человека усиливается роль информации, которую он получает опосредованно. Это не означает, что из такого рода информационного взаимодействия исключается человек. Ведь самым первым опытом опосредованного получения информации было, да и остаётся в определённом смысле до сих пор, получение её не из «первых уст», а опосредовано, через другого человека, который выступает одновременно не только в роли коммуникатора, но и «живого ретранслятора». Народ по-разному, с определённой долей юмора, называет этот эффект то «сарафанным радио», то «испорченным телефоном».

¹⁶⁰ Расторгуев С.П. Философия информационной войны. Научное издание. Издательство: Вузовская книга, МПС. – 2003 г

¹⁶¹ Напоминаем, что общение, в контексте нашего исследования, мыслится как ведущая форма поиска, сбора, формирования и транслирования информации.

Всё это указывает на то, что важнейшим элементом информационной социализации остаётся опыт непосредственного межличностного общения, и, соответственно, все формы и методы манипуляции имеют его социально-психологическую природу. Всё их многообразие основано на приёмах социально-психологического управления сознанием человека: *заражение, внушение, подражание и убеждение*. Мы об этих феноменах уже неоднократно упоминали в нашем пособии. Рассмотрим их чуть подробнее.

Заражение – бессознательная подверженность индивидов определённым психическим состояниям. Оно проявляется не через осознанное принятие информации или образцов поведения, а через передачу определённого эмоционального состояния или психического настроя. В такой ситуации личность действует без ощущения контроля над ситуацией. Индивид просто бессознательно усваивает образцы чьего-то поведения и «заражается» его психологическим настроем, состоянием¹⁶².

Во время социального взаимодействия, основанного на обмене информацией, партнёры способны заражать друг друга энтузиазмом в виде познавательной активности, направленной на решение тех или иных задач. В эпицентре такого социально-психологического заражения, как правило, находится личность или группа личностей, которые инициируют социально-психологическую активность. Эффекты такой активности могут быть разными: от паники до трудового энтузиазма.

Внушение представляет собой особый вид целенаправленного, неаргументированного социально-психологического воздействия одного человека на другого или группу. При внушении осуществляется процесс передачи информации, основанный на её некритическом восприятии. Во время внушения коммуникатор и реципиент выполняют различные социальные роли, на основе чего и содержание транслируемой информации ими воспринимается неоднозначно, а также сам механизм передачи её и восприятия специфичен.

Предполагается, что человек, принимающий информацию, в случае внушения не способен на критическую оценку её содержания. А человек, выступающий в роли коммуникатора, определяет формы и методы воздействия на человека, оценивает свои и его действия во время процесса, приходит к определённым выводам после его окончания¹⁶³.

Чтобы лучше представить себе механизм воздействия внушения проведём сравнительный анализ понятий «заражение – внушение». При заражении большое количество людей одновременно подвержено равному психологическому воздействию, во время внушения коммуникатор не испытывает то же психологическое состояние, что и «внушаемый». Во время заражения происходит спонтанная тонизация социальной группы, а во время внушения это хорошо продуманный, целенаправленный, подготовленный коммуникатором процесс, т. е. налицо неспонтанная тонизация группы. Во

¹⁶² Данилова Н.И. Эмоциональные состояния: механизмы и диагностика. – М., 1985.

¹⁶³ Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 1980.

время заражения возможны все виды коммуникации (вербальные и невербальные), а во время внушения преобладает её вербальный характер¹⁶⁴.

Так же как и в случае с заражением, внушение может приводить как позитивным, так и негативным результатам. Например, оно может быть терапевтическим (успокаивающим), а может – дестабилизирующим психофизическое состояние (внушение страха, неприязни, вражды и т. п.).

Подражание как способ социально-психологического воздействия – это не простое принятие поведения другого человека или массовых психологических состояний, а воспроизведение индивидом образцов демонстрируемого поведения¹⁶⁵.

В данном учебном пособии нас интересует подражание, прежде всего, в связи с тем, что именно оно активно влияет на формирование групповых норм и ценностей поведения. Увы, эти ценности и нормы также могут быть различными. Но именно они во многом объясняют успех или неуспех социализации человека в каждой конкретной группе, будь это преступное или коллективно-творческое сообщество.

Подражание одному человеку другому способствует созданию устойчивого ценностно-смыслового поля. Подражание как социально-психологический приём наиболее распространено у детей вплоть до старшего подросткового возраста: подражая взрослым или своим сверстникам, они через образцы поведения осваивают «науку» социального взаимодействия. Подражание у взрослого человека имеет место, как правило, в тех случаях, когда отсутствует возможность применить какой-нибудь иной способ овладения неизвестными навыками или профессиональными действиями, когда затруднены способы передачи знаний.

Механизм подражания у взрослых гораздо сложнее, так как «натывается» на ту или иную степень критичности. Воздействие теряет однонаправленность, возникает обратное воздействие¹⁶⁶.

Убеждение как способ воздействия на партнёра информационного взаимодействия также интенсивно влияет на его поведение и процесс формирования мировоззрения личности. Понятие «убеждение» имеет ряд различных смысловых значений.

Есть основание говорить об убеждении как специфическом элементе системы представлений и взглядов человека, неотделимых от всего его жизненного опыта и побуждений к деятельности. При интерпретации содержания понятия «убеждение» также принято говорить об этом способе социально-психологического воздействия, как о процессе освоения человеком внешнего мира, предполагающем качественное изменение исходных установок под влиянием жизненного опыта и идейного (ценностного) воздействия извне.

¹⁶⁴ Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПб ГУП, 2003. – 616 с.

¹⁶⁵ Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 1980.

¹⁶⁶ Берн Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1988.

И третье смысловое значение – это рассмотрение убеждения как способа сознательного и организованного воздействия на психику индивида извне¹⁶⁷.

Как и внушение, убеждение в качестве способа социально-психологического воздействия используется для того, чтобы превратить сообщаемую индивиду или группе лиц информацию в систему установок и принципов социальной деятельности личности.

Но, если внушение не нуждается в доказательствах и логике, то для убеждения необходимы логические основания транслируемой информации. Внушением добиваются простого принятия информации на эмоциональном уровне. Социально-психологическая установка «внушение» основана на готовом выводе со стороны того кто выступает в роли субъекта по отношению к объекту внушения. Во время убеждения, напротив, вывод собеседником должен быть сделан самостоятельно. Внушение – это эмоционально-волевое, а убеждение – интеллектуальное действие.

Для эффективного убеждения необходим определённый уровень критического мышления как у человека, который убеждает, так и у человека, который выступает в качестве объекта убеждения.

Но из этого вовсе не следует, что в процессе формирования убеждений человека или в самом акте убеждающего воздействия отсутствуют элементы неосознанного. Ещё древним грекам было известно, что убеждение людей может осуществляться не только с помощью логических доказательств истинности нового знания, но и путём внушения.

Степень эффективности убеждающего воздействия в определённой мере зависит от степени заинтересованности в этом человека, на которого направлено данное воздействие.

«Внешняя власть, – писал в этой связи Л. Фейербах, – предполагает, стало быть, внутреннюю психическую власть, эгоистический мотив и интерес, без которого она для меня ничто, не проявляет надо мной власти, не внушает мне чувства зависимости. Зависимость от другого существа есть в действительности только зависимость от моего собственного существа, от моих собственных влечений, желаний и интересов»¹⁶⁸.

Важнейшим признаком предрасположенности индивида к убеждающему воздействию является наличие заинтересованности в получении соответствующей информации, потребность в осмыслении волнующей проблемы. Относительность границ между убеждением и внушением, между высокой и низкой степенями активности индивида в процессе переработки поступающей извне информации обнаруживается и в самом результате этих воздействий. Одним из них является убеждение как элемент высокой степени активности взглядов и представлений человека, неразрывно связанных с его эмоциональной сферой и побуждениями к действию.

Если результатом внушения является преимущественно автоматическое, не всегда сознательное поведение как непосредственная реакция на внешнее

¹⁶⁷ Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПб ГУП, 2003. – :616 с.

¹⁶⁸ Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУП, 2003. – С.442.

воздействие, то результатом убеждения со временем также может стать даже бессознательное поведение.

Но привычность и бессознательность поведения под влиянием убеждения могут стать лишь результатом полного слияния взглядов и представлений человека, выступающих в качестве убеждений, с его чувствами и волей.

А достигается это постепенно, по мере слияния убеждений с другими важнейшими компонентами структуры личности. Процесс слияния или перерастания убеждений в побуждения личности является одновременно и высшим критерием прочности и действенности сформировавшихся убеждений.

«Убеждение и сознание только тогда и можно считать истинным, – писал Н.А. Добролюбов, – когда оно проникло внутрь человека, слилось с его чувствами и волею, присутствует в нём постоянно, даже бессознательно, когда он вовсе о том и не думает»¹⁶⁹.

В этом смысле о закономерности перехода от стадии сознательного убеждения к убеждению-побуждению, переходящему в бессознательную привычку, говорил А.С. Макаренко: «Настоящая широкая этическая норма становится действительной только тогда, когда её «сознательный» период переходит в период общего опыта, традиции, привычки, когда эта норма начинает действовать быстро и точно, подержанная сложившимся общественным мнением и общественным вкусом»¹⁷⁰.

Из специфики убеждения как структурного компонента личности, сочетающего в себе элементы сознательного и бессознательного, вытекает и необходимость учёта природы убеждения при его совершенствовании в уже «образовательное воздействие». Сложность и многогранность процесса такого убеждающего «образовательного воздействия» предполагает управление как рациональной, так эмоциональной сферами личности. Причём, активная позиция убеждающего и убеждаемого нередко «порождается» в процессе диалога в явную или скрытую дискуссию.

По мнению Б. Парыгина, «для того чтобы убеждение как метод воздействия было наиболее эффективным, оно должно отвечать целому ряду основных требований:

- Содержание и форма убеждения должны отвечать уровню возрастного развития личности.

- Убеждение должно строиться с учётом индивидуальных особенностей человека.

- При всех условиях убеждение должно быть последовательным, логичным, максимально доказательным.

- Убеждения должны содержать как обобщённые положения (принципы, правила), так и конкретные факты, примеры.

- При убеждении часто бывает необходимым анализировать факты поведения, которые одинаково известны собеседникам. Это даёт возможность

¹⁶⁹ Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУП, 2003. – С.443.

¹⁷⁰ Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУП, 2003. – С.443.

избегать сомнений как в истинности самого факта, так и в характере общего вывода.

– Убеждая других, человек должен сам глубоко верить в то, что он сообщает (А.В. Ковалева)¹⁷¹.

Включая в себя, с одной стороны, систему рассуждений и доказательств, а с другой, средства эмоциональной выразительности, действующие заразительно на собеседника, убеждение не сводится ни к одной из названных сторон.

Поэтому убеждение как способ социально-психологического воздействия нужно отличать как от системы формально логических доказательств и морализирования, так и от способов простого заражения или возбуждения психического состояния окружающих¹⁷².

Формы и методы манипулирования сознанием человека в процессе передачи информации от человека к человеку настолько многообразны, что простое их перечисление вряд ли возможно. Их название, цели и задачи во многом зависят от сферы деятельности, от особенностей понимания их и интерпретации конкретного человека. В нашем учебном пособии мы уже частично останавливались на методах манипуляции во время непосредственного межличностного общения в параграфах 1.4.-1.7.

В описании эмпирического опыта непосредственного и опосредованного межличностного информационного взаимодействия мы остановимся подробнее на особенностях общения с помощью средств массовой коммуникации (СМК) и Интернета как одних из самых важных агентов социализации личности в современном информационном обществе.

Исследователь М.В. Харитонов считает, что «социально-психологическое общение посредством СМК имеет следующие особенности:

- общение массовое;
- общение чаще диахронное (разновременное, когда материал готовится задолго до эфира и воспроизводится в записи), чем синхронное (репортаж, прямой эфир);
- общение одностороннее, от СМК к аудитории, хотя и делаются попытки сделать его двусторонним с помощью интерактивных передач и открытия сайтов радио и телекомпаний в сети Интернет;
- общение опосредованное техническими средствами (газетная полоса, телеэфир, радиоэфир).

Ещё одна особенность общения вообще и, в частности, посредством СМК – необходимость учитывать ряд эффектов, выявленных в межличностном и внутригрупповом общении. Речь идёт, прежде всего, об эффектах Коллинса, Циллиха, Бодалева, Келли, Клапареда, а также эффектах «стереотипизации», «первичности», «новизны», «ореола». Все эти эффекты так или иначе связаны с областью социальной перцепции и, в частности, с феноменом аттракции.

¹⁷¹ Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПб ГУП, 2003. – С.443.

¹⁷² Гордина О.В., Гордин А.И. Информальное и неформальное образование взрослых: вопросы теории и практики: Монография. – Иркутск: изд-во ВСГАО, 2010. – 184 с.

Социальная перцепция понимается в этом случае как зависимость процесса целостного восприятия индивидом социальных объектов от его прошлого опыта, его целей, намерений, значимости ситуации. Аттракция определяется как понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого»¹⁷³

Эффект Коллинса. Коллинс экспериментально установил, что при восприятии коммуникатора реципиенты делятся на две группы. Люди из первой группы ориентируются на внешние стимулы, идущие от коммуникатора, не ищут скрытых мотивов в его поведении, мало приписывают ему подобные мотивы и редко ошибаются при оценке партнёра по общению. Члены второй группы, напротив, игнорируют открыто идущие от коммуникатора стимулы, постоянно ищут скрытые мотивы его поведения. Соответственно, область приписывания тут очень велика, как и вероятность ошибки. Смягчение последствий эффекта Коллинса достигается через синхронизированную работу вербального и невербального поведения коммуникатора. Журналист, который транслирует информацию, учитывая эту особенность эффекта Коллинса, стремится, чтобы, образно говоря, «форма всегда соответствовала содержанию». Например, у пишущих журналистов это означает уметь сделать материал одновременно интересным, запоминающимся, понятным и социально полезным. Для тележурналиста, кроме этого, ещё важно, чтобы визуальное восприятие его было синхронным тому, что он говорит, то есть вербальный текст должен быть своеобразным продолжением и одновременно подтверждением его визуального образа.

Эффект Келли также был выявлен экспериментально. Келли разделил группу испытуемых на две подгруппы. Первой из них было поручено выполнять некоторое экспериментальное задание, а второй – наблюдать за процессом. Хитрость эксперимента заключалась в том, что задание было принципиально невыполнимым. Примерно через два часа, когда обнаруживался явный неуспех исполнителей, эксперимент входил во вторую фазу – фазу поиска виноватых в том, что задание оказалось невыполненным. И тут ярко проявлялись различия между подгруппами. Для «наблюдателей» вина целиком и полностью лежала на «исполнителях». Те же, в свою очередь, склонны были искать причину неудачи в инструменте, материалах, в условиях задачи, в экспериментаторе, но только не в самих себе. Важнейшим следствием этого эксперимента будет понимание простого факта, что одно и то же событие оценивается разными способами, в зависимости от социальной позиции индивида: снаружи или внутри ситуации.

Так, например, «пробуксовка» реформ российского образования 90-х – начала 2000-х годов совершенно по-разному оценивается российским обществом (внешним кругом наблюдателей) и непосредственно исполнителями – профессиональным сообществом. Внешние наблюдатели в неудачах обвиняют учителей, профессорско-преподавательский состав, а те, в свою

¹⁷³ Харитонов М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях – СПб.: Речь, 2008. – С.49.

очередь, в неконструктивных действиях Министерство образования, российское правительство, которые не учитывают особенности национального менталитета, традиций российского образования и финансируют его по остаточному принципу.

Два эффекта А. Бодалева. Первый из них широко известен. Речь идёт об эксперименте, в котором Бодалев предъявлял одну и ту же фотографию мужчины двум подгруппам студентов. При этом первой подгруппе сообщалось, что на фотографии изображён известный учёный, а второй – крупный преступник. После чего обеим подгруппам ставилась задача – описать внешность человека на фотографии. Заданные в начале социальной перцепции социально-психологические установки незамедлительно начинали воздействие: одни и те же детали портрета участники эксперимента описывали по-разному. Образно говоря, первая группа описывала внешность гения, а вторая – внешность демонической личности.

Второй из эффектов Бодалева известен меньше. Во время эксперимента Бодалев предъявлял одного и того же человека группе студентов в ситуации до экзамена и в ситуации после экзамена. Время экспозиции в обоих случаях было одинаковым – три минуты. Ставилась задача: запомнить его внешность. В ситуации «до экзамена» запоминалось крайне мало черт внешности, одна-две, не более. В ситуации «после экзамена» студенты не только запоминали внешность человека, но и делали попытки построить его психологический портрет. Основной смысл этого эффекта заключается в том, что предстоящая трудная деятельность суживает поле перцепции, заставляя индивида сосредоточиться на наиболее важных задачах.

Эффект Циллиха впервые выявлен в конце 1920-х годов. Были набраны две группы школьников, примерно одинакового уровня успеваемости. Первая группа состояла из школьников, внешность которых соответствовала эталонам красоты в данной культуре. Во вторую группу входили обычные дети. Выяснилось, что учителя имели ярко выраженную тенденцию завышать оценки красивым детям, рационализируя их неудачи. Это выражалось в вербальных формулах: «Ты сегодня не вполне здоров, но материал ты знаешь» и т. п. А с обычных детей всегда спрашивали «по всей строгости». Аналогичный эффект был получен в 1970-х годах в экспериментах Э. Аронсона на аттракцию. Мы склонны прощать красивым людям их ошибки и оцениваем их способности выше.

Учёт закономерностей эффекта Циллиха крайне необходим, например, при подборе ведущих, дикторов, комментаторов на телевидении. Ведь любые сомнения в социальной ситуации чаще трактуются в пользу красивых людей.

Эффект Кланаредда заключается в том, что наилучшего результата при воздействии на аудиторию достигает тот коммуникатор, чья форма подачи информации совпадает с установками аудитории именно на форму. Хороший пример использования особенностей этого эффекта продемонстрировала служба общественных связей петербургского ГАИ-ГИБДД. На рубеже 2003-2004-х годов в городе возросло количество дорожно-транспортных происшествий с участием пожилых людей и стариков. Для решения проблемы

руководство городской дорожной милиции обратилось с письмом к митрополиту Санкт-Петербургскому и Ладожскому Владимиру. В письме содержалась просьба включить в Рождественские и Крещенские Проповеди призывы к более аккуратному и внимательному поведению на дорогах. Когда их просьба была выполнена, не только уменьшилось количество дорожно-транспортных происшествий с участием пожилых людей и стариков, но и в целом их стало меньше.

*Эффект стереотипизации*¹⁷⁴. Напоминаем, что он представляет собой процесс приписывания сходных характеристик всем представителям какой-либо социальной группы или общности, имеющим сходные индивидуальные признаки без достаточного осознания возможных различий между ними. Активно используется в рекламе. Исследователь М.В. Харитонов в своём учебном пособии «Реклама и PR в массовых коммуникациях» предлагает классификацию данного эффекта, которая может быть принята за основу определения их разновидностей.

1. Индивидуально-личностные стереотипы: «роковая женщина», «слабый пол», «сильный мужчина» и т. п. широко представлены, например, в рекламе типа «Брук Бонд». «Роковая женщина» – в рекламе парфюмерии и т. п.

2. Семейные стереотипы: «заботливая бабушка», «хорошая тёща» и др. Они хорошо прослеживаются, например, в рекламе молочных продуктов «Домик в деревне».

3. Производственные стереотипы: «настоящий рабочий», «типичный банкир» и др.

4. Социальные стереотипы: «богач», «бедняк», «студент» и др.

5. Государственные стереотипы: «Франция – страна высокой моды», «Япония – родина бытовой электроники».

6. Национальные стереотипы: «англичанин – настоящий джентльмен», «трудолюбивый немец» и др.

7. Глобальные стереотипы: «эпоха индустриального труда», «компьютерная революция», «информационное сообщество» и др.

Эффект новизны. Этот социально-психологический эффект в контексте информационной войны используется как приём закрепления в сознании человека определённой информации с помощью её неожиданного, нового прочтения. Именно на особенностях этого эффекта строятся «войны компроматов», приёмы «чёрного пиара», столь характерные в периоды выборов. Исключительно на последней неделе избирательной кампании почти каждый из кандидатов на должность готов сообщить о своих конкурентах нечто такое, что способно отвлечь от них избирателей. Сложился даже устойчивый список наиболее действенных обвинений, которые традиционно оказываются эффективными.

¹⁷⁴ Подробно с позиции социальной психологии эффекты стереотипизации, новизны, первичности и ореола были нами рассмотрены в п.1.4. В данном параграфе мы предлагаем их интерпретацию с позиции специалистов, работающих в СМИ.

Эффект первичности. Заключается в том, что при знакомстве с новым социальным объектом лучше всего запоминается первая информация о нём, на основе которой и строится наше впечатление. Поэтому важно первым прийти в информационное пространство со своей оценкой социального объекта. В рекламе и в работе с общественностью очень часто выигрывает тот, кто начинает первым. Первоначально предъявленная информация создаёт очаг возбуждения в головном мозге реципиента. А любая последующая информация, согласно принципу доминанты, будет лишь усиливать уже имеющийся очаг возбуждения, а не создавать новый. Закономерности этого эффекта используются, например, специалистами по связям с общественностью и менеджерами по рекламе при первой презентации продукта, фирмы, политической партии, кандидата на выборную должность и т. д.

Учитывать этот эффект также важно, собираясь на собеседование к потенциальному работодателю: ваша речь, одежда, манера поведения должны произвести необходимое впечатление, которое соответствует ценностям и нормам поведения того учреждения, организации или производства, где бы вы хотели работать. Этот эффект широко распространён в практике социального взаимодействия, важность его закреплена в народной пословице (точнее, в её начале): «Встречают человека по одежке...».

Эффект ореола понимается как распространение в условиях дефицита информации о человеке общего оценочного впечатления (социально-психологической установки) о нём на восприятие его поступков и личностных качеств. Ореол может быть позитивным и негативным. Простые примеры эффекта ореола, имеющего большое значение в социализации человека: письменная характеристика человека, автопредставление человека в виде резюме, заочная вербальная презентация человека, например, знакомым, коллегам по работе.

В СМИ «эффект ореола» – грозное информационное оружие, способное создать любой необходимый образ публичного человека, с которым лично не знакомы миллионы людей, и они вынуждены судить о нём только по «рассказам» газет, радио, телевидения и Интернета. Например, благодаря этому приёму манипуляции образ президента России В. Путина большинством западных СМИ демонизируется, а большинством российских СМИ героизируется.

Разумеется, что список рассмотренных нами эффектов межличностного социального взаимодействия может быть продолжен, но для данного учебного пособия мы считаем его достаточным.

Используя вышеназванные приёмы социально-психологического воздействия (заражение, внушение, подражание и убеждение), а также разнообразные эффекты межличностного непосредственного и опосредованного общения, можно «успешно» воздействовать на сознание человека, а через него руководить его деятельностью.

Для этого существуют сотни методов, которые многократно описаны. Эти описания в виде научных статей, книг, которые, в том числе, можно найти в электронных библиотеках, сегодня широко доступны благодаря Интернету.

В нашем учебном пособии мы выборочно остановимся на некоторых из них, понимая, что и сами, говоря словами Ф.А. Смирнова, объективно находимся в рамках «информационного порабощения»¹⁷⁵.

Общеизвестны основные способы поражения и разрушения сознания:

- 1) *физическое поражение нейро-мозгового субстрата*, снижающее уровень функционирования сознания;
- 2) *понижение уровня организации информационно-коммуникативной среды* на основе её дезинтеграции и примитивизации, в которой функционирует и «живёт» сознание;
- 3) *окультурное воздействие на организацию сознания* на основе направленной передачи мыслеформ субъекту поражения;
- 4) *специальная организация и распространение* по каналам коммуникации образов и текстов, которые разрушают работу сознания (условно может быть обозначено как психотропное оружие);
- 5) *разрушение способов и форм идентификации личности* по отношению к фиксированным общностям, приводящее к смене форм самоопределения и к деперсонализации¹⁷⁶.

Принято считать, что все эти способы ярко представлены в пропаганде и в зеркальном её отражении – контрпропаганде. Они бывают скрытыми и явными. Ниже мы остановимся на содержании разновидностей некоторых из них.

Сущность пропаганды и контрпропаганды (далее эти две противодействующие друг другу стратегии мы будем называть – контрпропагандой – прим. автора) заключается в том, что это самое высокотехнологическое информационное оружие. Оно в принципе может быть созидательным, например, для сплочения, самообороны общества и индивида. Но чаще в современной практике используется для разрушения общества через разрушения индивидуального и массового сознания человека. Это оружие, способное разрушить любой идеологический комплекс, любой социальный институт, превратив голову человека в набитый информационной трухой чан, который можно при необходимости быстро набить каким-нибудь примитивно-первобытным мифом.

Каковы же основные принципы и стратегии контрпропаганды?

¹⁷⁵ Известный немецкий философ Мартин Хайдеггер в своей книге «Что зовется мышлением?» проводит мысль, согласно которой «мы ещё не мыслим», так как находимся в круговороте понятий и образов чужих словесных форм и все наши «собственные» мысли являются лишь их пересказом, пусть и «тщательно пережеванным» (Ф.А. Смирнов «Четыре ступени познания и возможность манипуляции сознанием»).

¹⁷⁶ Расторгуев С.П. Философия информационной войны. Научное издание. Издательство: Вузовская книга, МПС. – 2003 г

Первый принцип – поражение или нейтрализация целевой аудитории (дивергентной группы), которая состоит из людей, являющихся активными носителями или генераторами идей.

Этот принцип учитывает то обстоятельство, что для распространения информации обычно активно используется закон двухступенчатого её распространения. Согласно этому закону информация распространяется через лидеров мнения. То есть необязательно, чтобы большое количество людей читало, слушало, смотрело информацию. Её содержание будет доставляться (доводится в необходимой эмоциональной упаковке) в более доверительной форме межличностного общения до респондентов специальными авторитетными в своих социальных группах лидерами, к мнению которых прислушиваются их рядовые члены. Соответственно, чтобы разрушить или нанести значительный ущерб коммуникативному процессу, достаточно нейтрализовать лидеров мнения.

Второй принцип: для субъектов этих групп создаются такие условия, в которых крайне затруднён процесс эволюции каких-либо устойчивых идей и отсутствует какой-либо конструктивный обмен идеями между субъектами группы и особенно между субъектами группы и представителями внешних групп. По сути, это элемент информационной изоляции.

Этот принцип реализуется через изоляцию указанных групп от мейнстримовых информационных потоков, с тем чтобы степень их идейного влияния на общество была минимальной. Ситуация здесь аналогична тому, как если бы руководство химического завода, на котором из-за аварии произошли вредные выбросы, старалось не допустить попадания этих выбросов в реку. В нашем случае с целью уменьшения выбросов вредных идей дивергентные группы маргинализируются, а генерируемые ими идеи вытесняются в андеграунд, где они безопасны и не приносят ощутимого вреда.

Разрушение нежелательных информационных сущностей и их сокрытие от целевой аудитории делается тремя основными способами:

1. Цензура. Например, этот тип контрпропаганды и сегодня осуществляют главные редакторы СМИ, отбирающие только удобные для владельцев данного СМИ новости и дающие слово только тем, кто говорит о выгодных этим владельцам вещах.

2. Прямая контрпропаганда. В «демократическом» обществе прямая цензура не может использоваться «на всю катушку», а значит, не эффективна. Поэтому для борьбы с нежелательными идеями используется непосредственная (классическая) контрпропаганда, которая заключается в густом смешивании некоторых идей с разнообразными социально-экономическими нечистотами, которые всегда присутствуют в любом обществе. Эффект непосредственной контрпропаганды основан на том, что если человек говорит, а в него летят куски «человеческих нечистот», то вникать в его идеи будет непросто, да и мало кто захочет это делать.

3. Неявная контрпропаганда. В отличие от прямой контрпропаганды и цензуры она направлена не на само сообщение, содержащее, по мнению атакующей стороны, вредную идею, а на то, чтобы потребитель не смог эту

идею из сообщения извлечь. Спектр инструментальных средств неявной контрпропаганды чрезвычайно широк, а достигаемый при грамотном сочетании различных инструментов эффект многократно превосходит результаты, получаемые только за счёт прямых методов. Наиболее распространённым примером неявной контрпропаганды может служить управление вниманием аудитории, которая часто «пропускает мимо ушей» то или иное сообщение, отвлекаясь на другие, менее важные, но, тем не менее, активно обсуждаемые темы. Высший пилотаж – манипуляция дискурсом, когда публика вообще теряет способность понимать определённые вещи. Это достигается путём внедрения ей в сознание такого логико-лингвистического аппарата, в котором данные вещи просто нельзя выразить, а через это и воспринять. Но об этом чуть позже, а пока рассмотрим основные достоинства и недостатки перечисленных типов контрпропаганды.

Американский политолог и философ, профессор Массачусетского технологического института Ноам Хомский считает, что приёмы манипуляции сознанием носят универсальный характер: они одни и те же как для Америки и России, так и для других стран.

Хомский составил список способов манипулирования человеческим сознанием с помощью средств массовой информации, который в нашем пособии мы несколько расширим некоторыми приёмами явной и неявной пропаганды и контрпропаганды.

1. Изоляция нежелательной информации

Блокада. Как это ни странно, но наиболее простым способом пресечения «вражеской» пропаганды является её игнорирование. Этого можно достичь, изолировав источник информации от публики, а если отдельные частицы пропаганды всё же «дорвались» до эфира, то просто «замаяв» тему, сделав вид, что её не существует. В результате таких действий пропаганда, скорее всего, будет свёрнута, ибо психологически очень сложно что-либо говорить, когда тебя никто не слушает. Недостаток данного способа состоит в том, что он хорошо работает до тех пор, пока нейтрализуемая пропаганда не стала предметом внимания общественности.

Слепое отрицание аргументов. Это разновидность изоляции информации через слепое отрицание любых аргументов. Если замолчать тему не удалось и пришлось вступить в дискуссию с оппонентом, то один из самых простых приёмов разрушения его идей состоит в «слепом», т. е. бездоказательном отрицании его аргументов. На оппонента нужно смотреть как на неадекватного человека, которого в простонародье называют «идиотом», и уметь делать вид, что никакой связи между его аргументами и выводами из них не существует. Если смотреть как на «идиота» не получается, то можно прикинуться иностранцем, не понимающим языка, на котором с ним разговаривают. Фразы: «Ты всерьёз так думаешь?», «Откуда ты это взял?», «Ничего не понял, говори понятнее» в этом случае очень уместны. Недостаток приёма заключается в его применимости в основном в устных спорах и при воздействии преимущественно на малообразованную аудиторию.

Освистывание или организованное общественное возмущение. Также представляет собой разновидность изоляции нежелательной информации. Например, с помощью создания иллюзии поддержки противоположной идеи общественным мнением. Активная группа агитаторов в состоянии создать такую иллюзию, даже находясь в меньшинстве, после чего пассивному большинству останется лишь принять точку зрения данной группы. Но ещё лучше этот приём работает на разрушение чужой агитации. Массовое освистывание людей, предлагающих свои варианты решения социальных проблем, позволяет не только сформировать к ним негативное отношение, но и деморализовать их. Оратор не сможет уверенно выступать перед публикой, если в него полетят яйца. Сама публика тоже вряд ли будет придавать значение словам такого оратора. Таким же образом массовая травля и осуждение в СМИ способны надолго сформировать определённое общественное мнение по отношению к идеям и людям, которые их публично представляют.

2. Гипертрафирование информации

Суть этой технологии в сознательном преувеличении чаще негативной информации, так называемое делание из мухи слона

Боксёрская груша. Эта технология примыкает к «изоляции информации». Критика той или иной позиции всегда предполагает наличие у последней очевидных для публики недостатков. Если же таких недостатков нет, или они недостаточно очевидны, то их можно придумать и показать через «увеличительное стекло». Для этого хорошо подходит приём под названием «груша». Известно, что, тренируясь перед боем, боксёры бьют по так называемой боксерской груше, которая не уходит от ударов и не может ударить сама. Точно так же разрушать чью-либо пропаганду гораздо удобнее, если вместо полноценной позиции оппонента критиковать некое искажённое представление о ней. Для этого нейтрализуемая идея подаётся в таком виде, который не существует в природе, но очень удобен для критики в виду своей нелепости и безобразности.

Континуум, или «под уклон». Суть приёма состоит в том, что пропагандируемые искажения экстраполируются за пределы разумного восприятия информации. В своё время в США обсуждалось судебное постановление об объединении школ для выходцев из Африки и «белых». Одним из доводов оппонентов такого решения было то, что если мы допустим, чтобы суд решал, какие школы будут посещать наши дети, то суд начнёт указывать также, кого пускать в церковь, кого приглашать в гости и даже на ком жениться...

Данный приём имеет ещё одно название «под уклон», которое подразумевает, что, начав движение под уклон, трудно или даже невозможно остановиться. Этот приём в метафоричной форме хорошо иллюстрирует выражение «верблюд засунул нос в палатку», которое намекает на то, что если мы позволим верблюду засунуть нос в палатку, то скоро за носом последует и весь верблюд.

Противопоставление. Метод основан на выявлении противоречий в идеологических конструкциях противника и придании этим противоречиям непреодолимого характера. Высветив эти противоречия под определённым углом и преувеличив их должным образом, можно противопоставить одни части идеологической системы другим. После чего, декларируя несовместимость этих частей, можно легко вбить в нейтрализуемую идеологическую систему клин и разорвать её.

Этот приём часто используется для стравливания некогда братских народов, имеющих общую историю, культуру, традиции, вероисповедание и т. п. При транслировании информации сознательно делается акцент не на многочисленных факторах, объединяющих народы, а на имеющихся непринципиальных различиях, которые вследствие частого обращения на них внимания через некоторое время становятся для этих народов (этнических групп) принципиальными.

3. Дискредитация нежелательной информации и её источников

Дискредитация источников или дискредитация идеи.

а) *Постановка под сомнение авторитетности источника.* Эффективным способом дискредитировать какую-либо идею является постановка под сомнение авторитетности её источника. Например, про марксизм можно сказать, что его придумали на Западе, а значит, он является западной, чуждой русскому народу идеологией. Похожим путём можно подорвать доверие к творческим произведениям какого-либо автора, назвав его, например, шизофреником. Здесь срабатывает ассоциативное мышление, которое связывает источник информации с идеей, содержащейся в данной информации, наделяя и источник, и идею общими качествами. Из-за этого негативное отношение аудитории к источнику идеи переносится и на саму идею

а) *Канализирование.* Одна и та же идея может развиваться разными путями, причём одно направление её развития может быть более опасным, чем другие. Воздействие на процесс формирования какой-либо идеи с целью изменения траектории её развития в безопасное русло – часто применяемый контрпропагандистский приём. Типичный пример канализирования в современной политике – дискредитация политических институтов в левых оппозиционных течениях, в результате чего их протест сводится к пустой болтовне и уличным погромам.

Дискредитация аудитории. Опорочить идею можно через дискредитацию не только источника, но и конечного адресата пропаганды данной идеи. Типичный пример – выражение «патриотизм – последнее прибежище негодяя». То есть, если некая идеология в силу своей природы популярна, в том числе среди социально депрессивных слоёв населения, то этот факт можно использовать для противодействия пропаганде данной идеологии. Особенно эффективно ставить под сомнение интеллект тех, кто является целевой аудиторией дискредитируемых идей. Фраза типа «эта идея рассчитана на дебилов, ватников, колорадских жуков», наверняка уменьшит

число сторонников данной идеи, поскольку люди не хотят выглядеть таковыми в глазах общественности.

Дискредитация лидера, группы лидеров. Практически любое сообщество можно представить как совокупность ядра, состоящего из наиболее интеллектуальных и идейных участников, а также периферии, в которую входит основная масса причастных и просто сочувствующих. Ядро является основным источником циркулирующих в сообществе идей, оно играет решающую роль при формировании мнения сообщества по многим вопросам. Ядро также играет роль центра притяжения (сплачивания).

а) *Отсечение ядра.* Первый способ разрушить сообщество состоит в формировании негативного мнения о сообществе в тех источниках информации, которые пользуются авторитетом у представителей ядра этого сообщества. После чего ядро настраивается против своего же сообщества и перестаёт ассоциировать себя с ним. Успешное завершение этого этапа операции практически всегда влечёт за собой распад данного сообщества.

Например, в новейшей истории России известны факты, когда некоторые из коммунистических газет в период перестройки выступили против правящего режима, перестав себя ассоциировать с ним, и в дальнейшем стали способствовать разложению своей целевой группы, транслируя чуждые стране ценности. Некоторые даже умудрились до сих пор не сменить своего «коммунистического названия».

б) *«Пугало первого порядка» или просто «пугало».* Эта технология заключается в создании фальшивого образа (фейка), который дискредитирует информационную сущность. Фальшивый образ создаётся таким, чтобы, с одной стороны, максимально походить на настоящий, а с другой, вызывать как можно большее отторжение у целевой аудитории. Аудитория же, принимая ложный образ за настоящий, формирует соответствующее отношение к дискредитируемому объекту. Чаще всего дискредитация реализуется через доведение соответствующих идей до абсурда, например, с помощью превращения их в карикатуру на самое себя. Это может быть подставной сайт организации, своим содержанием дискредитирующий эту организацию, или написанная от чужого имени экстремистская листовка.

В период перестройки в редакцию газеты «Советская молодёжь», которая была рупором областного комитета ВЛКСМ Иркутской области, пришло письмо от возмущённого ветерана, который клеймил позором местные и советские молодёжные рок-группы. Ветеран излагал позицию своего поколения на молодёжную субкультуру столь убедительно и правдоподобно, хотя, с точки зрения самой молодёжи, одиозно, что письмо было опубликовано. Никто не заподозрил подвоха. В результате целое поколение людей в глазах творческой молодёжи области было выставлено на всеобщее осмеяние, т. е. в качестве пугала. А автором письма был лидер одной из местных музыкальных панк-групп, который впоследствии, кстати, стал журналистом...

в) *«Пугало второго порядка» или «адское пугало»* – мощное оружие, используемое профессионалами экстра-класса. По форме оно похоже на

«пугало первого порядка», однако есть важный нюанс – его целевой аудиторией являются как раз апологеты нейтрализуемых идей. Расчёт делается на то, что образ будет принят ими за «обычное пугало» и тем самым содержащиеся в этом «пугале» конструктивные составляющие будут дискредитированы уже в глазах самих апологетов. Тем самым уничтожаются важные конструктивные составляющие нейтрализуемой информационной сущности, без которых данная сущность становится относительно безвредной. «Адское пугало» является точечным оружием, его использование требует хорошего понимания нейтрализуемой идеологии и знания всех её нюансов. Применение «адского пугала», при всей своей эффективности, очень редко обнаруживается противником.

Автор данного пособия не берётся точно утверждать, но иногда, если судить по выступлениям некоторых оппозиционных партий в России, например, в телевизионных СМИ (особенно их лидеров!), создаётся впечатление, что мы имеем дело с «адским пугалом». На эту мысль наводит обстоятельство, что они слишком усердно стараются своим поведением, некорректными аргументами, ложными основаниями и т. п. дискредитировать собственные политические движения.

г) *Прививка*. Этот приём похож на «адское пугало» и представляет собой превентивный контрпропагандистский удар, направленный на то, чтобы заранее подготовить публику к появлению нежелательной пропаганды. Это осуществляется путём упреждающего предоставления аудитории ослабленной версии ожидаемой пропагандистской идеи. После этого производится публичный и полностью контролируемый «разгром» этой искусственно созданной идеи, заканчивающийся формированием в сознании людей готового стереотипа относительно оной. В результате использование этой идеи противником уже не будет столь эффективным, ибо аудитория будет иметь относительно неё сформировавшееся мнение.

Например, «ослабленной версией пропагандистской идеи» можно считать информацию, активно распространяемую в российских СМИ, о том, что российское общество никогда в силу особенностей своего исторического развития, менталитета нации, особой духовно-нравственной миссии и т. п. не сможет стать «носителем» европейских ценностей, которые пропагандируют современные либералы. И действительно, судя по политическим событиям второго десятилетия XXI, происходящим в России, Европе, да и в мире, большинство россиян не склонны свою жизнь строить по т. н. европейским ценностям. Хорошо это или плохо – неизвестно, но это факт, который на данный момент конституируется через отстаивание геополитических интересов России, через развитие экономики и сельского хозяйства, укрепление армии и, самое главное, через отрицание такой ценности, как толерантность, в том виде, в котором её представляют либеральные идеологи¹⁷⁷.

¹⁷⁷ Речь идёт о толерантности как о некоей абсолютной свободе самовыражения, например, во взаимоотношениях между полами, в виде права на изменение традиционного социального статуса института

Дискредитация групп, или «разрыв». Классический алгоритм: «разделяй и властвуй». Существует несколько вариантов алгоритма.

а) *Удаление и разделение.* В первом из них для отдельных частей сообщества создаются специализированные группы по интересам (кластеры), которые затем постепенно удаляются друг от друга. При этом смещение интересов часто идёт незаметно для самих участников групп и под благовидным предлогом. Взаимное дистанцирование частей сообщества производится до тех пор, пока разница в интересах не станет настолько значительной, что эти части перестанут быть связанными друг с другом.

Обычно именно так «раскалывают» партии или политические движения. Самый яркий пример из истории России – разделение российской социал-демократической партии в начале XX века на большевиков и меньшевиков, которые впоследствии преобразовались в самостоятельные партии: коммунистов, социалистов-революционеров, конституционных демократов и т. п.

б) *Направление.* Другой вариант – две (или более) группы просто направляются друг на друга. Самым простым «толчком» для такого «направления» может послужить распространение дезинформации в виде сплетен, неосторожное обидное высказывание лидеров или просто членов группы по отношению к членам другой группы. «Раздуванию» конфликта между группами может способствовать низкая культура вообще и, в частности, информационная членов групп, взаимная неприязнь или соперничество между лидерами и т. д.

в) Третий вариант – *маргинализация.* Идея метода заключается в уменьшении культурного и интеллектуального потенциала сообщества, а также его привлекательности для внешних социальных слоёв. Один из способов достичь этого состоит во внедрении внутрь сообщества, особенно в его ядро, провокаторов, которые способствуют разрушению сообщества первыми двумя способами, а также дискредитируют его в глазах потенциальных новых участников. Главное качество подобных провокаторов – активность и умение перекричать менее активное большинство. Из-за провокаторов сообщество постепенно покидают наиболее вменяемые участники, что со временем приводит к превращению его в шутовской балаган.

Маргинализация активно использовалась в период перестройки в СССР (1985-1991 гг.). В качестве провокаторов выступали первые лица государства, которые делили общество на противоборствующие стороны и направляли одни социальные группы на другие. Основной «водораздел» в обществе пролегал между теми, кто поддерживал проводимые политические реформы, и теми, кто не поддерживал их. В дальнейшем это противостояние выразилось в государственном перевороте, отстранении от власти М. Горбачёва и в российской «цветной революции» августа 1991 года, которая и была вторым и «более настоящим» государственным переворотом. Доказательством этого

семьи (однополые браки, торговля собственным телом и т. п.). В России такая «толерантность» абсолютным большинством воспринимается как обыкновенная распущенность и вседозволенность.

является тот факт, что именно после цветной революции СССР как государственное образование прекратил своё существование, развалившись на множество государств-осколков. В стране резкого был изменён социально-экономический курс, в 1993 году была принята новая конституция, в которой было объявлено, что Россия является не социалистическим, а социальным государством¹⁷⁸.

4. Отвлечение внимания

Основным элементом управления обществом является отвлечение внимания людей от важных проблем и решений, принимаемых политическими и экономическими правящими кругами, посредством постоянного насыщения информационного пространства малозначительными сообщениями. «Постоянно отвлекать внимание граждан от настоящих социальных проблем, переключая его на темы, не имеющие реального значения. Добиваться того, чтобы граждане постоянно были чем-то заняты и у них не оставалось времени на размышления», – пишет Хомский.

Для того чтобы понять, насколько этот тезис актуален в России, достаточно включить любую новостную программу на одном из федеральных каналов: в них меньше всего говорится о внутренних социально значимых проблемах. Например, о такой из них, как отсутствие в стране социально справедливого распределения доходов от экономической деятельности и использования общенародных природных ресурсов. Или об унижительно маленькой потребительской корзине и, соответственно, скандально низкой денежной ставке прожиточного минимума, которая, начиная с 1991 года, не успевает покрывать минимальные потребности россиянина в пище, одежде, жилье, транспортных услугах, не говоря уже об услугах здравоохранения, образования, культуры. Так как эта ставка является базовой при начислении социальных пособий, в России, например, унижительно мала пенсия, которая не может покрыть расходов нормального человека на содержание самого себя без посторонней помощи. Помалкивают все новостные и тем более аналитические телевизионные информационные каналы федерального значения¹⁷⁹ о необходимости национализации стратегических важных ресурсов (включая природные) и введении дифференцированной ставки налога и о многом другом. Этот же приём прослеживается и в чрезмерном наполнении программ телевизионного вещания в самое рейтинговое время (17.00-21.00) различными шоу на темы, далёкие от насущных социальных проблем, которые условно можно объединить под рубрикой, используя название одной из них, – «Пусть говорят»¹⁸⁰. Эту же функцию вольно или невольно выполняют все формы

¹⁷⁸ Фактически в конституции РФ 1993 года было закреплено право на частную собственность, в т.ч. на землю, недра, и право осуществлять при необходимости частное внешнее управление страной через банковскую систему и парламент (см. Приложение № 17).

¹⁷⁹ Основные федеральные информационные каналы: ОРТ (Первый канал), канал «Россия», НТВ, РеН-ТВ, СТС, Культура и др.

¹⁸⁰ То есть пусть выговорятся, «выпустят пар». В народе говорят: «Собака лает – ветер относит!». Мелкотемье подобного рода передач, низкая культура общения в них – всё указывает на то, что они специально созданы, чтобы заблудить простой народ, отвлечь его от раздумий над действительно серьёзными социальными проблемами и необходимости искать пути их решения.

рекламного информационного насилия, которые вдобавок разрушают целостное восприятие содержания любых телевизионных передач и фильмов, деформируют сознание, формируя клиповое мышление у человека.

Обратим внимание на три известных приёма отвлечения внимания: информационную бомбу, шумовую атаку, «демократию шума».

Информационная бомба. Если мы хотим сделать так, чтобы какое-либо событие прошло незамеченным, или отвести внимание людей от обсуждения вредного вопроса, нужно всего лишь взорвать информационную бомбу – создать тему (новость), которая захватит умы публики и вытеснит отсюда всякие ненужные нам «глупости». При этом совершенно не важно, действительно ли актуальна новая тема или нет, главное, что опасная для нас информация ушла из поля зрения массовой аудитории.

Как правило, информационная бомба имеет вид сенсации, которая по социально-экономическим параметрам может являться и не столь значимым событием. Особенность информационной бомбы заключается в том, что она не простое отражение уже совершённого события, а результат её продуманной, заблаговременной закладки в информационную повестку дня. Другими словами, информационная бомба напоминает подготовку и проведения теракта. Появлению информационного повода, например, в СМИ предшествует моделирование ситуации определёнными политическими кругами с целью отвлечения внимания аудитории от более насущных социальных проблем. Когда событие происходит (информационный взрыв!), СМИ автоматически его освещают. Опасность информационной бомбы заключается в том, что многие участники её подготовки, исполнители в виде СМИ, освещающих «информационный взрыв», и тем более аудитория и не подозревают, что они участники, исполнители и жертвы этого информационного теракта.

По этой же причине трудно проиллюстрировать данный приём примером, по крайней мере, близким по времени. Секретность закладки информационной бомбы лишает легальной факторологической базы и делает процесс журналистского расследования длительным, слишком гипотетическим, трудоёмким и нередко опасным для жизни. Поэтому любой из примеров, который вроде бы «сам собой напрашивается» для иллюстрации данного приёма, в нашем пособии будет выглядеть как предположение или в лучшем случае одна из гипотез. Остаётся только надеяться на ассоциативное мышление читателя, а в качестве подсказки заметить, что информационные бомбы чаще и предпочтительней для политиков взрываются за пределами страны.

Информационная перегрузка, или «шумовая атака». Шумовая атака применяется в том случае, если каким-то образом опасная для заказчика информация стала объектом массового внимания. Простое отвлечение здесь часто не помогает, ибо создать информационную бомбу достаточной мощности не всегда возможно за короткое время. Тогда делается следующее. Чтобы не допустить правильного толкования людьми «опасной» информации, искусственно создаются многочисленные ложные толкования, которыми

используются соответствующие информационные ресурсы. В результате люди запутываются в вопросе, теряют правильный след, а вскоре и интерес к теме.

Применение этого приёма сегодня наиболее часто можно встретить в Интернете. Для того чтобы он был действенен, информация снабжается «кричащей» картинкой (фотографией) и шокирующим двусмысленным заголовком, который привлекает внимание и требует пояснения в виде прочтения текста. Например, «Российские военные самолёты полетели в Таджикистан». Зачем? Уж не за тем ли, за чем они когда-то полетали в 2015 году в Сирию? – Когда открываешь основной текст, оказывается, что это всего лишь совместные российско-таджикские учения. Но цель уже достигнута. Подобным образом посетители Интернета тратят время на прочтение десятков информационных о жизни своих любимых артистов, об одиозных поступках политиков и т. д., и т. п.

«Демократия шума». Этот метод представляет собой несколько изменённый вариант метода «Информационная перегрузка», когда к важной и опасной информации добавляется огромная куча информационного мусора, разобрать которую не по силам даже экспертам. Этим достигается два эффекта. Во-первых, опасная информация превращается в иголку в стоге сена, во-вторых, доверие к самому источнику такой информации падает.

Также наиболее часто применяется в Интернете. Целевое применение этого приёма разнообразно: от сокрытия нежелательной информации до дискредитации информационного канала. И то и другое неприятно, но особенно подлым является второе, так как виртуальный форум может быть порядочным, правдивым источником информации, но его постоянное замусоривание недоброжелателями – вбрасывание грязной информации может подпортить репутацию, например, сайту. Это всё равно, что бросать мусор в чужой огород или вымазать дёгтем ворота.

5. Обращение к аудитории как к малым детям

В большинстве пропагандистских прений, рассчитанных на широкую аудиторию, используются такие доводы, интонация, которые рассчитаны на детей школьного возраста, пока не имеющих достаточного социального опыта.

Например, подсовываются «потёмкинские сюжеты», в которых сообщаются только «лакированные факты» о гуманитарных конвоях, о построенном для погорельцев или пострадавших от наводнения жильё, о разоблачении коррупционной деятельности чиновников и т. п., в которых фокусируется внимание на необходимой информации и опускается аналитическая часть, т. е. причинно-следственные связи. Например, кто, как, на какие средства формирует конвои? Какие проблемы возникают при строительстве жилья по ускоренным технологиям? Почему кража бюджетных денег в невиданных для простого россиянина масштабах остаётся для данной государственной системы обыденным делом? И т. п. Часто вместо поиска подобных причинно-следственных связей серьёзные телеведущие и аналитики до хрипоты предпочитают обсуждать внешнеполитические или исторические вопросы. «Хотя внутриполитические вопросы гораздо важнее как для самих

россиян, так и для журналистов. Например, поднимается вечная тема Сталина, но обсуждение идёт не по пути опасности тоталитаризма, диктатуры, ущемления прав человека, а обсуждается личность Сталина и то, каким менеджером он был», – говорит телекритик Ирина Петровская.

Апеллирование к интеллекту. Одним из наиболее ценных качеств в современном обществе, вне всякого сомнения, является интеллект человека. Любому нравится, когда его считают умным, поэтому он стремится стать образованнее, успешнее. Это свойство людей умело используют манипуляторы, устанавливая искусственные ассоциации между сформировавшимися в обществе стереотипами об умном человеке и действительным социальным положением человека. Другими словами, они утверждают, что умный человек может считать только так, а не иначе. Если он считает по-другому – то он глупый. Фразы наподобие: «Ты же умный и должен понимать, что Советский Союз развалился сам», «Не будь дебилом, выкинь эту чушь про коммунизм из головы», «Пора бы уже повзрослеть и понять, что выборы – это всего лишь клоунада, которая ничего не решает» являются хорошим примером того, как стремление людей стать «взрослее» и «умнее» канализируется в принятие выгодной манипуляторам точки зрения. Другой похожий приём из этой же серии – апеллирование к науке как источнику объективной истины. Типичный пример – широко используемые фразы: «Учёные доказали», или «По мнению учёных». Сообщение, идущее за подобными фразами, будет априори вызывать больше доверия.

Ссылка на авторитет. Довольно эффективным способом придать своим словам дополнительный вес является апеллирование к известному авторитету, популярному в той аудитории, в которой ведётся пропаганда. Это может быть религиозный деятель или пророк из Священного Писания, если агитация ведётся среди верующих людей. В сообществе атеистов неплохо сработает ссылка на высказывание известного учёного, а в молодёжной тусовке любителей рок-музыки доверием будет пользоваться мнение лидера уважаемой рок-группы. По мнению некоторых исследователей, сильнее всего на формирование у обывателя мнения по какому-либо вопросу влияют отнюдь не массивные пропагандистские кампании в СМИ, а циркулирующие в обществе идеи, мифы и установки, источниками которых как раз и являются упомянутые неформальные лидеры. Интересно, что такими ссылками могут быть даже не слова лидера, а, например, нахождение с плакатом (портретом) лидера, который является разновидностью невербальной информации. Часто этот приём используется на предвыборных листовках, которые пестрят подобного рода портретами, указывающими на поддержку лидера мнений социальных идей политических движений и партий¹⁸¹.

Локальная безальтернативность. Конкурирующие идеи должны быть заведомо слабыми, смешными и нелепыми, или их вовсе не должно быть. Для

¹⁸¹ Например, политическая партия «Единая Россия» часто использует для своих пропагандистских целей портрет В. Путина, рейтинг которого в российском обществе очень высок, коммунисты до недавнего времени («иллюстрировали» по этой же причине многие свои пропагандистские плакаты портретом В. Распутина.

этого нужно создать такие условия, в которых сколько-нибудь разумные альтернативы продвигаемой идее просто отсутствуют. Самый простой способ достичь этого – поместить дискуссию по какому-либо сложному и важному вопросу в ограниченные рамки как по времени, так и по составу участников. В этом случае хорошо подготовленная и подкреплённая фактами пропаганда вряд ли встретит достойное сопротивление, так как способные сформулировать адекватный ответ люди могут либо просто не найтись, либо на подготовку такого ответа не окажется времени. Локальная безальтернативность может быть создана как в тактическом, например в виде форумной дискуссии на один-два дня, так и в стратегическом масштабе – на время осуществления сдвига общественного мнения.

Примером форумной дискуссии может быть аналитическая телевизионная передача, на которую приглашают в качестве оппонентов одного или двух человек, а численность оппонизирующих им во много раз больше. В этом случае они выглядят во время дискуссии довольно нелепо, такими «мальчиками для битья».

Группа поддержки. Как было замечено выше, люди в массе своей стремятся согласовывать свою точку зрения с мнением окружающих, чтобы она не сильно отличалась от общественного мнения. Из этого следует, что намного комфортнее в дискуссиях чувствуют себя те, кто имеет единомышленников. Если человек видит, что он одинок в своём мнении и все высказывающиеся вокруг думают иначе, то он сам начинает сомневаться в своей позиции. И если не отказывается от неё совсем, то хотя бы старается её не высказывать, чтобы на него не смотрели, как на глупого человека. Эта особенность человеческой психики активно используется пропагандистами, особенно в Интернете. Группа поддержки из нескольких человек способна эффективно сформировать общественное мнение, оставляя комментарии к статье или посты на форуме. Даже если в статье высказывается по меньшей мере спорная или однобокая точка зрения, положительные комментарии создадут у читателя иллюзию популярности оной.

Особенность использования этого приёма в Интернете заключается в том, что группа поддержки может оказаться фальшивой или сфабрикованной за определённую плату из адресатов, которые не разделяют данную точку зрения, но отдают «свой голос» в распоряжение других за денежное вознаграждение. Этот приём также активно используется в постановке необходимых телевизионных сюжетов, когда «купленная массовка», держащая в руках плакаты с надписями провокационного содержания, флагами, символами и т.п., создаёт иллюзию народного протеста.

Эффект интерактивности. Психологические эксперименты показали, что человек склонен больше доверять таким источникам информации, с которыми он либо находится в тесном контакте, либо имеет возможность в такой контакт вступить. В частности, если человек непосредственно участвует в каком-либо обсуждении, то он с большей охотой меняет своё мнение под воздействием аргументов других участников, чем пассивные наблюдатели дискуссии. Похожим образом игрок в компьютерную игру сильнее втягивается

в процесс, чем зритель фильма. Данный эффект называется «эффектом интерактивности» и широко используется на телевидении в различных ток-шоу, когда у зрителей есть возможность совершать звонки в студию во время прямого эфира, участвовать в телефонном голосовании и т. д. В результате у аудитории не возникает ощущения одностороннего воздействия на них и комплекса «безучастности адресата». Ещё большее распространение этот эффект получил в Интернете, где вовлечение людей в дискуссии на форумах и в комментариях к статьям значительно повысило эффективность пропагандистской работы.

В печатных СМИ традиционными примерами «эффекта интерактивности» являются различные виды обратной связи. Например, таковыми являются публикации писем читателей, блицопросов и их результатов. И то и другое может быть, как говорят журналисты, легко «организовано» и стать инструментом травли человека или какой-нибудь идеи. Именно поэтому в своё время этот приём охотно использовала коммунистическая пропаганда для преследования инакомыслящих¹⁸².

Контрабанда. Классический случай скрытой пропаганды – простое замешивание пропагандистского сообщения в кучу маскировочной информации, которая заведомо вызовет доверие аудитории. При этом пропагандистское сообщение подаётся в будничном сером тоне, как нечто обыденное и общеизвестное, а маскировочная информация, наоборот, делается яркой и привлекающей внимание. Задача состоит в том, чтобы аудитория начала обсуждать маскировочную информацию, а пропагандируемую проглотила, не заметив подвоха. К этой технологии относится и известное правило: «На 10% лжи должно приходиться 90% правды», активно используемое манипуляторами сознанием. Часто маскировочная информация включает в себя абсолютно точные данные, вплоть до мельчайших подробностей, чтобы усилить иллюзию достоверности параллельно транслируемой лживой информации.

В условиях информационного общества этот приём можно возвести в ранг стратегии, потому что его массово используют все средства СМК, начиная с печатных СМИ и заканчивая Интернетом. Во-первых, невозможно достигнуть иллюзии достоверности, транслируя, например, 50% на 50% лживой и правдоподобной информации. Во-вторых, «контрабанда» всегда даёт возможность оправдаться: «Извините, мол, с кем не бывает – всего-то несколько строк искажённой информации... Но в целом-то мы говорим или показываем правду!». В-третьих, небольшая, «проходная» информация даёт широкий простор для воображения читателя, слушателя, зрителя. Он её самостоятельно интерпретирует, «дорисовывает», как говорят педагоги, «присваивает». В этом случае ему уже трудно признать её недостоверность, особенно если он её в таком самостоятельно интерпретированном виде уже «пустил» по каналам «сарафанного радио».

¹⁸² Достаточно вспомнить «дело вредителей врачей», преследование М. Зощенко, А. Ахматовой, Б. Пастернака и др.

Примеров применения «контрабанды» в СМК настолько же много, насколько их трудно и даже опасно приводить в качестве «наглядного пособия» даже в нашей работе. Его используют все СМК всех стран для формирования или поддержки необходимого им общественного мнения. «Трагедия» заключается в том, что это считается нормальной практикой информационной деятельности.

Информационный вирус. Информационный вирус представляет собой информацию, которая состоит из внешней оболочки, способствующей распространению вируса, и внутренней начинки, содержащей пропагандируемую идею. Существует несколько классов вирусов, в том числе и безоболочковые, в которых размножающаяся информация сама по себе несёт пропагандистское действие. Но все вирусы имеют одно и то же свойство – они настолько привлекают к себе внимание публики, что подхватываются ею и начинают стремительно размножаться посредством «сарафанного радио», Интернета¹⁸³ и крупных СМИ. Для этого тело вируса должно быть небольшим, ярким и легко усваиваемым. Это может быть эффектный видеоролик на злободневную тему, юмористический клип, «прикольная» картинка, короткий и запоминающийся слоган, поподобие: «Не тормози – сникерсни!» и т. п.

При этом сама пропагандируемая идея не должна быть слишком ярко выраженной: во-первых, эффект достигается за счёт массовости и повторения, а, во-вторых, слишком яркий посыл может активизировать защитные фильтры сознания¹⁸⁴. Например, очень хорошо дезактивирует критическое мышление человека юмор, который является идеальной оболочкой для вируса. Самый наглядный пример – анекдот или фраза, которая по разным причинам¹⁸⁵ становится «крылатым анекдотом». Именно анекдот о политических деятелях СССР стал в 70-80-е годы мощным информационным оружием против коммунистического режима, так как в его оболочке содержалась идея-вирус, формирующая у массовой аудитории представление о том, что страной правят интеллектуально ограниченные люди.

Таран. Часто требуется сделать так, чтобы пропагандируемая идея охватила как можно больше аудитории, но при этом не только осталась бы незамеченной, но и не вызвала сколько-нибудь существенных подозрений. Для этого используется схема из двух информационных блоков – первого, ударного, и прикрываемого, представляющего из себя относительно безобидное сообщение с внедрённой внутрь пропагандой. При этом прикрываемый блок является логическим продолжением ударного и паразитирует на его популярности. Задача ударного блока – привлечь к себе внимание, вызвав бурные обсуждения и подготовив аудиторию к появлению прикрываемого блока.

¹⁸³ Вот почему иногда сгоряча Интернет называют «информационной помойкой».

¹⁸⁴ Другими словами – критическое мышление человека, которого всегда раздражают способы явного навязывания той или иной идеи.

¹⁸⁵ Например, фраза, которая произнесена одиозным политиком, давно являющимся предметом насмешек в обществе.

«Таран», на наш взгляд, был «удачно» применён российским правительством с помощью СМК в 2012 году. Именно в это время большинство центральных СМИ в качестве «ударного блока» использовало легенду о том, что в образовании много педагогов-недоучек, которые свои дипломы и диссертации купили за деньги. Через некоторое время после такой информационной атаки появился «прикрываемый блок» в виде всенародного обсуждения в Интернете необходимости реформ в образовании. Основная цель «тарана» заключалась в том, чтобы дискредитировать главным образом профессорско-преподавательский состав высших учебных заведений, который, как нетрудно было предположить, выступит единым фронтом против новых образовательных услуг, которые предлагалось делать по «западному образцу».

Дело в том, что, если бы инициаторов информационно-пропагандистской кампании действительно интересовали вопросы профессиональной компетенции профессорско-преподавательского состава, достаточно было бы организовать повторную экспертизу защищённых диссертаций, которая легко бы выявила мошенников. Потому что, во-первых, их электронные и бумажные версии доступны для любого гражданина России и об этом все специалисты знают¹⁸⁶. А во-вторых, ни для кого не секрет, что действительно диссертации покупались и, наверное, покупаются до сих пор, но теми, у кого имеются соответствующие и немалые деньги¹⁸⁷. Понятно, что таких денег у большинства «нищих», по меркам людей, делающих на продажах диссертаций бизнес, педагогов нет. Их постоянными клиентами являются люди, обладающие деньгами, – бизнесмены, высокопоставленные чиновники (читай – их родственники и дети!). То есть как раз те, кто и был инициатором проведения данной информационно-пропагандистской кампании. Конечной её целью являлось и является до сих пор – превратить образование в бизнес, аккумулировать денежные потоки, поступающие от государства, для того чтобы было удобнее их контролировать и манипулировать ими в собственных, в том числе и политических интересах. Ведь достаточно наладить через образование транслирование своих ценностей, как через одно-два поколения страна станет такой, какой они пожелают¹⁸⁸.

Прицеп. Ещё одним развитием техники «контрабанды» является методика под названием «прицеп». Здесь пропагандируемая идея цепляется к заведомо поддерживаемому аудиторией идеологическому комплексу, но в отличие от классической контрабанды не маскируется в нём, а органически в него встраивается. Грамотно сконструированный «прицеп» впоследствии начинает играть в своём идеологическом комплексе такую же важную роль, как и головное «транспортное средство», становясь неотъемлемой его частью. Формирование «прицепа» требует длительной и тонкой работы, поэтому эта технология в основном применяется в стратегическом масштабе.

¹⁸⁶ Электронные версии диссертаций хранятся в архивах Ленинской библиотеки в Москве.

¹⁸⁷ В этом случае «таран» как маятник сработал бы в обратную сторону.

¹⁸⁸ Примерно то же самое было сделано в братской Украине, молодые поколения граждан которой убеждены, что Россия – их самый главный враг.

Классический пример «прицепа» – события перестройки 1985-1991 годов в СССР, когда к объявленному курсу КПСС на перестройку, воспользовавшись гласностью, «прицепились» различные демократические движения, что позволило в дальнейшем некоторым из них, поддерживающим М. Горбачёва, стать частью «головного локомотива» ЦК КПСС. В результате августовского переворота 1991 года они уже стали, образно говоря, основным топливом преобразованного «локомотива» – Государственной Думы РФ. Но вместе с тем коммунистическая партия, хотя и утратила лидирующее положение, не была запрещена и остаётся важной (второй по количеству) политической силой в России.

Канализирование. Данный метод напоминает «прицеп», с той лишь разницей, что в нём «прицеп» со временем становится главным, чем «головной транспорт». При канализировании пропаганда сначала подстраивается под вкусы и взгляды целевой аудитории с тем, чтобы вызвать доверие к источнику. После того как источник пропаганды стал пользоваться достаточным доверием, производится плавное смещение акцентов агитации на те пункты, которые требуется пропагандировать в данной аудитории. Ставка делается на постепенное, неторопливое, «эволюционное» изменение повестки дня, а вместе с ней и настроений людей.

Например, в период Февральской революции «прицепом» к ожидаемым обществом переменам были «подцеплены» идеи большевиков. Немногочисленные представители этой партии участвовали в качестве всенародно избранных депутатов в работе первой российской Думы. Они легально представляли мнение своих избирателей во всех ветвях власти в центре и регионах. Это дало им возможность открыто провозгласить лозунги: «Земля – крестьянам, заводы – рабочим» и т. п., которые были по своему характеру экстремистскими, но зато понятны простым людям. И, главное, они помогли дискредитировать в глазах пролетариата буржуазное временное правительство, которое не могло и не хотело осуществлять эти социальные идеи. Так «прицеп» постепенно, с помощью легальных протестных акций в период с февраля по октябрь 1917 года превратился в «локомотив», что позволило большевикам захватить власть путём вооружённого переворота и уничтожить все оппозиционные партии.

Хорошим примером канализирования также являются известные события в Германии 30-х годов, когда классовая борьба немецкого пролетариата была постепенно преобразована в борьбу за чистоту нации. Канализирование – широко применяемый стратегический пропагандистский приём.

Скрытая суперпозиция. Довольно эффективный приём скрытой пропаганды – дискуссия, в которой якобы участвует несколько совершенно разных точек зрения. Тем не менее, если все эти точки зрения сложить, то получится единый вектор, несущий в себе совершенно посторонний посыл, не являющийся предметом дискуссии и из-за этого незаметный наблюдателю. Например, скрытая суперпозиция возникнет, если в споре между представителями различных религиозных конфессий будет затронута тема советского атеизма. Встроенные в дискуссионную аргументацию

антисоветские тезисы не будут классифицированы как пропаганда, а значит, минуют защитные фильтры сознания. С помощью скрытой суперпозиции легко прятать пропагандируемые идеи, просто замешивая их в лозунги противоположных политических лагерей. Приём может использоваться как в тактическом, так и в стратегическом масштабе.

В стратегическом плане в политике применение этого приёма непосредственно связано с феноменом так называемой картонной, или карманной, оппозиции, которая создаёт на негласной договорной основе для общества впечатление множества мнений (демократии), а на самом деле поддерживает существующий режим. В этом случае в обществе, как и полагается, ведутся дискуссии, оппозиция критикует правительство и президента, но как только дело доходит до реальных действий, например, голосования – оппозиционные партии, несмотря на самые обнадеживающие прогнозы, уступают правящему режиму.

Так примерно развивались события в Верховной Раде Украины в феврале 2016 года. Абсолютное большинство её членов, судя по многочисленным выступлениям, в том числе и с трибуны Рады, требовало отставки премьера правительства, но в решающий момент голосования за его отставку премьер чудесным образом набрал большинство голосов.

С точки зрения использования этого приёма в политической жизни России к современным оппозиционным партиям также есть немало вопросов...

Формирование дискурса¹⁸⁹. Под дискурсом подразумевается такая система из фактов, их размерности, разновидности, оценок и вопросов, которая обуславливает классификацию и репрезентацию реальности в сознании людей в данный период времени. Иными словами, дискурс – это тот контекст, в котором живёт любая дискуссия, и который обуславливает возможные варианты ответов на возникающие в ходе неё вопросы. Простейший вариант дискурса – это обычный вопрос, предполагающий два варианта ответа. Например: «Вы за коммунистов, или за демократов?». Тот, кто создаёт дискурс, получает существенное преимущество, ибо определяет те рамки и правила игры, под которые должны подстраиваться участники дискуссии. Создание устойчивого и хорошо выраженного дискурса – длительная, сложная и ресурсоёмкая задача, которая под силу лишь крупным игрокам. Для этого надо в течение длительного времени муссировать и раздувать некоторые события, гипертрофировать важность одних проблем и не замечать проблем других, искусственно противопоставлять определённые идеи и принципы. Зато после того, как дискурс создан, аудитория становится более управляемой и предсказуемой, а значит, и более манипулируемой.

По такому принципу создавались и создаются все политические партии, а в последние десятилетия и общественные движения в мире. Идеологической

¹⁸⁹ *Дискурс* (фр. *discours*) в общем смысле – речь, процессы языковой деятельности и предполагающие их системы понятий. Это организация системы речи, а также принципы, в соответствии с которыми реальность классифицируется и репрезентируется (представляется).

базой создания дискурса могут послужить самые разнообразные социально-экономические, культурно-исторические, экологические и др. проблемы, которые более эффективно решаются только в совместной деятельности индустриальных предприятий.

Одним из самых влиятельных и необыкновенных по форме дискурсов в современном информационном обществе является интернет-дискурс, который выступает как симбиоз эпистолярного и разговорного стилей. Многочисленные его разновидности от личного дневника до групповых и коллективных сайтов успешно представляют идеи, взгляды, позиции самых разнообразных людей, которые объединяются в рамках единого ценностно-смыслового поля. Эта успешность привлекает в интернет-дискурс различного рода манипуляторов, которые пытаются в зависимости от целей управлять речевым взаимодействием или разрушать его..

Возможность множественного воздействия. Одна и та же идея может одновременно продвигаться через множество сайтов, форумов, блогов, гостевых книг. Когда люди читают одну и ту же информацию в разных местах, у них создаётся ощущение её естественности и очевидности. Важна также и широта фронта пропаганды по виду источников. Форумные комментарии непонятных граждан вряд ли сами по себе будут пользоваться доверием. В то же время новости на крупных интернет-порталах могут вызывать сомнения в непредвзятости, учитывая, что владельцами этих порталов часто являются крупные компании. Поэтому более эффективной окажется та пропаганда, которая будет идти одновременно через сайты разных масштабов, форумы, блоги и комментарии к ним.

6. Создавать проблемы, а затем предлагать способы их решения.

Создаётся проблема, некая «ситуация», рассчитанная на то, чтобы вызвать определённую реакцию среди населения, которое затем само потребует принятия мер, необходимых правящим кругам.

Создание проблем, а затем их молниеносное решение – один из наиболее распространённых способов манипулирования людьми. Делается это разными способами, но с единственной целью – повысить авторитет власти и оправдать непопулярные меры, принимаемые для стабилизации социально-экономической ситуации.

Предположим, что власть допускает раскручивание спирали насилия в городах или организацию кровавых терактов для того, чтобы граждане потребовали принятия законов об усилении мер безопасности и проведения политики, ущемляющей гражданские свободы. Например, закрытие некоторой части неподконтрольных государству (религиозных, правозащитных, экологических и т. п.) общественных организаций под предлогом того, что они финансируются из-за рубежа.

Или в условиях неэффективности развития отечественной лёгкой, пищевой и тяжёлой промышленности и неизбежного «обвала» национальной валюты делается акцент на внешней национальной опасности, на необходимости приоритетного решения геополитических, а не внутривластных задач. Тут уж не до экономического роста и повышения

благополучия народа. Всё это понимает и народ: он готов в очередной раз стойко переносить трудности. Но разве для развития экономики страны обязательно необходима лишь внешняя угроза?

7. Способ постепенного применения и отсрочка исполнения.

Чтобы добиться принятия какой-либо непопулярной меры, достаточно внедрять её постепенно, день за днём, год за годом. Именно таким образом были навязаны принципиально новые социально-экономические условия в 80-х и 90-х годах прошлого века. Например, сведение к минимуму функций государства, приватизация, неуверенность, нестабильность, массовая безработица, заработная плата, которая уже не обеспечивает достойной жизни. Если бы всё это произошло одновременно, то наверняка привело бы к мощным социальным потрясениям в виде революции.

Другой способ «продавить» непопулярное решение заключается в том, чтобы представить его в качестве «болезненного и необходимого» и добиться в определённый момент согласия граждан на его осуществление в будущем. Гораздо проще согласиться на какие-либо жертвы в будущем, чем в настоящем.

Предположим, необходимо заботу о пенсионном обеспечении сделать личной проблемой каждого отдельно взятого человека, бесплатное образование и здравоохранение сделать платным, переложить бремя обслуживания жилого фонда с плеч государства (бюджетов разного уровня, включая муниципальные) на плечи граждан. Для этого надо начать говорить как о какой-то далёкой, но неизбежной перспективе: повышения пенсионного возраста, создания частных пенсионных фондов, введения частичного платного обучения и медицинского обслуживания, обеспечения передачи жилого фонда в руки частных лиц и стимулирования создания различных форм жилищного самоуправления. Главная задача, чтобы люди постепенно (в течение десятилетий) привыкали к неизбежности свершения такого рода реформ.

«Окна Овертона». Непосредственно с этим способом связана и технология т. н. Окна Овертона, суть которой сводится к постепенному изменению отношения к тому или иному социальному явлению, чаще от немыслимого (неприемлемого с точки зрения человеческой морали) с помощью привыкания через радикальное, приемлемое, «разумное» осмысление к популярному (приемлемому) принятию некогда асоциального явления. По этой технологии, например, в Западной Европе постепенно стали нормой поведения некогда осуждаемые обществом гомосексуализм и однополые браки.

Разберём на конкретном примере, как шаг за шагом общество начинает сперва обсуждать нечто неприемлемое, затем считать это уместным, и в конце концов смиряется с новым законом, закрепляющим и защищающим некогда немыслимое. Возьмём что-то совершенно невообразимое. Допустим, каннибализм, то есть идею легализовать право граждан на поедание друг друга.

Казалось бы, на сегодня нет возможности развернуть «прямую пропаганду каннибализма» – общество встанет на дыбы. Такая ситуация означает, что проблема легализации каннибализма находится в «нулевой стадии окна возможностей» (в модели Овертона – стадия «Немыслимое»).

Смоделируем, как это невысказанное будет реализовано, пройдя все стадии окна возможностей (см. Рис.1)



Рис. 1 Линейка Овертона

Обратите внимание, Овертон описал не концепцию и не свои мысли, а работающую технологию по манипулированию общественным сознанием. То есть такую последовательность действий, исполнение которой неизменно приводит к желаемому результату.

Этап первый. «От невысказанного до радикального».

Тема каннибализма пока ещё отвратительна и совершенно неприемлема в обществе. Рассуждать на эту тему нежелательно ни в прессе, ни, тем более, в приличной компании. Пока это невысказанное, абсурдное, запретное явление. Соответственно, первое движение Окна Овертона – перевести тему каннибализма из области невысказанного в область радикального.

«У нас ведь есть свобода слова. Ну, так почему бы не поговорить о каннибализме?»

Учёным вообще положено говорить обо всём подряд – для учёных нет запретных тем, им положено всё изучать. А раз такое дело, соберём этнологический симпозиум по теме «*Экзотические обряды племён Полинезии*». Обсудим на нём историю предмета, введём её в научный оборот и получим факт авторитетного высказывания о каннибализме. Видите, о людоедстве, оказывается, можно предметно поговорить и как бы остаться в пределах научной респектабельности.

Окно Овертона уже двинулось, обозначив пересмотр позиций. Тем самым обеспечив переход от непримиримо отрицательного отношения общества к отношению более позитивному. Одновременно с околонучной дискуссией непременно должно появиться какое-нибудь «*Общество радикальных каннибалов*». Хотя оно будет представлено лишь в Интернете – радикальных каннибалов непременно заметят и процитируют во всех нужных СМИ.

Во-первых, это ещё один факт высказывания. А «за слово не сажают». Во-вторых, эпатажирующие отморозки такого специального генезиса нужны для создания образа радикального пугала. Это будут «*плохие каннибалы*» в противовес другому пугалу – «*фашистам, призывающим сжигать на кострах не таких, как они*». Но об этом чуть ниже. Для начала достаточно публиковать рассказы о том, что думают про поедание человечины британские учёные и какие-нибудь радикальные отморозки иной природы.

Результат первого движения Окна Овертона: неприемлемая тема введена в оборот, табу десакрализовано, произошло разрушение однозначности проблемы – созданы «*градации серого*».

Этап второй: «От радикального до приемлемого»

Следующим шагом является перевод темы каннибализма из радикальной области в «область возможного». На этой стадии продолжают цитировать «учёных». Ведь нельзя же отворачиваться от знания про каннибализм? При этом любой, кто откажется это обсуждать, должен быть заклеён как ханжа и лицемер. Осуждая ханжество, обязательно нужно придумать каннибализму элегантное название. Чтобы не смели всякие «фашисты» навешивать на инакомыслящих ярлыки со словом на букву «*Ка*».

Внимание! Создание эвфемизма – это очень важный момент. Для легализации немислмой идеи необходимо подменить её подлинное название.

Происходит подмена слов с закрепленным в сознании негативом, на новые, пока ещё «нейтральные» для сознания термины. Так, к примеру, «каннибализм» исчезает из оборота, а его место занимает слово «антропофагия». Но затем и этот термин заменят ещё раз, признав и его «оскорбительным определением». Цель выдумывания новых названий – увести суть проблемы от её обозначения, оторвать форму слова от его содержания, лишить своих идеологических противников языка. Каннибализм превращается в антропофагию, а затем в *антропофилию*, подобно тому, как преступник меняет фамилии и паспорта.

В качестве уже реализованного примера: подмена термина «педераст» (греч. «мальчик» + «любящий») – сначала в более широком смысле заменяется на «гомосексуалист»; затем и это определение признаётся «не совсем политкорректным» и вместо него широко используется слово «гей».

То же медицинское определение порока взрослых по отношению к мальчикам сначала подменяется на «педофила» (дословно «любящего детей»), а затем и вовсе на «влекомых к маленьким личностям» (ВМЛ). И негатив, заложенный семантикой, «размывается» и «уходит» из общественного сознания.

Параллельно с подменой слов и терминов происходит создание опорного прецедента – исторического, мифологического, актуального или просто выдуманного, но главное – легитимированного. Его найдут или придумают как «доказательство» того, что *антропофилия* может быть в принципе узаконена.

«Помните легенду о самоотверженной матери, напоившей своей кровью умирающих от жажды детей?»

«А истории античных богов, поедавших вообще всех подряд – у римлян это было в порядке вещей!»

«Ну, а у более близких нам христиан, тем более, с антропофилией всё в полном порядке! Они до сих пор ритуально пьют кровь и едят плоть своего бога. Вы же не обвиняете в чём-то Христианскую Церковь? Да кто вы такие, чёрт вас побери?»

Главная задача вакханалии этого этапа – хотя бы частично вывести поедание людей из-под уголовного преследования. Хотя раз, хоть в какой-то исторический момент.

Этап третий: «От приемлемого до рационального»

После того как предоставлен легитимирующий прецедент, появляется возможность двигать Окно Овертона с территории возможного в область рационального. Это третий этап. На нём завершается дробление единой проблемы.

«Желание есть людей генетически заложено, это в природе человека».

«Иногда съест человека необходимо, существуют непреодолимые обстоятельства».

«Есть люди, желающие чтобы их съели».

«Антропофилов спровоцировали!»

«Запретный плод всегда сладок».

«Свободный человек имеет право решать, что ему есть».

«Не скрывайте информацию, и пусть каждый поймёт, кто он – антропофил или антропофоб».

«А есть ли в антропофилии вред? Неизбежность его не доказана».

В общественном сознании искусственно создаётся «поле боя» за проблему. На крайних флангах размещают пугала – специальным образом появившихся радикальных сторонников и радикальных противников людоедства. Реальных противников – то есть нормальных людей, не желающих оставаться безразличными к проблеме растабиурования людоедства – стараются поставить в один ряд с пугалами и записать в радикальные ненавистники.

Задача пугал – активно создавать образ сумасшедших психопатов – агрессивные, фашиствующие ненавистники антропофилии, призывающие жечь живо людоедов, жидов, коммунистов и негров. Присутствие в СМИ обеспечивают всем перечисленным, кроме реальных противников легализации. При таком раскладе сами людоеды-«антропофилы» остаются как бы посередине между пугалами, на «территории разума», откуда со всем пафосом «здравомыслия и человечности» осуждают «фашистов всех мастей».

Прикормленная экспертократия – «учёные» и журналисты «либеральной национальности» – на этом этапе доказывают, что человечество на протяжении всей своей истории время от времени поедало друг друга, и это нормально. Теперь тему антропофилии можно переводить из области рационального в категорию популярного. Окно Овертона движется дальше.

Этап четвёртый: «От рационального до популярного»

Для популяризации темы каннибализма необходимо поддержать её контентом, сопрягая с историческими и мифологическими личностями, а по возможности и с современными медиаперсонами. Антропофилия массово проникает в новости и ток-шоу. Людей едят в кино широкого проката, в текстах песен и видеоклипах.

Один из приёмов популяризации называется *«Оглянитесь по сторонам!»*

«Разве вы не знали, что один известный композитор — того?.. антропофил».

«А один всем известный польский сценарист — всю жизнь был антропофилом, его даже преследовали».

«А сколько их по психушкам сидело! Сколько миллионов выслали, лишили гражданства!.. Кстати, как вам новый клип Леди Гаги «Eat me, baby?»

На этом этапе разрабатываемую тему выводят в топ и она начинает автономно самовоспроизводиться в массмедиа, шоу-бизнесе и политике. Другой эффективный приём: суть проблемы активно забалтывают на уровне операторов информации (журналистов, ведущих телепередач, всевозможных «общественников» и т. д.), отсекая от дискуссии специалистов. Затем, в момент, когда уже всем стало скучно и обсуждение проблемы зашло в тупик, приходит специальным образом подобранный профессионал и говорит: *«Господа, на самом деле всё совсем не так. И дело не в том, а вот в этом. И делать надо то-то и то-то»* — и даёт тем временем весьма определённое направление, тенденциозность которого задана движением «Окна». Для оправдания сторонников легализации используют очеловечивание преступников посредством создания им положительного образа через не сопряжённые с преступлением характеристики.

«Это же творческие люди. Ну, съел жену и что?»

«Они искренне любят своих жертв. Ест, значит любит!»

«У антропофилов повышенный IQ и в остальном они придерживаются строгой морали».

«Антропофилы сами жертвы, их жизнь заставила».

«Их так воспитали» и т. д.

Такого рода выкрутасы — соль популярных ток-шоу: *«Мы расскажем вам трагическую историю любви! Он хотел её съесть! А она лишь хотела быть съеденной! Кто мы, чтобы судить их? Быть может, это — любовь? Кто вы такие, чтобы вставать у любви на пути?!»*

Этап пятый: «От популярного до политики»

К пятому этапу движения Окна Овертона переходят, когда тема разогрета до возможности перевести её из категории популярного в сферу актуальной политики. Начинается подготовка законодательной базы. Лоббистские группировки во власти консолидируются и выходят из тени. Публикуются социологические опросы, якобы подтверждающие высокий процент сторонников легализации каннибализма. Политики начинают катать пробные шары публичных высказываний на тему законодательного закрепления этой темы. В общественное сознание вводят новую догму — *«запрещение поедания людей запрещено»*.

Это фирменное блюдо «иудо-либерализма» — толерантность как запрет на табу, запрет на исправление и предупреждение губительных для общества отклонений. Во время последнего этапа движения Окна из категории «популярное» в «актуальную политику» общество уже сломлено. Самая живая его часть ещё как-то будет сопротивляться законодательному закреплению не

так давно ещё немыслимых вещей. Но в целом общество уже согласилось со своим поражением.

Приняты законы, изменены (разрушены) нормы человеческого существования, далее отголосками эта тема неизбежно докатится до школ и детских садов. Значит, следующее поколение вырастет вообще без шанса на выживание. Так было с легализацией педерастии. Сегодня в «развитых странах» половых извращенцев (педерастов) «ласково» называют геями...

Приведённая выше интерпретация «Окон Овертона» широко распространена в сети Интернет. Мы её используем почти дословно, потому что она излагается простым и доступным языком. Хотелось бы только заметить, что ключевое понятие – толерантность, с помощью которого происходит социальная трансформация содержания понятий, само является своеобразным «результатом» применения технологии «Окна Овертона».

Дело в том, что толерантность – это терпимость к кому-то или чему-то. Для достаточно большого количества людей в мире оно теперь не запрет на табу, исправления и предупреждения губительных для общества отклонений, а особого рода добродетель! И оформилось такое содержание этого понятия в сознании этих людей не сразу. Между сознательным принятием чего-то или кого-то, что и свойственно для уважающего себя человека, и «смирненным терпением» развязности, вседозволенности по отношению кого бы то ни было к собственной личности и обществу в целом, чем и является на самом деле сегодня толерантность, была такая же огромная ценностно-смысловая пропасть, как некогда между понятиями «педераст» и «гей».

Удивительно то, что Аристотель ещё в 4 веке до н. э., предвидя, куда человека может завести его лукавый ум под воздействием внешних социальных факторов, сформулировал одно из правил формальной логики, которое любому мало-мальски культурному человеку известно – закон тождества. В этом законе данная трансформация содержания понятия называется подменой. Технология «Окна Овертона» является одним из способов, который изобрело человечество, чтобы обойти закон тождества, а то и вовсе его отменить.

8. Упор на эмоции гораздо в большей степени, чем на размышления

Воздействие на эмоции представляет собой классический приём, направленный на то, чтобы заблокировать способность к рациональному анализу, а в итоге добиться утраты способности критического осмысления происходящего. С другой стороны, использовать эмоциональный фактор – это значит открыть дверь в подсознание человека, чтобы бесконтрольно «внедрять» в него мысли, желания опасения, устойчивые ценности и модели поведения. Рассмотрим некоторые виды использования этого приёма в СМИ.

Визуальные образы. Этот приём заключается в том, что для передачи идеи используются яркие образы, которые ассоциируются с относительно легко узнаваемыми фигурантами, вызывающими у человека требуемые эмоции. Наиболее удобным инструментом для этого являются тексты в виде карикатуры, которые, как нам кажется, в силу своей очевидной жанровой особенности не требуют специальных комментариев.

Слова-классификаторы. Нужные эмоции можно возбуждать, вызывая в голове человека соответствующие ассоциации через использование правильных слов-классификаторов.

Например, если требуется вызвать негативное отношение к участникам акции протеста, то их называют «хулиганами», «экстремистами», «агрессивно настроенной толпой». Если же нужно, наоборот, показать протестующих с хорошей стороны, используются эпитеты «народ», «рабочие», «мирные демонстранты».

Так, в конце девяностых годов некоторые российские СМИ для достижения политических целей определённых лиц, которые являлись их учредителями, называли воевавших в Чечне российских солдат «федералами», а террористов «ополченцами». Этот приём теперь применяется во время освещения конфликта между самопровозглашёнными Донецкой, Луганской республиками и Украиной. Российские СМИ и СМИ самопровозглашённых республик называют воюющих против Украины людей ополченцами, а украинские СМИ называют их террористами.

Создание аналогий. Приём основан на склонности людей мыслить аналогиями. Стремясь увеличить эффективность пропаганды, пропагандисты не особо утруждают себя вопросами корректности приводимых аналогий, а иногда и вовсе специально конструируют заведомо ложные аналогии.

Дело в том, что любая аналогия основывается на достаточно большом количестве сходных признаков. Нельзя проводить аналогию по одному или нескольким признакам. Например, в одной стране существуют рыночные отношения. Другая страна решила эту модель товарных отношений у неё перенять. И на этом основании (по аналогии!) принимается решение социальную политику в государстве строить по зеркальному признаку. С какой стати? Если яблоко и помидор имеют схожую форму, это вовсе не означает, что они обладают одинаковыми вкусовыми качествами, имеют одинаковое время хранения и т. п. В этих странах взаимоотношения между людьми, в том числе и экономические, формировались в разном культурно-историческом контексте, имеют разную социальную природу и вообще, как гласит народная пословица, «Что русскому хорошо, то немцу – смерть». Казалось бы, уже столько раз «на эти грабли наступали» в России различные её, обобщённо говоря, правители, и вновь современные политики совершают ту же ошибку.

Но «печаль» заключается в том, что данный приём в рассматриваемой нами системе управления поведением человеком отнюдь не является ошибкой. Это сознательное воздействие на его поведение в расчёте на то, что некорректная аналогия, которая есть прямое нарушение закона достаточного основания¹⁹⁰, будет без должного логического анализа эмоционально истолкована человеком в пользу приводимой аналогии. Наивное умозаключение строится примерно по такому алгоритму: «Если немцы, поступая так, живут хорошо, то и мы должны поступить так, чтобы тоже жить

¹⁹⁰ Закон достаточного основания сформулирован Лейбницем. Он гласит: «Всякая мысль в процессе мышления должна быть достаточно обоснованной».

хорошо!». Но для этого нам надо как минимум стать немцами. Хочет ли этого простой россиянин? Его об этом вообще хоть кто-нибудь спрашивал?¹⁹¹

Рога. Разновидность создания аналогий. Это специализация пропагандистской технологии «наведение ассоциаций». Смысл её заключается в создании отрицательных ассоциаций с атакуемой информационной сущностью путём смешивания её элементов с элементами заведомо негативных информационных сущностей. Работает она очень просто: в сообщениях СМИ объект специально привязывается к определённому рода контекстам, вследствие чего создаются ассоциации между этим объектом и данными контекстами. Например, азербайджанцы начинают фигурировать исключительно в новостях криминальной хроники, в результате чего у читателей начинает формироваться ассоциация «азербайджанцы – криминал».

Наиболее часто этот приём используется властью во время предвыборных кампаний. Если, например, логотип политической партии на картинке совместить со свастикой, а потом эту картинку распространить в сети Интернет, то в сознании увидевших картинку сложится ассоциация между данной партией и фашизмом, что вряд ли увеличит её рейтинг, по крайней мере, в России. Показателен также в этом смысле один из лозунгов либералов, который был распространён на выборах президента в 1996 году: «Хочешь хлеб покупать по талонам – голосуй за Зюганова!».

Приём «рога» можно использовать самыми разнообразными способами. Это может быть аналогия, например, лингвистическая, наподобие незначительного изменения одного слова в названии политической партии – «Едим Россию». Часто пиар-технологами используются известные отрицательные литературные персонажи или даже тотемные животные, которые воспринимаются у определённых народов как носители каких-то отрицательных характеристик. Например, медведь в России – это, скорее, положительный тотемный персонаж: большой, сильный, добрый и наивный. В западных же странах он воспринимается как хищник, олицетворяющий бессмысленность и жестокость. Поэтому президента России часто демонизируют с помощью вербального или визуального сравнения его с медведем.

Иллюзия документальности. Сообщение или новость кажутся тем достовернее, чем больше они подкреплены якобы реальными фактами, в качестве которых часто выступают сфабрикованные или вырванные из контекста события. Но так как их человек «видит собственными глазами» у него создаётся иллюзия непосредственного наблюдения за происходящим. Но это – обман, симуляция. Данное наблюдение – опосредованное. Т.е. оно основывается на сообщении, сделанном кем-то, для достижения определенного социально-психологического эффекта, с помощью использования специальных технических средств. Это означает, что данный «реальный факт»,

¹⁹¹ Разумеется, приведённый нами пример человека русской и немецкой национальности не означает, что мы имеем что-то персонально против немцев, как, впрочем, и любой другой национальности. Пусть немцы, американцы, французы и все остальные нации сохраняют «на здоровье» свою этническую идентичность, как и русские, точнее, россияне пусть остаются россиянами.

транслируемый, например телевидением, может быть, мягко говоря, иллюзорным... Но сознание человека раз за разом попадает на этот «психологический крючок» - слишком уж правдоподобно делается «рыбаком» видео-приманка.

По этой же самой причине, новость в газете, сопровождаемая фотографиями с места событий, вызовет больше доверия, нежели «голый» текст, потому что воздействует на чувственную сферу человека, апеллируя не к сознанию, а к его воображению. Ещё большее воздействие оказывают видеорепортажи. Способность напрямую транслировать происходящее является главным преимуществом телевидения, превращая его в мощное оружие пропаганды. Наибольший результат достигается тогда, когда репортаж ведётся из самой гущи событий, а зритель ощущает себя непосредственным участником разворачивающегося действия. Если такой репортаж сопровождается нужными словами, создающими требуемую картину происходящих событий в целом, то эта картина наверняка будет принята публикой как достоверная. Но вот вопрос: так ли это?

Ведь возможен монтаж, передёргивание фактов, заведомо ложная интерпретация событий и т. п. Примерно по такому сценарию ведётся информационная война. Например, берётся одна и та же «картинка» из боевых действий на Донбассе. Видеоматериал отснят одним оператором. Возможно, в кадре герои сюжета говорят одни и те же или почти одни те же слова. Но журналисты, комментирующие видеоматериал, смысл того, что мы видим, переворачивают наоборот. Один комментатор утверждает, что школу разбомбили ополченцы и их обвиняют в этом местные жители, а другой утверждает, что это сделали украинские националисты и именно в их адрес раздаются проклятья местных жителей. Как правило, это очень короткий эпизод, который длится на экране всего несколько секунд. По выхваченной из большого контекста (длительного по времени) картинке рядовому зрителю невозможно установить, кто из них говорит неправду. Да он и не ставит перед собой такой цели: «ведомый» своими глазами и эмоциями, он верит «документальным фактам».

Угроза. Данная стратегическая методика заключается в том, что агитация строится на критике того субъекта, который воспринимается целевой аудиторией как враг. Например, используя антиамериканские настроения в обществе, можно понизить доверие к оппозиции, просто заявив, что её деятельность финансирует госдеп США. По этой же причине агитация среди националистов редко обходится без упоминания мирового сионизма. Разновидность приёма – создание предварительно ярко выраженной угрозы, которая заставит людей бояться и искать защиту. После этого любая позиция, направленная против данной угрозы, будет вызывать больше доверия, чем она бы вызвала в обычной ситуации. Угрозой может быть что угодно: террористы, «русские фашисты», свиной грипп, глобальное потепление и т. п. Содержание стратегии «угрозы» определяется целями манипуляции, которыми могут быть, например, *отвлечение от внутренних проблем* (угроза национальной безопасности со стороны других государств), *оправдание военных действий* в

мирное время (превентивное использование вооружённых сил на территории других стран), *извлечение финансовой прибыли* (устранение якобы опасного для всего населения конкурента на рынке сбыта), *способ сохранения власти* (оправдание карательных операций против оппозиции внутри страны для защиты целостности государственного образования) и т. д., и т. п.

Искажение размеров. Особенность воздействия инфосферы на общественное сознание такова, что люди не всегда представляют себе масштабы тех явлений, о которых говорят в СМИ и которые обсуждаются в Интернете. Например, люди больше боятся погибнуть в результате теракта, чем в результате автокатастрофы, хотя, по статистике, число жертв автокатастроф значительно превышает число жертв террористических актов. Дело в том, что информационная активность вокруг какого-либо явления позволяет ему занять неэквивалентное его реальному статусу положение. Муслирование какой-либо проблемы в СМИ позволяет значительно повысить её значимость в сознании людей по сравнению с её реальной значимостью. И наоборот, замалчивание определённых вопросов приводит к тому, что население, за исключением тех людей, кого эти вопросы касаются непосредственно, думает, что этих вопросов не существует. Таким образом происходит искажение размеров в создаваемой у аудитории картине мира, где мухи могут вырастать до размеров слонов, а слоны превращаться в мух. Для получения эффекта данный приём должен применяться на длительных временных отрезках, поэтому его следует отнести к разряду стратегических.

Обычно стратегии «угроза» и «искажение размеров» используются вместе, отчего эффект от манипуляции многократно увеличивается. Так же как и стратегия «угроза», стратегия «искажение размеров» определяется целью манипуляции, которая и в этом случае может быть самой разнообразной. Например, заболевание СПИДом в чёрном рейтинге болезней, угрожающих человечеству, занимает далеко не первое место¹⁹². Но производители противозачаточных средств, искажая действительные размеры этой проблемы, а также преувеличивая (т. е. тоже искажая) эффективность своего товара, добиваются сверхприбылей. Военно-промышленный комплекс (ВПК) США постоянно преувеличивает потенциальные возможности своих вероятных противников (прежде всего России), чтобы обеспечить загрузку своих экономических мощностей государственным заказом. Находящиеся фактически на довольствии у ВПК США высокопоставленные чиновники на разных уровнях власти (президент, члены государственного департамента и др.) только в период с 2014 по 2016 год не раз объявляли Россию «вооружённым до зубов мировым злом».

Киношное преследование. Одним из самых распространённых штампов американских боевиков является преследование главного героя, при котором он, несмотря на все нанесённые удары, падения с высоты и огнестрельные

¹⁹² Первыми в этом списке идут сердечно-сосудистые заболевания, туберкулёз, которые в сотни раз больше, чем СПИД, «уносят» жизни людей.

ранения, в конце концов не только остаётся жив, но и выходит из схватки победителем.

По такому же принципу можно раскручивать какую-либо идею или деятеля, просто критикуя его, но такой критикой, которая вместо нанесения ущерба репутации критикуемого привлекает к нему внимание. Такого обратного результата достигали противники американского миллионера Трампа, который участвовал в предвыборной гонке за пост президента США 2016 года. Несмотря на скандальные заявления этого одиозного политика, от причастности к которым отказывались даже его соратника по партии, вопреки шквалу обрушившейся на него критики и компромата со страниц и телеэкранов СМИ, Трамп уже к середине гонки был в двойке лидеров, вплотную приблизившись к президентскому креслу.

Также неплохой результат может дать несколько «другой ракурс» использования этого приёма: изображение объекта жертвой в борьбе с несправедливостью и т. п. Типичный отечественный пример такого «киношного преследования» неоднократно используемый командой Ельцина образ обижаемого то властью, то бандитами справедливого, честного и простого человека, который из КПСС вышел, которого обижал сначала М. Горбачёв, а затем его вместе с машиной бандиты хотели утопить в Москве-реке.

Разновидностью этой методики также является откровенно слабая и топорная, с легко обнаруживаемыми грубыми приёмами вранья критика какой-либо идеи. Такая критика может создать ощущение, что раз отрицание идеи выливается в откровенную глупость, значит сама идея не так уж и плоха. Как и предыдущая методика, «киношное преследование» может применяться в разных масштабах: как стратегия и как частный приём. Именно так и произошло, например, когда на выборах губернатора Иркутской области в 2015 году стоящие у власти представители политической партии «Единая Россия», активно используя имеющийся у них административный ресурс, нагло превозносили несуществующие достоинства своего кандидата и откровенно сочиняли небылицы о кандидате-коммунисте. В результате был получен обратный эффект, который иногда именуют «протестным голосованием»: губернатором стал кандидат от КПРФ.

9. «Держать» людей в невежестве, культивируя посредственность

«Качество образования, предоставляемого низшим общественным классам, должно быть как можно более скудным и посредственным, с тем чтобы невежество, отделяющее низшие общественные классы от высших, оставалось на уровне, который не смогут преодолеть низшие классы», – считает Хомский.

По мнению Геннадия Селезнёва, примеры культивирования посредственности можно найти как на всех центральных телеканалах, так и среди массовых федеральных газет. «Сегодня любое издание, та же моя «Комсомолка», не будет продана, если там не будет бульварщины и желтизны. Если там не будет длинных ног и симпатичной девушки, издание фактически обречено на провал. В результате читатели начали бояться серьёзных статей, и

народ просто глупеет», – считает экс-спикер и бывший главред «Комсомольской правды».

Селезнёв уверен, такое «отупление аудитории» выгодно любой власти. Ведь массовые издания и телеканалы власть не критикуют и с властью не ссорятся. «А власть довольна тем, что СМИ её не обижают, кого надо, по заказу раздолбают, а кого надо, ни за что ни про что поддержат. Сегодня всеми этими процессами легко управлять», – констатирует он.

То же самое происходит и на телевидении. Настоящими героями последних лет стали главные участники ток-шоу «За стеклом», «Дом», «Пусть говорят» и др., которые представляют собой переделанные под массового зрителя социологические и социально-психологические технологии качественного полевого исследования. В основу упомянутых выше программ положено наружное и включённое наблюдение¹⁹³, фокус-группа¹⁹⁴. Этика проведения этих научных исследований предполагает гарантию анонимности его участникам, что позволяет получать более валидные (правдивые) результаты. В журналистике всё делается наоборот: эти методы предполагают «публичное раздевание», работу на зрителя, ориентацию на публичное проявление самых низменных инстинктов человека. То есть эти программы в принципе незачины и аморальны.

«Примером для подражания, для выстраивания моделей взаимоотношений молодых действительно становятся программы типа «Дом-2». Других примеров, тем более у молодёжи, нет. В результате они вынуждены самоидентифицировать себя с подобными людьми», – говорит Ирина Петровская.

Если «Дом-2» – это телепередача, ориентированная на молодёжную аудиторию, то «Пусть говорят», выходящая в самое рейтинговое время, рассчитана на все возраста. Цель её всегда одна и та же – публичное копание в чужом грязном белье, активизация низменных интересов и страстей человека, демонстрация образцов пошлого поведения и т. п. То есть всеми имеющимися в ток-шоу средствами доказывать сотням миллионов телезрителей, что они низкие, аморальные посредственные люди, которые достойны своего нищенского прозябания в этой жизни.

10. Заставить человека уверовать в то, что только он виновен в собственных несчастьях.

Эта стратегия вплотную примыкает к предыдущей и является её логическим продолжением. По мнению Глеба Павловского, восторгаться посредственностью – это, несомненно, хороший тон и наших элит: «Когда вы понижаете уровень запросов, то ваш собственный уровень выглядит не таким низким. Это «поддержание нас в режиме тупости» приносит немалые деньги СМИ и одновременно заставляет человека уверовать в то, что только он сам виновен в собственных несчастьях, которые происходят вследствие недостатка

¹⁹³ Включённое наблюдение – стратегия качественного исследования, предполагающая включённость наблюдателя в совместную деятельность с наблюдаемыми людьми.

¹⁹⁴ Фокус-группа – групповая дискуссия или групповое интервью. В процессе этого совместного речевого взаимодействия выясняются ценностные ориентации и нормы поведения участников дискуссии.

его умственных способностей. В результате вместо того чтобы восстать против сложившейся социально-экономической системы, человек начинает заниматься самоуничтожением, что вызывает подавленное состояние, приводящее в числе прочего к бездействию».

Одним из самых распространённых примеров усиления чувства вины у определённых социальных групп, по мнению экономиста Евгения Ясина, является поддержание в СМИ образа предпринимателя, наживающегося на простом народе. «Делается это преднамеренно, потому что предприниматель, который на самом деле жизненно необходим для страны, служит власти громоотводом, а кроме того, даёт власти возможность требовать от бизнес-сообщества денег на самые разные цели и программы», – говорит Е. Ясин¹⁹⁵.

Настоящие пугала, причём настойчиво, на протяжении многих лет, начиная примерно с 1985¹⁹⁶ года, делают СМИ из политиков и чиновников. О позитивном опыте их деятельности пишут избирательно¹⁹⁷ и мало. Можно по пальцам перебрать положительные материалы о деятельности «государевых мужей», которые могли бы быть примером для подрастающего поколения, часть которого впоследствии захотела бы продолжить их дело. В подавляющем большинстве сообщается о том, что они воры, беспринципные люди, готовые ради карьеры на любой неблагоприятный поступок. Показывается, что они живут в роскошных особняках, ездят на дорогих машинах, отдыхают в экзотических странах и т. п. Соответственно, чиновниками стремятся стать те молодые люди, которые хотят именно так жить, а не самоотверженно служить родине, «не щадя живота своего». А у остальной многомиллионной аудитории, исторически ненавидящей бюрократов, укрепляется впечатление, что в огромной армии чиновников и политиков всего два три честных, преданных отечеству, а не собственному карману человека. Простой здравый смысл подсказывает, что если бы это было так, то и страны уже давно не было... Но манипуляции и манипуляторам не нужен «здравый смысл». Манипулятор как бы заставляет человека признаться самому себе: «Мы – стадо баранов и сами виноваты, что у нас такие пастухи-хозяева».

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Дайте определение содержанию понятия «манипуляция».
2. Назовите элементарные признаки манипуляции и охарактеризуйте их.
3. Почему нельзя считать, что манипуляция это простой обман?
4. Почему перепрограммирование сознания приводит к изменению условий социализации?
5. Объясните, что в социальной психологии называется «заражением», «внушением», «подражанием» и «убеждением».

¹⁹⁵ Ольга Павликова «Профиль», №22, 13 июня 2011 г.

¹⁹⁶ Напоминаем, что 1985 год – начало перестройки в СССР, главным направлением которой стала гласность, т. е. возможность говорить разные неприятные вещи, в том числе о политиках и чиновниках публично.

¹⁹⁷ Избирательно потому, что, во-первых, о немногих (президент, один-два дипломата), а во-вторых, потому что преимущественно в период предвыборной кампании, когда люди по понятным причинам просто не верят тому, что пишут, особенно официальные СМИ.

6. Что с точки зрения социальной психологии объединяет эффекты Коллинса, Циллиха, Бодалева, Келли, Клапареда, стереотипизации, первичности, новизны и ореола?

7. Назовите и охарактеризуйте основные способы поражения и разрушения сознания человека?

8. Каковы основные принципы и стратегии контрпропаганды?

9. Каковы основные три способа разрушения нежелательных информационных сущностей и их сокрытия от целевой аудитории?

10. Какие способы манипулирования сознанием человека с помощью средств массовой информации входят в «список Хомского»? Приведите несколько конкретных приемов или технологий.

11. Объясните основной принцип действия технологии «Окна Овертона».

2.2. Критерии, формы и методы оценки уровня информационной социализации

В этом параграфе пойдет речь о специфике и проблемах эмпирического изучения информационной социализации человека. Теоретико-методологические положения убедительно доказывают, что современная культура является информационной, а само представление о мире и о себе как никогда зависит от информационного воздействия различных средств массовой коммуникации. Исходя из этого, становится очевидным, что особенность процесса современной социализации приводит к необходимости разработки как новой методологии и новых методов исследования, так и новых технологий и средств воспитания и образования (Бергер, Лукман)¹⁹⁸. Поэтому одной из важнейших проблем является изучение процесса информационной социализации, которая в настоящее время носит стихийный характер.

Культура информационного общества предполагает исследование не только когнитивных, но и эмоционально-личностных и поведенческих аспектов процесса информационной социализации. При этом можно, вслед за Н.Винером, рассматривать информацию как один из способов организации, структурирования образа мира. Это накладывает особую ответственность на носителей информации и способы её транслирования обществу¹⁹⁹. Даже при

¹⁹⁸ Бергер П., Лукман Т. [Berger P.L., Luckmann T.] Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995. Бергер Питер Людвиг (нем. Peter Ludwig Berger; 17 марта 1929, Вена) — австрийский лютеранский теолог и социолог, живущий в США, представитель социально-конструктивистского направления в социологии. Лукман Томас (нем. Thomas Luckmann; 14 октября 1927, Югославия) — немецкий социолог, профессор социологии Констанцкого университета (ФРГ), ученик и последователь Альфреда Шюца, ведущий представитель феноменологического знания социологии.

¹⁹⁹ Голубева Н.А., Марцинковская Т.Д. Информационная социализация: психологический подход [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. №6(20). С.2. URL:<http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421100116/0061.

самом поверхностном анализе влияния разных средств информационного воздействия и взаимодействия, становится очевидной важность анализа пяти компонентов массовой коммуникации, по схеме, предложенной Г. Лассуэллом: *кто сказал; что сказал; через какой канал коммуникации; кому; с каким результатом*. Эти компоненты обычно и попадают в поле исследования социальных психологов и социальных педагогов. Но наибольшую важность приобретает тот фактор, что люди склонны выбирать определенные источники информации, в том числе, исходя из индивидуальных особенностей восприятия и переработки информации. Так, выделяются *люди когнитивно простые и когнитивно сложные*, предпочитающие вербальный, образный или слуховой анализаторы в качестве ведущих при выборе способов получения информации. Одни предпочитают информацию, носящую досуговый характер, расслабляющую, другие, наоборот, стимулирующую к действию, помогающую быстро сориентироваться в выборе способа поведения, третья важна информация, побуждающая к размышлению, анализу различных позиций. Следовательно, можно предположить, что анализ индивидуальных и личностных особенностей людей может быть одним из способов, как прогнозирования выбора СМИ, так и выбора способа максимально эффективного воздействия.

С точки зрения интенциональности²⁰⁰ и изучения уровня интериоризации²⁰¹ полученной информации наиболее интересными и сложными для исследования являются первый и последний компоненты схемы Лассуэлла, то есть – «что было сказано» и «к какому результату это может привести». Можно говорить о двух разных подходах к исследованию информационной социализации – *внешнем*, изучающем, прежде всего, виды и способы подачи информации, и *внутреннем* – изучающем, главным образом, как перерабатывается, присваивается информация и к каким последствиям в структуре и поведении личности эта информация приводит. При этом информационное пространство не может рассматриваться изолированно от общего пространства социализации человека, оно входит в общую структуру поля социализации. Учитывая вышесказанное, представляется целесообразным выделить несколько критериев, на основании которых можно разделить источники информации на группы. Такими критериями могут быть: *степень влияния или степень доверия к информации; форма представленности информации* (визуальная, вербальная, аудиоинформация); *принадлежность к*

²⁰⁰ *Интенциональность* (от лат. *intentio* — намерение) — понятие в философии, означающее центральное свойство человеческого сознания: быть направленным на некоторый предмет.

²⁰¹ *Интериоризация* (от фр. *Intériorisation* — переход извне внутрь и лат. *Interior* — внутренний) — формирование внутренних структур человеческой психики посредством усвоения внешней социальной деятельности, присвоения жизненного опыта, становления психических функций и развития в целом. Любое сложное действие, прежде чем стать достоянием разума, должно быть реализовано вовне. Благодаря интериоризации мы можем говорить про себя и собственно думать, не мешая окружающим. Благодаря интериоризации психика человека приобретает способность оперировать образами предметов, которые в данный момент отсутствуют в его поле зрения. Человек выходит за рамки данного мгновения, свободно «в уме» перемещается в прошлое и в будущее, во времени и в пространстве.

определенным информационным группам (печатные или электронные, фильмы, книги, журналы, музыка и т.д.); *содержание информации* (искусство, здоровье, развлечения, хобби, мода, косметика, автомобили и т.д.); *целевая направленность информации* (возрастная, гендерная, профессиональная, и т.д.)

В зависимости от института социализации (издания, группы изданий) и в соответствии с его особенностями происходит процесс категоризации и, затем, самокатегоризации человека. На основании этого вырабатывается не только отношение-переживание представленной в данном виде издания информации, но и выбор группы, стиля поведения, иногда и стиля жизни в целом. Поэтому часто по выбору наиболее значимого для человека источника информации можно судить и о его интересах, и о группе идентичности, и, наоборот, можно на основании самокатегоризации или групповой идентичности предположить направление информационной социализации (Т.Д.Марцинковская)²⁰².

Несомненно, что информационная социализация связана с социальными представлениями людей, так как установки и апперцептивные поля людей²⁰³ не могут не повлиять в качестве своеобразного «избирательного внимания» на выбор и источника, и содержания информации. В то же время сама воспринимаемая информация влияет на уже имеющуюся систему понятий, изменяя или частично модифицируя ее. Особый интерес в этом плане представляют электронные средства массовой информации, как в плане способа подачи материала, так и в плане более глубокого воздействия на личность реципиентов. При этом важным моментом является то, кто и на кого из них наиболее активно воздействует. Например, Интернетом пользуются чаще подростки и молодёжь, для которых Интернет стал одной из привычных граней бытия, и для которых пользование электронными СМИ не представляет сложностей, в отличие от старших поколений.

Можно говорить о двух вариантах влияния средств массовой коммуникации на человека в зависимости от формы этого влияния – *непосредственной* или *опосредованной* разными факторами и условиями. Непосредственное, прямое влияние основывается на механизмах

²⁰² Марцинковская Татьяна Давидовна – российский психолог, доктор психологических наук (1995), профессор (1998). Специалист в области методологии и истории психологии, философии и психологии культуры, исторической психологии личности. Под руководством Т. Д. Марцинковской защищены 34 кандидатских и 1 докторская диссертации. Является членом трех советов по защите докторских диссертаций (ПН РАО, ИП РАН и ф-т психологии МГУ), членом редколлегии журналов «Вопросы психологии», Вестник Санкт-Петербургского университета (серия «Психология»), «Культурно-историческая психология», главным редактором журнала «Психологические исследования». Автор более 200 работ (в том числе более 40 монографий и учебных пособий).

²⁰³ *Апперцептивные поля людей.* В своем подавляющем большинстве ученые склонны трактовать апперцепцию как предпосылку и процесс восприятия как такового. Апперцептивные поля людей это те, психологические акты благодаря которым, при активном участии внимания и при воздействии ранее сложившихся комплексов психических элементов, мы ясно и отчетливо воспринимаем данное психическое содержание, в частности, новое содержание. Апперцепция включает в себя восприятие мыслящим себя в качестве мыслящего. Это рефлексия. Ее наличие или отсутствие определяет степень интеллектуальной, собственно человеческой степени развития человека (П. Я. Гальперин, Ю. Б. Гиппенрейтер).

эмоционального межличностного заражения. Другая форма влияния опосредуется индивидуально-личностными и социально-личностными факторами.

При этом надо учитывать, что мировая культура, базирующаяся на вербальном способе познания мира, всё более и более становится визуальной, т.е. той, в которой доминируют визуальные способы восприятия информации. Сегодня ведущим способом, образующим картину мира, становится образ, а основную информацию о нём несут зрительные гештальты²⁰⁴, поэтому актуальность приобретают работы психологов, которые исследуют способы перекодирования вербальной информации в образную. При этом важным моментом является способность того или иного образа не только нести информационную нагрузку, но и вызвать определенные переживания. С этой точки зрения оптимальными в качестве информационных эталонов являются художественные образы. Совершенно справедливо считается, что художественный образ несет определенную содержательную и смысловую нагрузку. А форма художественного произведения помогает восприятию этих образов через отождествление автора и зрителя, которые способствуют слиянию смыслов в процессе их информационного взаимодействия и, возникающего на основе этого, совместного эстетического переживания²⁰⁵.

Именно «эмоциональное переживание» является одним из важнейших факторов такого социально-психологического явления как информационная война, которая сегодня стала неотъемлемой частью социального бытия человека. Она является средством поражения сознания людей и поэтому закономерно её содержание и эффекты являются областью социальной педагогики, главная цель которой приходит на помощь человеку, оказавшемуся в трудной жизненной ситуации. По мнению С.П. Расторгуева «Информационная война раскрывается именно через последовательность задаваемых информационной самообучающейся системе провокационных вопросов. <...> Важный вывод, который всегда надо помнить, заключается в том, что «в глупом месте умный вид совсем не нужен», т.е., если будут заданы глупые вопросы, то будут выданы и глупые ответы, а тем самым человек, страна, человечество сами собой развернутся и пойдут в обратную сторону, безвозвратно теряя свои интеллектуальные составляющие. И это объяснимо, когда для выживания аналитические способности только вредят, например,

²⁰⁴ *Гештальты* - (нем. Gestalt – форма, образ, структура) пространственно-наглядная форма воспринимаемых предметов; в переносном смысле употребляется также по отношению к психическим и культурно-историческим образованиям. Гештальт определяют как специфическую организацию индивидуальных частей, которая создает целостность. Данный термин подразумевает уникальность организации элементов, - это означает, что целое не является механической суммой частей. Так, например, семь нот составляют октаву, только будучи сгруппированы в определенном порядке.

²⁰⁵ Голубева Н.А., Марцинковская Т.Д. Информационная социализация: психологический подход [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. №6(20). С.2. URL:<http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421100116/0061.

когда вокруг настоящий хаос, то мозги должны отмирать. Если хаос создается умышленно и сгенерированные им вопросы также задаются умышленно, то именно в этом случае речь и идёт об «информационной войне» в широкой трактовке данного понятия».²⁰⁶

Информационная безопасность представляет собой социальное, социально-психологическое, социально-педагогическое, а не чисто техническое явление. В социальном плане информационная безопасность это не только защита информации, но и организационные, правовые и другие меры, направленные на обеспечение устойчивого, стабильного развития общества и государства. В социально-психологическом плане информационная безопасность связана с многочисленными приёмами управления поведением и ценностной ориентацией человека с помощью «доставки» в его сознание разнообразной информации. В социально-педагогическом аспекте информационная безопасность это специальная образовательная деятельность, направленная на предупреждение, (профилактику) и нейтрализацию информационного насилия, с целью обеспечения социализации личности.

Информационная безопасность человека в этих аспектах (социальном, социально-психологическом и социально-педагогическом) имеет прямую зависимость от состояния его информационной культуры, т.е. культуры потребления информации, информационной грамотности и компетентности. В связи с этим содержание этих понятий, их социально-психологическая и прочие характеристики попадают в поле зрения социальных педагогов.

Информационная культура сегодня, как нами уже отмечалось в п.1.8. требует от современного человека новых знаний и умений, особого стиля мышления, обеспечивающих необходимую социальную адаптацию к переменам и гарантирующих достойное место в информационной среде. Она может выполнять следующие функции: *регулятивную*, поскольку оказывает решающее воздействие на всю деятельность, включая информационную; *познавательную*, так как непосредственно связана с исследовательской деятельностью субъекта и его обучением; *коммуникативную*, поскольку информационная культура является неотъемлемым элементом взаимосвязи людей; *воспитательную*, ибо информационная культура активно участвует в освоении человеком всей культуры, овладении всеми накопленными человечеством богатствами, формировании его поведения. Обобщенно информационную культуру можно охарактеризовать как: совокупность знаний и представлений, накопленных в процессе развития человечества. Человек овладевает ими на определенных этапах формирования собственной информационной культуры. Поэтому информационная культура человека, напоминаем²⁰⁷, - это компонент общей культуры общества или его части. Этот

²⁰⁶ Расторгуев С.П. Философия информационной войны. Научное издание. Издательство: Вузовская книга, МПС. - 2003

²⁰⁷ См. параграф 1.8. данного учебного пособия.

компонент «проявляется» во всех видах работы его с информацией. Из чего следует, что это особый аспект социальной жизни человека, предмет, средство и результат его социальной активности. Следовательно, мы можем определить, что **информационная культура личности** – *одна из составляющих частей общей культуры человека; совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных технологий.* В качестве личностного феномена информационная культура отдельного человека своеобразно преломляет в себе весь его внутренний мир и, прежде всего, его интеллектуальную составляющую.

Исследователи Н.А. Голубева и Т.Л. Марцинковская пишут: «Чем богаче внутренний мир личности, тем более благоприятны условия для формирования информационной культуры. Информационная культура определенным образом соотносится с объемом информации, которым владеет человек. Но это соотношение не носит характер прямой пропорциональной зависимости, оно более сложно и неоднозначно. Становление личной информационной культуры происходит повседневно. С одной стороны, этот процесс структурируется, организуется и направляется системами обучения и воспитания, а с другой – информационная культура формируется в процессе повседневной деятельности под влиянием усвоения бытовых знаний и умений, информации средств массовой коммуникации, в процессе общения.

Влияние современной информационной техники на формирование и развитие личности определяется существенным расширением объема и характера доступной человеку информации, форм ее получения и преобразования. Однако технологизация и универсализация условий жизни ведут к унификации земных благ, стандартизации материальных и духовных потребностей. Усиление влияния социальных стереотипов ведет к тому, что распространение духовной культуры на современном этапе общественного развития приобретает все более массовый характер. В результате производство информации становится на поток. Создание духовных ценностей превращается в такое же коммерческое дело, как и производство автомашин, станков, самолетов. Происходит как бы «овеществление» духовной культуры и ее творцов. Массовые средства информации снабжают общество образцами и нормами поведения, диктуют не только что следует читать, но и как следует думать. Для незрелой личности продукция массовой культуры зачастую оказывается единственным источником, из которого она черпает информацию. Отсюда, защита личности от воздействия массовой культуры и информационных манипуляций возможна лишь в той степени, в какой личность владеет информационной культурой.

Информационная культура общества находится в тесной связи с соответствующим аспектом культуры людей, живущих в этом обществе и составляющих его: без одного просто нет другого. Но любой социум, конечно же, не эквивалентен сумме входящих в него индивидов. Культуру общества

нельзя представить как результат механического сложения качеств людей. Точно также информационная культура отдельного человека не может рассматриваться в виде среднеарифметической или среднестатистической величины в масштабе всего общества.

Формирование информационной культуры является одной из главных задач современного общества, поскольку: *во-первых*, она определяет социально необходимый уровень информированности индивида, соответствующий уровню развития общества; *во-вторых*, она формирует систему ценностных ориентаций, проявляющуюся в отборе циркулирующей информации, ее оценке, критическом осмыслении; *в-третьих*, информационно-культурная среда способствует усвоению индивидом знаний и ценностей в форме преобладающих в данную эпоху стереотипов; *в-четвертых*, непосредственным помощником в становлении и воспитании информационной культуры личности сегодня выступают новые информационные технологии, владение которыми становится составной частью информационного общества и способствует наиболее полному раскрытию личности во всех видах деятельности, включая и профессиональную»²⁰⁸.

Нормативно-оценочными критериями по отношению к информационной культуре и прошлого, и настоящего, и будущего могут быть определения «низкая», «высокая», «оптимальная», «недостаточная» и т.д.). По мнению А.П. Суханова²⁰⁹ близкий к оптимальному уровень информационной культуры должен предусматривать наличие следующих условий: организацию наряду с вещественным и энергетическим обменом наиболее рационально устроенного обмена информацией; создание необходимых и достаточных условий для сбора, хранения, переработки и передачи информации; приобщение в равной степени всех людей к ценностям духовной культуры; оперативное обеспечение необходимыми сведениями и знаниями всех абонентов, подключенных к системе сбора, хранения, переработки и передачи информации. Она же определяет, что информационная культура включает в себя в качестве неотъемлемых такие характеристики, как: необходимый и достаточный объем сведений, их оптимальная избыточность, высокие эстетические достоинства, социальная значимость, познавательная, морально-нравственная ценность и др.

Критериями информационной культуры человека можно в технологическом аспекте считать: умение адекватно формулировать свою потребность в информации, эффективно осуществлять поиск нужной информации во всей совокупности информационных ресурсов, перерабатывать информацию и создавать качественно новую, вести индивидуальные информационно-поисковые системы, адекватно отбирать и оценивать информацию, а также: способность к информационному общению и компьютерную грамотность. Условно говоря, в данном случае идёт речь об

²⁰⁸ Голубева Н.А., Марцинковская Т.Д. Информационная социализация: психологический подход [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. N 6(20). С. 2. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421100116/0061.

²⁰⁹ Суханов, Анатолий Павлович (р. 1931) — спец. по соц. филос. и информологии; д-р филос. наук, проф.

информационной грамотности человека²¹⁰. **Критериями информационной культуры в социально культурном аспекте выступают** разнообразные познания природной и социальной действительности как общества в целом, так и отдельно взятой личности человека. В жизнедеятельности общества и человека это проявляется в разных аспектах.

Во-первых, информационная культура способствует процессу познания человеком самого себя и его предметов культуросозидающей деятельности. Этот аспект означает, что человек, обладающий высоким уровнем информационной культуры: *способен к социальной самоидентификации, к оценке социальной деятельности, её результатов (эффектов), как самого себя, так и деятельности других людей.*

Во-вторых, информация, имеющая социально-образовательную природу помогает человеку осваивать современную культурную реальность, овладеть знаниями предыдущих поколений. В этом случае высокий уровень информационной культуры человека обуславливает его *социальную активность и мобильность. Т.е. у него значительно больший репертуар социальных ролей и статусных позиций, которые он потенциально готов исполнять и занимать.*

В-третьих, информационная культура выступает самой реальностью, ценностью и атрибутом непосредственно культурного бытия, необходимым условием, связывающим отдельную личность с государством и миром в целом. Это означает, что человек *является носителем общечеловеческих ценностей и, выработанной на основе их, личной системы ценностей, способен приносить новые смыслы социального бытия как в общество, так и в свою жизнь, превращая её в акт жизнетворчества.*

Поток информационной продукции в современную эпоху приводит к следующим негативным тенденциям в личностном развитии человека, особенно, детей и молодежи: 1) отклонения в физическом развитии; 2) негативные эмоциональные состояния; 3) киберзависимость; 4) проблемы, связанные с сексуальным поведением; 5) формирование поведения, связанного с риском для жизни и опасного для здоровья; 6) кибербуллинг.

Новые средства информации и коммуникации, взаимодействия в Интернет-сообществах выступают в качестве особой формы диалога, способной оказать влияние как на распространение в обществе идей вражды, ненависти и агрессии, закреплении их в групповом и индивидуальном сознании человека, так и на формирование уважения, взаимоуважения и культуры достоинства, а также выполнять чрезвычайно важную роль, как позитивную, так и негативную в обеспечении информационной и психологической безопасности, как отдельной личности, так и всего общества в целом.

²¹⁰ Информационная грамотность включает следующие навыки: 1) выявление/осознание информационных потребностей; 2) выявление источников информации; 3) определение местоположения или поиск информации; 4) анализ и оценка качества информации; 5) организация, хранение или архивирование информации; 6) использование информации в соответствии с этическими нормами эффективное и результативное; 7) создание и обмен новыми знаниями

Обобщая изученный теоретический материал, мы можем констатировать, что феномен информационной социализации человека базируется на его информационной культуре, диалектически связанными между собой компонентами которой являются технологический и социокультурный аспекты. Поэтому логично предположить, что **критериями и показателями информационной социализации являются** взаимно дополняющее сочетание этих аспектов в социализации человека, протекающей в процессе интенсивного потребления различного рода информации, которая прямо или опосредованно, осознанно или подсознательно воздействует на процессы формирования социального образа человека. В нашем учебном пособии за основу классификации таких критериев был взят оценочно-результативный компонент из модели ценностного самоопределения взрослых в процессе образовательного взаимодействия читателей и журналистов в СМИ²¹¹. Согласно этой модели, информационное взаимодействие может анализироваться с помощью следующих критериев и показателей: *когнитивный* (знания, получаемые в процессе потребления информации и информационного взаимодействия о себе, времени, цели и смысле жизни); *эмотивный* (целостное отношение, которое формируется в процессе информационного взаимодействия к будущей жизнедеятельности и определяет ценностные ориентации личности); *деятельностный* (совокупность умений найти, обработать, создать и транслировать информацию для достижения жизненно важных целей и построения временной перспективы жизнедеятельности) (В.Д.Повзун); *рефлексивный* (способность анализировать информационное взаимодействие во всех его видах и формах, соотнесение целей и результатов этой деятельности для корректировки и проецирования дальнейшей деятельности).

Таким образом, нами предлагается следующая *классификация критериев и показателей*:

1. Когнитивный:

- умение *самоидентификации*, т.е. определения в получаемой информации важных личностных смыслов;
- умение *применять получаемые знания (информацию) для самопрезентации в процессе информационного взаимодействия*;
- умение *привлекать получаемые знания (информацию) для понимания социально-экономических процессов происходящих в обществе*;
- умение *опираться на получаемые знания (информацию) при определении стратегических жизненных целей*, через которое приходит человек к пониманию общественного и индивидуального смысла жизни.

2. Эмотивный:

- умение *находить в имеющейся информации социальные смыслы, а в создаваемую информацию привносить такие смыслы*;

²¹¹ Гордин А.И. Социально педагогические эффекты общественно-образовательной деятельности сибирской литературной газеты. Монография. - Иркутск: Изд-во ВСГАО, 2012. – 218 с.

- умение творчески интерпретировать получаемую информацию для более эффективного достижения целей социального взаимодействия;

- умение в получаемой информации и в процессе информационного взаимодействия определять ценности, выстраивать их в общественную и индивидуальную иерархию и формировать на основе этого собственную систему ценностей.

3. Деятельностный:

- умение обеспечить свободный доступ к разным источникам получения информации с помощью расширения круга непосредственного и опосредованного общения с реальными людьми, а так же с помощью знаний, умений и навыков владения различными техническими средствами;

- умение быстро найти необходимую информацию: используя людей, учреждения и организации (библиотеки, загсы, военкоматы, статистические отделы и др.), технические средства (компьютер, телефон и др.);

- умение формировать содержание информации согласно целям, задачам и специфике конкретного вида деятельности (наука, искусство, публицистика, экономика, политика и т.п.);

- умение творчески подходить к транслированию информации в процессе непосредственно, в ходе прямого межличностного информационного взаимодействия и опосредованно - через СМИ, Интернет, телефонную связь и др. технические средства;

4. Рефлексивный:

- умение сравнивать, анализировать, абстрагировать, синтезировать, обобщать и критически осмысливать получаемую информацию, опираясь на законы формальной логики и социальной психологии;

- умение сравнивать, анализировать, абстрагировать, синтезировать, обобщать и критически осмысливать создаваемую и транслируемую самостоятельно информацию, опираясь на законы формальной логики и социальной психологии;

- умение опираться при определении социальных смыслов информации на социальное воображение, социальную интуицию, социальную память и мышление.

Каких же социальных эффектов может достичь человек в процессе информационного взаимодействия, которое в нашем учебном пособии неотделимы от понятия информационная социализация?

Предполагается, что в процессе информационной социализации человек может достигать мета-эффектов и конкретно-содержательных эффектов.

Под конкретно-содержательными эффектами, согласно Е.А. Соколовской, Т.В. Шадринной²¹² и др., нами понимаются социальное-практические результаты информационного взаимодействия. Например, расширение

²¹² Соколовская, Е.А., Шадринна Т.В. Понятийно-категориальная сетка» научной рефлексии деятельности учреждений постдипломного образования педагогов // Постдипломное образование: проблемы, опыт и перспективы : материалы у международной научно-практической конференции кафедры педагогики и андрагогики. – СПб.: СПбАППО, 2004.

образовательного пространства, базовых знаний авторов и читателей, развитие гражданского самосознания авторов и читателей, способствование самоактуализации творческих личностей, способствование устранению разрыва между поколениями и т.п.

Под *мета-эффектами* понимаются: интерпретативная компетентность личности или совокупности личностей, объединенных какой-то информационной деятельностью, расширение горизонта зрения на социально-экономические и иные ситуации и принятие в последствии компетентных решений, которые могут и должны помочь понять человеку ценностно-смысловую направленность его развития. В процессе информационного взаимодействия, которое всегда имеет ценностно-направленный образовательный смысл, человеку необходимо осознать роль полученной информации в разрешении жизненно и профессионально значимых проблем на теоретическом уровне. Для этого он должен адекватно оценить потенциал имеющейся у него информации и как она вписывается в его мировоззрение: достаточен он или нет для эффективного проявления знаний в различных сферах жизнедеятельности. Это поможет сориентироваться на получение, в связи со сложившейся жизненной ситуацией, определенной новой суммы знаний, а в дальнейшем поможет продумать интерпретацию событий, явлений в своей жизни уже с позиции полученного нового знания (информации).

Соответственно *конкретно-содержательными социальными эффектами* информационной социализации в нашем случае будут:

1. Расширение базовых знаний коммуникаторов и реципиентов²¹³; выработка у них устойчивых представлений о необходимости для общества и личности жизнеспособной деятельности, которая в этом случае будет ими восприниматься как жизнотворчество.

2. Расширение информационно-ценностного пространства; совместная гуманистическая творческая деятельность индивидов из различных социальных групп; развитие диалогичности мышления коммуникаторов и реципиентов.

3. Выход коммуникаторов и реципиентов на уровень интеграционного согласования опытов, предполагающего переосмысление личностного и профессионального опыта с учетом опыта людей, «живущих» в других социальных группах, работающих в других сферах деятельности, что позволяет значительно расширить знания участников информационного взаимодействия, а их информацию сделать более понятной и доступной друг для друга.

4. Восприятие коммуникаторами и реципиентами информационного взаимодействия как андрагогического взаимодействия²¹⁴, в основе которого

²¹³ Коммуникаторов и реципиентов – под коммуникаторами мы подразумеваем, людей транслирующих информацию, а под реципиентами – людей принимающих информацию (прим. автора).

²¹⁴ Андрагогическое взаимодействие - образовательный диалог, который в результате субъектных отношений между андрагогом и слушателем, способствует «выявлению новых смыслов, идей, способов их интерпретации. Таким образом, возникает общее пространство – мыслей, эмоций, решений – в котором осуществляется своего рода «интеграционное согласование» (Гордина О.В., Гордин А.И. Информальное и неформальное образование взрослых. Монография. - Изд-во Copyright © 2011 LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG, 241 с.)

понимание, что обмен информацией это всегда процесс взаимного социального обучения.

5. Для информационного взаимодействия коммуникаторов и реципиентов характерны надситуативность и прогностичность совместного мышления.

6. В процессе информационного взаимодействия коммуникаторов и реципиентов происходит развитие ассертивности – непосредственного и честного выражения чувств, облеченного в разные коммуникативные формы.

7. В процессе информационного взаимодействия коммуникаторов и реципиентов происходит развитие умения себя идентифицировать с другим человеком как неперемного условия субъектной жизнедеятельности.

8. Информационное взаимодействие направленно на осознанное структурирование своего жизненного пути, восприятие человеком жизни как творчества, придающего ей целостность, а также социальный, экономический и духовный смыслы.

9. Проявляется в том, что у коммуникатора или реципиента (или у них совместно) вырабатывается привычка уметь определять отрицательные конкретно-содержательные эффекты (риски) транслируемой информации.

10. Прослеживается в понимании коммуникаторов и реципиентов того, что они должны быть социально ответственны за содержание транслируемой в ходе информационного взаимодействия информации, уметь предвидеть последствия её публичного артикулирования. Формально наблюдается в развитии их гражданского самосознания.

11. Проявляется в самоактуализации, самопрезентации участников информационного взаимодействия, в том, как транслируемая информация помогает им осуществлять их самостояние в жизни, как людей, которые могут максимально реализовать свой человеческий (т.е. социальный) потенциал в общественной и личной жизни.

12. Прослеживается в улучшении социального самочувствия участников информационного взаимодействия в результате передачи своего жизненного и профессионального опыта в новых социально-экономических условиях другим людям.

Мы предполагаем, что *социальными мета-эффектами информационной социализации* будут:

1. Осознание участниками информационного взаимодействия того, что получаемая и транслируемая информация – это важная часть непрерывного образования, которое необходимо в современном информационном обществе. Т.е. это понимание того, что новая информация – это новые знания, которые могут быть востребованы в том или ином виде в различных жизненных ситуациях.

2. Установка на принятие во время информационного взаимодействия позиции другого человека, равноправное сосуществование различных субъектов, направленное на созидательную деятельность для получения позитивных результатов. Признание ценности участия в коллективной социально-позитивной деятельности, связанной с поиском, формированием и транслированием информации.

3. Стремление к интеграции опытов в процессе информационного взаимодействия в разных областях жизни для достижения позитивных и успешных результатов в профессионально-личной деятельности.

4. Умение проводить «демаркационную линию» между теоретическими императивами и конкретными возможностями их реализации в процессе информационного взаимодействия.

5. Осознание того, что информационное взаимодействие может способствовать развитию конструктивного мышления его участников.

6. Осознание того, что информационное взаимодействие может способствовать развитию непосредственного и честного выражения чувств его участниками как предпосылки «жизни не во лжи».

7. Осознание того, что информационное взаимодействие может способствовать формированию умения сохранять самообладание его участникам в условиях неопределенности и выступать примирителями и посредниками между конфликтующими сторонами.

8. Умение открывать (не переделывать!) и умножать потенциальные возможности личного и общественного бытия с помощью открытия новых векторов социальной жизни в процессе информационного взаимодействия, которое выражается в потенцировании бытия человеком.

9. Умение негативный опыт превращать в позитивный результат в процессе информационного взаимодействия, которое выражается в потенцировании мышления человека.

10. Понимание того, что любое информационное взаимодействие предполагает социальную ответственность его участников за результаты этой деятельности. В андрагогике это называется отраженной субъектностью.

11. Ориентация на позитивные результаты информационного взаимодействия, выраженные в психологической самодостаточности его участников.

12. Способность в процессе информационного взаимодействия к интерпретации прежнего жизненного и профессионального опыта в современных социально-экономических условиях как один из способов улучшения социального самочувствия его участников.

Важно подчеркнуть, что говоря об эффективности информационной социализации с точки зрения социальной психологии и социальной педагогики, необходимо понимание того, что это взаимно обусловленный социальный процесс, с одной стороны, являющийся результатом воздействия сложившегося информационно ценностного пространства в информационном обществе, а с другой стороны, это процесс формирования этого же ценностно-смыслового поля. Другими словами, информационное взаимодействие между людьми способно преобразовывать информационное сообщество, при условии более осмысленного и социально ответственного подхода к информационной социализации.

Для определения эффективности информационной социализации личности используются стандартные количественные и качественные социально-психологические диагностические методики, определяющие:

способность человека к коммуникации и диалогичности мышления; к творческому и критичному мышлению; уровень его социальной идентификации, социального интеллекта, социального самочувствия и другие социально-психологические характеристики, сигнализирующие о том, как информация влияет на адаптацию, индивидуализацию и интеграцию человека в общество.

Остановимся коротко, в обзорной форме, на некоторых методологических подходах к выбору направления исследования выделенных нами характеристик.

Способность человека к коммуникации определяется умением: найти, интерпретировать, формировать, презентовать и транслировать информацию. Т.е. уметь пользоваться различными, в том числе и техническими средствами для обнаружения и извлечения необходимой информации. Уметь занимать определенные позиции коммуникатора (скрытую, открытую, отстраненную), логично и последовательно формировать (создавать в письменном, устном или ином виде²¹⁵ информацию. Обладать способностью адекватно оценивать и содержать в надлежащем порядке информационный канал, включая собственный интеллект и сознание. Иметь навыки кодировки и декодировки информации, придание ей формы соответствующей потребительскому интересу и социокультурной особенности аудитории, которой она адресуется. Уметь выстраивать межличностные и общественные отношения во время коммуникативного процесса с учётом норм поведения и ценностей, принятых в цивилизованном обществе. И др.

Способность человека к диалогичности мышления базируется на умении человека общаться со своим внутренним «Я», с другими людьми и обществом (социальной группой). Для этого ему необходимы навыки самоидентификации и идентификации. Диалогичность предусматривает адекватную оценку поступающей к человеку и транслируемой им информации. На уровне общения со своим внутренним «Я», это способность человека честно анализировать информацию о своей жизнедеятельности в диалоге, образно говоря, со своей совестью. На уровне общения с другими людьми это умение себя поставить во время общения на место другого человека, как источника информации, формирование и транслирование которой, обуславливается психофизическими особенностями данной личности. На уровне общества это умение определять и соблюдать ценности и нормы поведения общества, в котором человек живёт, работает, отдыхает, занимается творчеством и т.п.

Способность человека к творческому (креативному) мышлению выражается в умении нестандартно подойти к процессу поиска, формирования, интерпретации (понимания, анализа) и транслирования информации. Для того чтобы появилось творческое решение, творческая личность должна быть по-настоящему увлечена и предана идее, лежащей в основе поиска необходимой информации. Левин назвал желание работать над задачей «принятием личных обязательств», что подразумевает тесную связь между мотивацией,

²¹⁵ Т.е. в виде фотографий, рисунков, видео и т.п. (прим. – автора).

трудолюбием, потраченным временем и желанием изучать возможные варианты.

Важным моментом творческой деятельности является осмысление конечного или промежуточного результата. Такая «оценка» может быть сама по себе творческим актом. Например, в литературно-художественном творчестве в качестве осмысления конечного результата могут быть рассмотрены послесловия, эссе, мемуары и т.п. В техническом творчестве или, лучше сказать, на этапе генерирования идей любого акта творческой деятельности такая «оценка решений» необходима для того, чтобы разорвать замкнутый круг генерирования всё новых и новых идей и их исследования.

Психологи выделяют в творческой деятельности человека два момента, оказывающих важное влияние, как на сам процесс, так и на его конечный результат. Первый они называют инсайдом. *Инсайт* обычно описывается как неожиданное нахождение решения. Второй момент – *инкубация*. Психологи его понимают как период, в течение которого человек не работает над задачей активно, но после которого он оказывается способным найти удачное решение проблемы²¹⁶.

Внешне неожиданной находке любого творческого решения предшествует длительная работа подсознания, художественно-творческого и понятийного мышления. Информация, хранящаяся в подсознании и сознании человека, то есть в его внутренней и внешней памяти, взаимно переплетается друг с другом и образует сеть, похожую на паутину. Когда кому-то в голову «неожиданно» приходит новая идея, значит, его сознание, ведомое подсознанием, удачно проделало путь по своей сети знаний от одного места до другого – новая идея представляет собой соединение прежде несоединённых узлов. Таких несоединённых узлов и во внешней, и во внутренней памяти человека множество. Чем больше его опыт внешней деятельности (профессиональной, общественной, любительской, семейной и т.п.) и внутренних размышлений, тем больше образуется таких «несоединённых узлов», которые являются своеобразным творческим ресурсом личности.

Например, это может быть поиск аналогий в далёких или противоположных по смыслу сферах деятельности. Для того чтобы аналогий было больше, необходимо как можно больше теоретических и эмпирических знаний: «скудные знания принесут скудные мысли». Способность использовать информацию, хранящуюся в памяти, позволяет нам творить и за пределами того, чему нас научили. В этом смысле, метафору, можно считать разновидностью символической, а иногда и фантастической аналогии, подмечающей сходство абсолютно несходных вещей. Логический парадокс во всех его художественных и других разновидностях (оксюморон, антитеза и т.п.) можно отнести так же к фантастической аналогии, которая одновременно является и очень личной.

²¹⁶ В этот период «отстаивания мыслей и идей» видимо активизируется подсознание, о работе которого человеку пока мало что известно, которое производит своеобразную «сортировку» накопившейся информации, акцентируя внимание сознания на наиболее удачном и перспективном варианте решения проблемы.

Индивидуальные факторы личности – также очень важная «переменная» творчества. Так как творчество (креативность) – это создание необычного и нового, творческая личность не должна быть подвержена конформизму и не должна в штыки встречать перемены. Открытость к непонятому, неизведанному значительно расширяет поиск оригинальных решений творческих задач. Вероятно, это то, что входит в понятие «эксцентричности» художника или ученика

С другой стороны, творческая личность должна характеризоваться самомотивацией. То есть творческие люди способны сами себя поощрять и находят удовольствие в самом процессе творчества, несмотря на встречающиеся трудности, главным образом в виде непонимания окружающих. Другими словами, если человек хочет заниматься творчеством, он должен не бояться рисковать и с терпимостью относиться к неопределённости. «Терпимость к неопределённости», с точки зрения Лангера, это способность смотреть на мир скорее с позиции вероятностного развития событий, нежели жесткой определенности.

Таким образом, риск – постоянный спутник творчества, осуждается даже там, где в первую очередь должны поддерживаться творческие попытки. Неудачи – это важная и неотъемлемая часть жизни творческого человека, и любому значительному успеху, как правило, предшествует серия неудач. Такая «стратегия» творческого мышления не очень нравится традиционному образованию, которое ориентировано на балльную систему оценки знаний.

Необходимо так же помнить, что творческий процесс – настолько индивидуальный феномен, что он не может быть «втиснут» ни в одну из классификаций и дефиниций. Тем более он не может регламентироваться правилами формальной логики. Напротив, творчество – это всегда некоторое исключение из правил. Причём не только правил формальной логики, но и правил как таковых²¹⁷.

Способность человека к критическому мышлению обусловлена его умением логично мыслить. Человечество разработало множество технологий развития критического мышления. На протяжении веков они совершенствуются в связи с появлением новых знаний, изменения информационной макроструктуры общества. Например, автор-составитель данного пособия, как и многие преподаватели России, активно использует в своей педагогической практике методические разработки развития критического мышления И.О. Загашева и С.И. Заир-Бека²¹⁸. Эти технологии почти всегда продуктивны для достижения коротких целей, имеющих прикладной, например, учебный характер. Эти технологии базируются на законах формальной логики и, без сомнения, выполняют важные функции в процессе познания человека, потому что шлифуют навыки и умения:

²¹⁷ Гордин А.И. Искусство мыслить: учеб.-метод. пособие: авт.- сост. А.И. Гордин. – Иркутск: Изд-во ФГБОУ ВПО «ВСГАО», 2014. – 312 с.

²¹⁸ Загашев И.О., Заир-Бек С.И. Критическое мышление: технология развития. – СПб: Издательство «Альянс «Дельта», 2003. – 284 с.

- определения проблем, выявления целей, изучения новой информации (фокусирующие навыки);
- наблюдения, формирования вопросов, поиска новой информации через вопросы (навыки сбора информации);
- кодирования и хранения информации в долговременной памяти, вызова и восстановления информации из долговременной памяти (навыки запоминания);
- выявления черт сходства и различия разных объектов, классификации явлений по различным основаниям, презентации новой информации (навыки организации);
- идентификации атрибутов и компонентов в новой информации, определение причинно-следственных связей в информации, определения иерархии идей в информации, определение логичных заблуждений (навыки анализирования);
- суммирования, выявления наиболее важной информации и идей, предвосхищения событий или следствий, объяснения дополнительных деталей (навыки генерирования);
- эффективного комбинирования информации и идей или изменение логики, содержащейся в информации, для формулирования новых идей (навыки интегрирования);
- формулирования критериев оценки информации или идей, проверки правильности утверждений (навыки оценивания)²¹⁹.

Определение уровня социальной идентификации человека.

Самоидентификация – это уподобление себя, какому-то конкретному человеку, образу, явлению, способность правильно понимать поведение людей и своё собственное, соотнося его с внешним миром и воздействиями извне. Самоидентификация так же необходима для эффективного межличностного взаимодействия и успешной социальной адаптации людей в процессе информационной социализации. Она проходит во многих направлениях в соответствии с такими критериями самоидентификации как: социальным «Я», коммуникативным «Я», материальным «Я», физическим «Я», деятельностным «Я», перспективным «Я». А это значит, что в процессе информационного взаимодействия у них развивается: ориентация во времени, ценностные ориентации, гибкость поведения, сензитивность, спонтанность, самоуважение, самоприятие, взгляд на природу человека, синергичность, адекватное принятие агрессии, контактность, познавательные потребности и креативность.

Исследователи С.Л. Рубенштейн; А.В. Брушлинский; Л.А.Венгер; К.А.Абульханская-Славская предлагают рассматривать самоидентификацию в виде семи уровней, которые непосредственно связаны со структурой сознания: социально-профессиональный, семейно-клановый, национально-территориальный, религиозно-идеологический, эволюционно-видовой, духовный.

²¹⁹ Браус Дж. А., Вуд Д. Инвайроментальное образование в школах / Пер. с англ. NAAEE, 1994.

1. *Социально-профессиональный уровень* определяется утверждениями типа: «Я - инженер; я - профессор; я - богатый; я - уважаемый гражданин» и т. д. При этом под такой идентификацией мы подразумеваем всё то, что осознанно или неосознанно вкладывает человек в эту «декларацию».

Например, «Я – профессор» - это утверждение явно подразумевает, что я преподаю, что я «главнее» ассистента или простого преподавателя, что я имею определенный статус в своей среде и могу рассчитывать на соответствующее отношение и привилегии. Это может неявно подразумевать, что я рассчитываю на уважение со стороны соседей, родственников и семьи, что я рассчитываю на определенный уровень жизни, достойный статуса профессора, что я рассчитываю на определенные социальные привилегии и т. д.

2. *Семейно-клановый уровень* определяется утверждениями наподобие: «Я - мать; я - дочь; я - кунак; я - член семьи (клана, тейпа, племени и т. д.)».

3. *Национально-территориальный уровень*: «Я - русский; я - москвич; я – сибиряк» и т.д. В этом уровне социального интеллекта обязательно содержится несколько утверждений, вложенных одно в другое²²⁰: «Я живу в деревне Большие Ложки; я - рязанский; я - русский; я - россиянин; я – европеец».

4. *Религиозно-идеологический уровень*: «Я - православный; я - мусульманин; я - коммунист; я - атеист; я - иудей; я - фундаменталист; я - демократ; я – пацифист» и т. д.

5. *Эволюционно-видовой уровень*: «Я – человек». - Эта идентификация кажется довольно банальной, однако заглянув немного глубже в это утверждение, мы найдем очень интересные оттенки. Эволюционно-видовая идентификация тесно связана с архетипами и «эволюционной памятью». В первобытных культурах это прямые утверждения, связанные с религиозным и семейно-клановыми уровнями: «Я - орел; я - лев; я – волк» и т. д. В западной культуре такие ассоциативные связи редко выходят на поверхность, однако в некоторых ситуациях и состояниях сознания они также играют свою роль.

Отметим, что и сама декларация «Я – человек», несет гораздо большую смысловую нагрузку, чем просто принадлежность к биологическому виду. Для разных людей «быть Человеком» означает не совсем одно и то же.

6. *Половой уровень*: «Я - мужчина; я - женщина». - В этих утверждениях содержится очень много оттенков, от чисто бытовых: «Я - женщина, поэтому я готовлю обед, стираю и штопаю», до очень глубоких архетипических уровней Анимы и Анимуса.

7. *Духовный уровень*. Этот уровень едва ли можно определить прямым вербальным утверждением. Самое близкое (хотя и достаточно неуклюжее) высказывание: «Я чувствую Бога или я нахожусь в определенной связи с Богом». Духовный уровень это тот комплекс ощущений, мировосприятия и связанной непосредственно с ними системы ценностей, который определяет

²²⁰ Эффект социальной матришки (прим. – автора)

наши отношения с внешней природной и социальной средой. Здесь речь идёт о системе ценностей, связанной с личным духовным опытом, а не с системой ценностей, например, предлагаемой церковью. Чем глубже этот уровень, тем «менее вербальными» становятся его составляющие.

Границы всех вышеописанных уровней сильно размыты, существуют зоны, почти в равной степени, определяемые двумя соседними уровнями²²¹.

Определение уровня социального интеллекта человека. Социальный интеллект» в контексте наших размышлений понимается как интеллект индивида, формирующийся в ходе его социализации, под воздействием условий определенной социальной среды, под которыми нами понимается, прежде всего, общественное и межличностное взаимодействие между людьми.

Чем выше социальный интеллект человека, тем он более способен: адекватно оценивать свой интеллектуальный и психофизический ресурс; прагматические цели своей жизнедеятельности соотносить с духовными; конструктивно оценивать социально-экономические процессы и события, происходящие в современном обществе; формировать собственную систему ценностей, ориентируясь на общечеловеческие; относиться к своему бытию как к акту сознательного социального жизнетворчества.

К процессам, образующим социальный интеллект, которые могут стать предпосылками для определения критериев его формирования, относятся: социальная сензитивность, социальная перцепция, социальная память, социальное воображение, социальное мышление.

Социальная сензитивность – это способность человека управлять своими и чужими эмоциями в процессе общения. Т.е. способность транслировать информацию более эмоционально уравновешенно, умение придать ей более дружелюбный характер и т.п. Другими словами это способность индивида к социальной выразительности, сопереживанию и саморегуляции во время выстраивания своих взаимоотношений с другими людьми.

При этом нами подразумевается, что:

- *социальная выразительность* — эмоциональная выразительность, эмоциональная чувствительность, эмоциональный контроль;
- *сопереживание* — способность входить в положение других людей, ставить себя на место другого (преодолевать коммуникативный и моральный эгоцентризм);
- *способность к саморегуляции* — умение регулировать собственные эмоции и собственное настроение.

Социальная перцепция это способность индивида к социальной адаптации, которая выражается не только в его способности ставить себя во время общения на место другого человека, но и вступать с ним в социальное

²²¹ Гордин А.И. Искусство мыслить: учеб.-метод. пособие: авт.- сост. А.И. Гордин. – Иркутск: Изд-во ФГБОУ ВПО «ВСГАО», 2014. – 312 с.

взаимодействие, и осуществлять самопознание через оценку этим человеком его личностных характеристик и поступков. Т.е. умение его глазами взглянуть на предоставляемую им информации, на него и себя как субъектов общения.

При этом нами подразумевается, что:

- *социальное взаимодействие* — способность и готовность работать совместно, способность к коллективному взаимодействию и как к высшему типу этого взаимодействия - коллективному творчеству;
- *социальная адаптация* — умение объяснять и убеждать других, способность ужиться с другими людьми, открытость в отношениях с окружающими.
- *самопознание через личность другого человека* — способность (на основе идентификации и рефлексии) осознания своих индивидуально-личностных свойств, мотивов поведения и характера восприятия себя другими людьми.

Социальная память – это информация о произошедших событиях в жизни, которая хранится в сознании каждого человека. В данном случае речь идёт об умении человека опираться в своей деятельности на прошлый опыт, чтобы не повторять прежних ошибок и активнее использовать уже имеющийся позитивный опыт. Другими словами «это процессы организации и сохранения прошлого опыта, делающие возможным его повторное использование в деятельности или возвращение в сферу сознания. Память связывает прошлое субъекта с его настоящим и будущим и является важнейшей познавательной функцией, лежащей в основе его развития и обучения»²²²

При этом нами подразумевается, что к процессами организации и сохранения прошлого опыта мы относим:

- её *виды* (эмоциональная, образная, словесно-логическая и двигательная)
- и *формы* (мгновенная, кратковременная и долговременная).

Социальное мышление – это способность планировать и прогнозировать собственную деятельность и деятельность других людей, умение анализировать получаемую информацию в результате эмпирических наблюдений за предметно-вещевой средой и деятельностью человека, а так же информацию, которая хранится и распространяется в виде различных документов (протоколы, газеты, видеосюжеты, фотографии и мн. другое).

Другими словами это способность индивида к осмыслению своей социальной деятельности и нахождения её причинно-следственных связей с деятельностью общества на основе развитой социальной интуиции, социального прогнозирования и социального воображения.

При этом нами подразумевается, что:

²²² Психология. Словарь, 1990, С.45

- *социальная интуиция* — оценка чувств, определение настроения, понимание мотивов поступков других людей, способность адекватно воспринимать наблюдаемое поведение в рамках социального контекста;

- *социальное прогнозирование* — формулирование планов собственных действий, отслеживание своего развития, рефлексия собственного развития и оценка неиспользованных альтернативных возможностей.

- *социальное воображение* — это способность адекватного моделирования индивидуальных и личностных особенностей людей, на основе внешних признаков, а также способность предполагать поведение своё и других людей в конкретных ситуациях, а так же способность к креативному предвидению результатов жизнедеятельности. Социальное воображение является разновидность гипотетического мышления, в основе которого лежит умение формирования из имеющейся информации в виде гипотез и прогнозов, образы предполагаемых результатов, которые превосхищают и эмоционально направляют деятельность человека²²³.

Определение уровня социального самочувствия человека.

Критериями и показателями определения уровня социального самочувствия считается имеющаяся у человека информация об:

- Удовлетворенности жизнью и ее различными сторонами: *удовлетворенность межличностными отношениями в семье; удовлетворенность межличностными отношениями с референтным окружением* (с друзьями, с людьми близкими по духовным устремлениям, интересам и т.п.); *удовлетворенность межличностными и общественными отношениями с коллегами по работе* (профессиональной деятельностью); *удовлетворенность общественной деятельностью.*

- В виде оценки и самооценки человеком своего социального статуса, социального положения, условий жизнедеятельности: *самооценка качества выполнения своих социальных ролей в семье; самооценка качества выполнения своих социальных ролей в референтном окружении; самооценка качества выполнения своих социальных ролей на работе; самооценка качества выполнения своих социальных ролей в общественной жизни; оценка собственного реального общественного статуса* (то как тебя оценивает социальное окружение); *оценка особенности собственных условий жизнедеятельности и как они влияют на развитие твоих потенциальных творческих способностей.*

- Информация о сформированности личных притязаний: *в материальной сфере* (иметь автомобиль, дом, квартиру, много денег, хорошее здоровье, образцовый сад-огород и т.д.); *в духовной сфере* (написать книгу, хорошо декламировать стихи, стать иллюстратором своих литературных произведений, оказывать благотворное влияние на формирование личностей своих детей и внуков и т.п.); *в социальной сфере* (стать привлекательным в межличностном взаимодействии - «социометрической звездой», быть

²²³ Агапова О.В., Вершловский С.Г. Биографический метод в социально-педагогическом исследовании: Учебное пособие. – СПб., 2010. – 52с.

необходимым человеком для людей, оказавших в трудной жизненной ситуации, инструментальным лидером — хорошим организатором и т.п.); *в профессиональной сфере* (повысить свою профессиональную компетентность, иметь ярко выраженные результаты своей профессиональной деятельности и т.п.).

- Информация о реализованности жизненных стратегий: *наладить взаимопонимание с детьми и внуками; выйти замуж (жениться); приобрести новую профессию; творчески самоактуализоваться* (научиться рисовать, писать рассказы, стихи, петь, танцевать и т.п.);

- Информация о достижении жизненно-важных потребностей: *обучиться компьютерной грамотности; овладеть иностранным языком; приобрести знания и умения по психологии межличностного общения и т.п.*

- В виде оценки жизненных перспектив: *корректировка или изменение целей своей жизнедеятельности* (переориентировка утилитарных целей на духовные, индивидуальных — на общественные и т.п.); *установка на саморазвитие; усовершенствование своих личных психологических характеристик* (стал гуманнее, открытие, толлелантнее и т.п.); *установка на то, чтобы стать социально полезным* (родным, близким и обществу в целом).

- В виде оценки внутреннего состояния (здоровье, настроение, эмоциональные состояния, доминирующие у человека чувства): *способность к саморефлексии своих поступков и поведения; способность адекватной оценки своего психофизиологического состояния; способность к рациональному использованию своих интеллектуальных и эмоциональных ресурсов.*

- В виде оценки внешних условий (восприятие ситуации в стране и времени, в котором человеку придется жить, уверенность в завтрашнем дне): *способность осмысливать на высоком уровне критического мышления: а) события происходящие в семье, б) события происходящие в регионе, в) экономические и политические ситуации в стране и мире; способность негативные факты и события личной жизни преобразовывать в позитивные* (находить позитивное в негативном и ориентироваться на последнее); *способность преодолевать стереотипы собственного мышления и мировосприятия и находить новые смыслы в своей жизнедеятельности.*

Выбранное направление исследования особенностей информационного взаимодействия, в свою очередь, определяет выбор необходимых количественных и качественных диагностических методик. Они в социально-психологическом исследовании информационной социализации могут быть представлены: социометрическим анализом, контент-анализом, дискурс-анализ²²⁴, анкетированием и тестированием. С образцами некоторых из них вы можете познакомиться в приложения к данному учебному пособию²²⁵.

Особенность применения качественных методов исследования заключается в том, что - это инструментарий, который давно и активно

²²⁴ Некоторые исследователи контент-анализ и дискурс-анализ определяют как количественно-качественные методики, так как смысловые маркеры в них представляются в виде некоторого количества, но анализ этих количественных данных осуществляется исключительно на основе субъективного, т.е. качественного анализа.

²²⁵ См. Приложения № 1-4; №6-15

применяется в социологических исследованиях исключительно для сбора информации в свободной форме. В отличие от количественных методов они не фокусируются на статистических измерениях, а опираются на понимание, объяснение и интерпретацию эмпирических данных, являясь источником формирования гипотез и продуктивных идей. Задача методов качественных исследований – получить разведочные данные, а не количественное распределение мнений. В качественных методах для того, чтобы объяснить, интерпретировать понятия, используются не цифры, а слова реципиентов или информаторов. Традиционные формы качественных социологических исследований: глубинные интервью (интервью в свободной форме на определенную тему); полужформализованные интервью (сочетание формализованного и свободного интервью); фокус-группы (групповая дискуссия с представителями целевой аудитории) и др.

Как отмечает исследователь Г. Бернгард, от количественных данных качественные отличаются тем, что содержание последних несет в себе смысл, непосредственно характеризующий самого их носителя, в то время как количественные указывают на масштаб, объем, интенсивность характеристик изучаемого явления. Качественные методы дают возможность выделить мотивационную составляющую восприятия людьми объектов социологического исследования, повышая, таким образом, информативность выводов и даже серьезно изменяя их ²²⁶. Словом, качественные методы в социологическом исследовании выполняют исключительно диагностическую роль, так как оно не ставит перед собой других, например, социально-психологических или социально-педагогических задач.

В социально-педагогическом исследовании всё обстоит совершенно иначе. Объектом его исследования является не социальная среда и продукты её деятельности, а человек и разнообразная его социальная деятельность, которая конечно находится под воздействием внешней социальной среды, но и сама она является результатом взаимодействия между людьми. Социологи проводят качественные исследования с целью дать более глубокий диагностический анализ разнообразных социальных явлений, происходящих во внешней среде, с целью выработки рекомендаций как эту среду преобразовать. Социально-педагогическое качественное исследование также занимается диагностикой, но, во-первых, *диагностикой социальной деятельности человека*, базирующейся на психофизических особенностях личности и особенностях социальной среды, с которой он находится в тесном взаимодействии. А, во-вторых, *целью* его является не выдача рекомендаций, а *формирование, развитие, корректирование, профилактика и т.д. необходимых качеств, которые помогут человеку благополучно преодолеть трудную жизненную ситуацию*, в которую он попал, и улучшить своё социальное самочувствие.

Это принципиальное различие определяет своеобразную социально-педагогическую интерпретацию традиционных социологических исследований,

²²⁶ Бернгард Г. Качественные и количественные методы исследования в социальной работе // Социол. исслед. - 2001. - № 1.

позволяющую более полно использовать их интерактивный потенциал. Это, прежде всего, касается, таких стратегий как включенное наблюдение, методов интервью и фокус-группа. Благодаря такому подходу социальный педагог, пользующийся формами качественных исследований как бы «убивает двух зайцев».

С одной стороны, например, глубинное интервью и фокус-группа – эффективный диагностический инструментарий, который позволяет глубоко и обстоятельно анализировать социально-психологические особенности человека, глубже проникать во взаимоотношения людей, определять социальные факторы определяющие развитие личности.

С другой стороны, они же – интерактивные формы взаимодействия, которые способны активно участвовать в формировании или способствовать формированию определенных личностных качеств человека, необходимых ему для самостоятельного преодоления возникших у него в судьбе трудных жизненных ситуаций в процессе его социализации²²⁷.

Подробнее о некоторых из этих форм мы расскажем в следующем параграфе нашего пособия.

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Опираясь на схему массовой коммуникации, предложенную Г.Лассуэллом, объясните какова сущность информационной социализации

2.Что такое информационная безопасность и какова её роль в информационной социализации?

3.Какие функции выполняет в процессе социализации информационная культура человека?

4. Почему формирование информационной культуры является одной из главных задач современного общества?

5.Назовите и охарактеризуйте критерии информационной культуры в технологическом аспекте.

6. Назовите и охарактеризуйте критерии информационной культуры в социально-культурном аспекте.

7. Каковы негативные тенденции в формировании личности человека могут возникать в процессе потребления информации?

8. Назовите и охарактеризуйте критерии и показатели информационной социализации.

9. Что такое мета-эффекты и конкретно-содержательные эффекты в информационной социализации? Назовите их, охарактеризуйте.

10. Назовите и охарактеризуйте основные направления исследования информационной социализации?

11.По каким критериям определяется социальная идентификация личности?

²²⁷ Гордин А.И. Социально-педагогические качественные полевые исследования (учебно-методическое пособие) Иркутск: Изд-во ВСГАО, 2012. - 219 с.

12. По каким критериям определяется социальный интеллект человека?
13. По каким критериям определяется социальное самочувствие человека?

2.3. Социально-педагогические методы для обеспечения эффективной информационной социализации

«Современное информационное общество представляет собой особый тип и социального структурирования, и власти. После индустриального капитализма, базирующегося на владении средствами производства, после финансового капитализма, опирающегося на власть денег, наступает этап некоего символического информатизационного капитализма, в котором власть основана и осуществляется через средства коммуникации, путём управления информационными потоками...» (С. Г. Кара-Мурза)²²⁸. Это суждение Кара-Мурзы фактически утверждает, что информационная социализация человека в современном обществе становится очень важным моментом его социализации в целом. Другими словами: полноценная социализация в условиях информационного капитализма невозможна без полноценной информационной социализации.

Эффективность информационной социализации индивида при всей сложности содержания этого понятия может быть сведена к двум простым составляющим:

1. *Умение использовать имманентные свойства информации.* То есть умение находить, формировать и распространять информацию, которая позволяет ему интегрироваться в социальное пространство (социум), исполнять в нём соответствующие социальные роли, занимать приемлемые социальные позиции (статусы) и таким образом влиять в той или иной приемлемой для него форме на формирование самого социума.

2. *Умение критически оценивать поступающую информацию,* противостоять информационному насилию и создавать все необходимые условия для личной информационной безопасности.

Обе этих составляющих напрямую зависят от уровня информационной компетентности и информационной культуры личности.

I. Умение использовать имманентные свойства информации связано с информационно-технологическим подходом формирования информационной культуры человека. Этот подход отражает умения, которые важны в прикладной деятельности человека, связанные с решением практико-ориентированных задач в его жизнедеятельности. Эти задачи в зависимости от поставленной цели непосредственно связаны с умением человека находить, интерпретировать, формировать и транслировать информацию.

²²⁸ Кара-Мурза С. Г. «Власть манипуляции»

Умение находить информацию во многом обусловлено знанием, умением и навыками владения традиционными источниками получения информации. Ими принято считать: документы, предметно-вещевую среду и человека. Эта классификация в информационном обществе расширяется за счёт включения в неё виртуального информационного пространства и прежде всего Интернета. Виртуальное информационное пространство включает в себя все традиционные источники информации, которые носят свои специфические черты. Отсутствие непосредственного контакта с данными источниками снижает их валидность (достоверность), но взамен даёт возможность более оперативно находить необходимую информацию, которая требует в данном случае специальной проверки на предмет её достоверности. То есть особого критического осмысления полученной информации.

Документы. Под документами в данном случае подразумеваются различные информационные носители, которые содержат в себе некоторую совокупность фактов, выраженных в статистических данных и вербально с помощью письменной речи. Эти факты имеют разный качественный уровень обоснованности от грифа «совершенно секретно» или «для служебного пользования» до запечатлённых на разных носителях (бумажных, электронных и т. п.) свидетельств людей. Это могут быть протоколы, служебные аналитические записки, отчёты, выступления в СМИ и т. п. В современном информационном обществе получение такой информации во многом обусловлено знаниями, навыками человека, умением владеть техническими средствами (компьютер, телефон и др.), ориентироваться в справочной литературе, а также осуществлять контент-анализ или дискурс-анализ в зависимости от целей получения информации.

Предметно-вещевая среда. Предметно-вещевая среда как источник информации базируется на визуальном наблюдении человека, с помощью которого он «считывает с неё» определённую информацию. Разумеется, что получение такого рода информации зависит от умения человека пользоваться различными методами наружного, включённого наблюдения и впоследствии интерпретировать их для получения определённого результата. Объектами для наблюдения могут выступать самые разнообразные предметы и процессы человеческой деятельности, информативность которых зависит опять-таки от целей получения информации. Единицами анализа получаемой информации могут быть различные смысловые маркеры: *качественные характеристики объектов* (материальных строений, предметов быта, природных условий и т. п.); *визуально воспринимаемое содержание* (форма, цвет, графика и т. п. наблюдаемых объектов, которые непосредственно связаны с его имиджем); *социально-экономическая предопределённость, выраженная принадлежностью объекта к различным субъектам социальной и экономической деятельности* (предприятиям, учреждениям, организациям и т. п.) В том числе партиям, религиозным, национальным, субкультурным и общественным движениям. Приведённые выше для примера смысловые маркеры не могут исчерпать их многообразия, которое обусловлено разнообразностью социальной среды, создаваемой человеком в процессе своей

жизнедеятельности. Определение конкретных смысловых маркеров зависит от целей поиска конкретно интересующей человека информации.

Человек. Человек как источник информации является самым сложным и многообразным «объектом». Прежде всего потому, что все остальные источники информации, за исключением природной среды²²⁹, являются результатом его деятельности и лишь условно выделяются нами как самостоятельные источники информации. Главным источником получения информации от человека является его речь, которая выполняет не только коммуникативные функции, но и является инструментом социально-психологического воздействия: одного человека на другого, человека на социальную группу, группы на человека, группы на группу.

Разумеется, умение получать необходимую информацию от другого человека зависит от способностей индивида к коммуникации. То есть умения занять определённую позицию во время общения, излагать свои мысли доступным и понятным языком, учитывать особенности транслируемой и воспринимаемой информации, а также психофизические особенности источника информации – такого же человека, как и ты. Но не только. Для эффективного речевого взаимодействия необходимы врождённые или приобретённые социально-психологические навыки управления вниманием собеседника, умение формировать благоприятное к себе отношение (эмпатию) и идентифицировать себя с ним.

Всё вышесказанное обуславливает уровень социального интеллекта человека, который нами подробно characterized в п. 2.2. **Социальный интеллект**, и понимается в рамках данной работы как *интегральная интеллектуальная способность, регулирующая познавательные процессы, которая определяет успешность общения, социальной адаптации и самопознания. Чем выше социальный интеллект, тем общение с человеком желательнее, тем более он способен к самоидентификации и к идентификации с окружающей социальной и природной средой.*

Развить такую «интегральную интеллектуальную способность» у человека невозможно без интерактивного взаимодействия, которое лежит в основе информационного взаимодействия, являющегося основой информационной социализации. Мы в практике наших социально-педагогических исследований активно применяем такие интерактивные методы, как глубинное интервью, фокус-группа, круглый стол и другие, о которых мы расскажем в конце этого параграфа.

Умение интерпретировать информацию. Это умение непосредственно связано с умением человека производить направленный анализ информации с целью извлечения из неё определённых практико-ориентированных смыслов, связанных с конкретными видами его деятельности. Сущность этого анализа в виде краткого тезиса можно выразить так: необходимо понять, что наиболее

²²⁹ Конечно, природа не является результатом деятельности человека, но и она вследствие расширения техногенной среды, создаваемой человеком, претерпевает существенные, далеко не всегда положительные изменения (прим. автора).

рационально можно использовать в конкретной деятельности человека из данной информации.

Для этого необходимо уметь: анализировать и синтезировать информацию; выделять главное; перерабатывать информацию; ориентироваться в информационном потоке; превращать полученную информацию в собственное знание и впоследствии создавать новую информацию и новое знание; проявлять инициативу; находить решение проблем; использовать информацию в процессе интеллектуальной, технологической, экономической, экологической, нравственной, общественно-политической, социально-психологической, организационной деятельности; оптимально хранить и использовать документы.

В деятельности человека в современном информационном обществе это проявляется в следующих аспектах: в знании принципов работы современной электронной техники; в способности использовать в своей деятельности компьютерные информационные технологии, программные продукты; в умении получать информацию из различных источников: как из периодической печати, так и из электронных коммуникаций, представлять её в понятном виде и уметь эффективно использовать; во владении основами аналитической переработки информации; в способности с помощью средств информатики реализовывать доступ к информационным ресурсам всей цивилизации.

Умение формировать информацию. Это умение обусловлено теми целями, которые, с одной стороны, диктуются необходимостью получения информации, с другой стороны, возможной её передачей другим субъектам информационного взаимодействия в рамках происходящего делового общения. Это может происходить непосредственно во время межличностного общения и опосредовано через различные технические средства. Главной проблемой данного умения является придать адекватную форму, наиболее соответствующую конкретному содержанию, которое должно быть максимально понятно потенциальному потребителю информации. Проще говоря, в данном случае не имеет смысла, например, технологичную информацию излагать в форме художественного произведения и, наоборот, художественно-творческую информацию в форме научного трактата. Хотя исключения, которые лишь подтверждают правила, конечно, возможны: всё, как уже говорилось выше, зависит от цели создания и транслирования информации.

Человечество, например, имеет образцы изложения результатов научного познания в виде зашифрованных образов в мифологических сказаниях – художественно-образных посланиях будущим поколениям. Но в любом случае информация должна иметь форму умозаключения, т. е. содержать в себе какие-то послышки и выводы. Обычно это выражается в трёхчастном делении информации: вступление, основная часть, заключение. Она должна быть логически внятна, т. е. соблюдать как минимум четыре закона формальной логики: закон тождества, закон непротиворечия, закон исключённого третьего, закон достаточного основания. Эти законы ориентированы на достижение коротких, сугубо прагматичных, жизненно необходимых целей, связанных с

обеспечением человека материальными ресурсами (пища, кров и т. п.) его бытия. Необходимость достижения этих целей в процессе жизнедеятельности, в том числе и с использованием самых современных информационных технологий, не будет отрицать ни один здравомыслящий человек.

Умение транслировать информацию. Это умение также требует от человека знаний и навыков: эффективного информационного взаимодействия (коммуникативных, интерактивных, перцептивных); владения устной и письменной речью; владения современными информационными технологиями (сотовый телефон, айфон, Интернет и т. п.). Но это также особая модель информационной культуры личности, которая включает в себя: особые когнитивные способности, поведение и ценностные установки. Каждый из этих, условно говоря, блоков содержит в себе определённые характеристики.

Когнитивный блок (знания и умения по работе с информацией): интернет-грамотность, навыки обращения с разнообразной информацией.

Эмоционально-ценностный блок (установки, оценки, отношения): информационные потребности, мотивы обращения к информации, каналы получения информации, самооценка информационной компетенции, этика поведения в информационном пространстве.

Поведенческий блок (реальное и потенциальное поведение): способы поиска информации, интенсивность обращения к средствам информации, применение информации, способы распространения информации, формы информационной деятельности.

II. Умение критически оценивать поступающую информацию связано с культурологическим подходом к формированию информационной культуры человека. Социальный смысл этого подхода заключается в понимании способа жизнедеятельности человека в информационном обществе как составной части процесса формирования личности. Данное умение важно в духовно-нравственной деятельности человека, определяющей его ценностные ориентиры, правила поведения в обществе и в целом его информационную безопасность.

Информационная безопасность, по мнению С. Г. Кара-Мурзы, может обеспечиваться методами, определяющимися особыми социально-психологическими правилами поведения, которые должны снизить уязвимость к воздействию манипуляторов. Личностная и общественная информационная безопасность в современном информационном обществе непосредственно связана с таким явлением, как информационная война, которая включает в себя различные формы и методы манипулирования сознанием, а через него и поведением, т. е. фактически деятельностью человека, которая, разумеется, определяет основные направления его социализации в целом и информационной в частности.

Например, информационной войной с обществом можно назвать систему управления и руководства той страны, которая в силу экономических и политических причин перепрограммирована на уничтожение менталитета нации. В данном случае такое руководство оказывается вне зависимости от своего желания в состоянии информационной войны с собственным народом. Особенность этой войны заключается в том, что она ведётся под прикрытием подконтрольных режиму СМИ, с использованием всевозможных средств манипуляции общественным мнением и сознанием.

Например, такое скрытое противостояние власти и народа в России в конце 20-го века философ Александр Зиновьев²³⁰ назвал «бомбой западнизации». Он писал: «взорванная в России, она произвела в ней неслыханные ранее опустошения не только в сферах государственной экономики, идеологии и культуры, но и в самом человеческом материале общества. В таких масштабах и в такие сроки это до сих пор ещё не удавалось сделать никаким завоевателям и ни с каким оружием. Будучи предназначена (по замыслу изобретателей) для поражения коммунизма, «бомба западнизации» в практическом применении оказалась неизмеримо мощнее: она разрушила многовековое объединение людей... до самых её основ, не имеющих отношения к коммунизму. Целились в коммунизм, а убили Россию...» (А. Зиновьев).

Как уже нами было сказано во введении – не лишним будет это повторить ещё раз! – основными мишенями информационного оружия являются: *системы решений и управления* (государственная власть); *системы коммуникации* (СМК, общественное устройство, экономическая

²³⁰ Зиновьев Александр Александрович (29 октября 1922 года, Костромская губерния – 10 мая 2006 года, Москва) – советский и российский учёный-логик, социолог и социальный философ; специалист по методологии научных исследований; писатель.

инфраструктура и др.); *системы психопрограммирования* (человек, образование, идеология, вера и др.)

В сообществе людей главным объектом, предназначенным для интеллектуального уничтожения, является человеческая личность. Основные способы поражения и разрушения человека:

1) *физическое поражение нейро-мозгового субстрата*, снижающее уровень функционирования сознания;

2) *понижение уровня организации информационно-коммуникативной среды* на основе её дезинтеграции и примитивизации, в которой функционирует и «живёт» сознание;

3) *окультиное воздействие на организацию сознания* на основе направленной передачи мыслеформ субъекту поражения;

4) *специальная организация и распространение по каналам коммуникации образов и текстов, которые разрушают работу сознания* (условно может быть обозначено как «психотропное оружие»);

5) *разрушение способов и форм идентификации личности* по отношению к фиксированным общностям, приводящее к смене форм самоопределения и к деперсонализации.

Социализация и, в частности, информационная социализация в условиях ведения информационной войны приобретает специфические черты, как это бывает во время ведения любых военных действий. Содержание её не только изменяется, но и гипертрофируется, так как такого рода война базируется на умении человека использовать для обороны и нападения специальные социально-психологические информационные технологии, которые интенсивно развиваются и применяются именно в информационном обществе.

Проблема индивидуальной самообороны против информационного вторжения в сознание человека – в его индивидуальную самообучающуюся информационную систему – заключается в том, что, по признанию специалистов, вероятность выработки соответствующего алгоритма для противостояния такому воздействию равна нулю. Глобальное мировое информационное пространство опасно для человеческого сознания тем, что удар может быть нанесён прямо или скрытно, т. е. опосредовано, например, через собственную систему государственной власти. Этот удар может быть нанесён в любое мгновение из любой точки этого киберпространства. Поэтому социальные психологи и социальные педагоги, профессиональный долг которых помогать человеку, оказавшемуся в трудной жизненной ситуации, интенсивно ищут формы и методы такой самообороны²³¹. И не только. Не отрицая сложности индивидуальной самообороны против информационного вторжения, люди разных специальностей, мировоззрений, национальностей и вероисповеданий искали и продолжают интенсивно искать формы и методы самообороны индивидуального сознания против вторжения в него социально некорректной информации. Среди них можно назвать такие имена, имеющие

²³¹ . Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. Академический Проект, М.: 2009. - 386 с.

мировую известность, как Н. Бердяев, С. Кара-Мурза, М. Мамардашвили, И. Негодаев, М. Хайдеггер, М. Эпштейн, В. Франкл, О. Шпенглер, Д. Халперн, Хосе Ортега-и-Гассет и мн. др. Отчасти обобщая их и собственный опыт, который, конечно, является гораздо более скромным, мы попробуем сформулировать некоторые правила, рекомендуемые как средства для самообороны против информационного вторжения. Эти правила может активно использовать в своей формирующей деятельности социальный педагог, занимающийся вопросами информационной социализации личности.

Рекомендуемые простейшие правила самообороны личности против информационного вторжения в сознание человека:

1. *Необходимо осознать, что преждевременное признание своего «поражения» – не ваше личное решение, а результат психотропного вторжения в ваше сознание чуждой информационной системы.*

2. *Необходимо ознакомиться с как можно большим количеством методов ведения информационной войны и опытным путём научиться их различать в деятельности СМК, прежде всего, СМИ, в частности, ТВ-СМИ, являющихся на сегодняшний день самым мощным информационным оружием.*

3. *Необходимо повышать уровень своего критического мышления, помня, что:*

– нельзя позволять себе «просто так», «фоном» слушать что-либо по радио или смотреть по ТВ. Помните, звуковые и визуальные образы – это всего лишь разновидность текстов, которые если не прочтываются вами – беспрепятственно проникают в ваше подсознание. А оно не безразмерно! В нём постепенно формируется масса таких не прошедших контроль сознания текстов. Происходит это до определённой критической точки своеобразного его «переполнения». Далее «неосмысленная вами информация», при определённых социально-психологических условиях, скрытно просачивается в сознание и так же скрытно начинает «руководить» вашим поведением и психофизическим состоянием в целом. Это может привести к непредсказуемым последствиям...

– «слепое» отрицание и принятие информации не есть конструктивная критика, а свидетельство того, что вы попали под воздействие одного из методов информационного вторжения в ваше сознание;

– критически мыслить – это значит уметь демонтировать получаемую информацию, а потом её собрать (сложить) самостоятельно, придав её форме и содержанию свой собственный (индивидуальный) смысл. Пусть этот смысл на «первых порах» будет примитивным, но он будет вашим собственным! А это значит, что этот эпизод «войны» вами выигран, ибо основная цель любой информационной атаки – парализовать вашу волю, т. е. деятельность вашей информационной самообучающейся системы, и лишить возможности думать самостоятельно.

4. *Активно используйте для противодействия информационному вторжению психологические приёмы атакующей стороны с целью нанесения превентивных ударов по входящей информации, такие как: «Блокада», «Деконструирование», «Груша», «Под уклон», «Дискредитация»,*

«Отвлечение», «Демократия шума» и мн. другие²³². Бейте «врага» его же оружием!

Распространёнными приёмами самообороны являются методы контрпропаганды, которые используются для защиты сознания, выражаясь фигурально, «наоборот», базируясь, как это ни парадоксально звучит, на основных приёмах информационного вторжения в сознание человека.

При этом важно, как говорит исследователь²³³: «Необходимо прочувствовать и осознать, что мы живём в ином обществе, нежели раньше. Мы попали в джунгли, где за нами (за нашим сознанием) идёт охота. Тяжело это и непривычно, но вести себя надо в соответствии с реальностью, а не нашими пожеланиями и старыми привычками. Перед нами не ёжик в тумане, не заяц и даже не добрый волк из «Ну, погоди!», а черепашки-ниндзя. И мы для них – ничто, обществу, которую нет смысла эксплуатировать. Если эти черепашки окончательно овладеют ключами к нашему сознанию, они превратят нас не в слуг, не в пролетариев, не в рабов, а подведут к пропасти – и мы сами в неё прыгнем.

Что бы нам ни говорили, исходя из самых умных теорий и ссылаясь на самых умных экономистов от Аганбегяна до Ясина, мы должны опираться, как на скалу, на один безусловный и абсолютно надёжный факт: здесь, на этой холодной земле, с этим же самым «негодным, пьющим, ленивым и т. д.» народом, без всяких кредитов МВФ мы имели страну со второй по силе экономикой и несокрушимой обороной.

То плачевное состояние, в котором мы сегодня находимся, вызвано не стихийными бедствиями, не вторжением злых инопланетян, а действиями вполне конкретных людей и групп. В нашей беде нет ничего сверхъестественного или природного – только человеческое. Произвести изменения, в результате которых большинство народа лишено почти всех средств к жизни, <...> можно было только благодаря ошибочному выбору и ошибочным решениям этого большинства. Эти ошибки были им совершены в результате большой программы манипуляции общественным сознанием с множеством прямых подлогов и обманов. Ни в какой правовой системе эта манипуляция не может быть узаконена и оправдана. О морали и говорить нечего. Проблема теперь – только в балансе сил и в целесообразности той или иной линии поведения. Даже сдать победителю можно по-разному. Поэтому лучше прочистить мозги и остановить интервенцию в наше сознание. Какие для этого приёмы может использовать каждый в отдельности и те организации, в которых люди собираются для спасения?»²³⁴. Некоторые из них мы приводим в нашем пособии ниже.

²³² Об этих формах самообороны против информационного вторжения в сознание человека будет подробно рассказано в нашем пособии ниже.

²³³ Исследователь – С. Г. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием. Здесь и далее в этом параграфе будет представлено (цитировано) достаточно много текста из этой книги.

²³⁴ Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. Академический Проект, М.: 2009. – 386 с.

«Сокращение контактов, или «Блокада». Надо поменьше бывать в зоне контакта с манипулятором или потенциальным манипулятором. Мы не можем совсем «не ходить на собрания нечестивых», но надо хотя бы ходить поменьше. В действительности разнообразия информации на разных каналах телевидения нет никакого – так незачем и переключать телевизор с одной программы на другую в надежде получить какую-то иную крупницу знания. Эта крупница того не стоит. Нужная информация так или иначе до нас дойдёт. Лучше избегать и соблазна побыть в «театре скандалов», который разыгрывают перед нами манипуляторы. Трудно бороться с соблазнами, но надо стараться. Не следует уповать на свою устойчивость – сигналы телевидения действуют в нужном ему направлении независимо от того, как мы к ним относимся в нашем сознании. Хорошо было Одиссею слушать сирен – он приказал товарищам привязать его к мачте. А им-то надо было грести и управлять парусом. Если бы он не залил им уши воском – так бы все и пропали.

Уход от захвата. Важный этап в манипуляции – «захват» аудитории, её «присоединение». Успех манипуляции невозможен без создания союзника в душевном мире адресата». Пока захват не произошёл, ему можно успешно сопротивляться – тогда и последующие усилия манипулятора пропадают даром, а вы даже можете за ними наблюдать отстранённо и с пользой для себя. Эффективен такой простой приём, как прерывание контакта, уход на время. Всякая операция захвата имеет свой сценарий, свой ритм. Если во время сеанса гипноза «жертва» вдруг скажет: «Я тут отлучусь ненадолго, а вы пока продолжайте», – все усилия гипнотизёра пойдут насмарку. Если вдруг телевидение или митинговые политики устраивают большой «накат» и давят на психику, полезно на время «выйти» из этой обстановки, успокоиться, подумать – а потом «вернуться». Очарование спадает, и дальнейшие стадии манипуляции кажутся даже странными – потому что вы оказались «неприсоединёнными».

Если есть возможность, то полезно прервать словоизлияния манипулятора вопросами, которые резко нарушают его сценарий. Вопросами типа: «Скажите прямо, куда вы клоните?». Этот вопрос заставляет манипулятора переходить к сути дела, не завершив «присоединение» аудитории и, следовательно, не лишив её способности критически воспринимать сообщения. Или же манипулятору придётся игнорировать вопрос, что может вызвать недовольство и укрепит психологическую защиту. Даже ловкого манипулятора сбивает с толку человек, который выглядит непонятливым и всё переспрашивает (а может, притворяется дураком?). В общем, любой способ нарушить программу манипуляции полезен, чтобы её затруднить и снять наваждение.

Изменение темпа. В программе манипуляции очень важен темп. Манипулятор достигает успеха, когда он опережает процесс мобилизации психологических защит аудитории. Поэтому такое большое значение придаётся сенсационности и срочности. Кавалерийская атака на слушателя и зрителя! С этого ритма надо стараться манипулятора сбить, нельзя позволить ему навязать его темп нашему сознанию – они не должны войти в резонанс.

Этот приём отражён в народной мудрости: «Утро вечера мудренее!». Это значит, что полезно прервать контакт, дать «сырым» мыслям, чувствам и впечатлениям «отлежаться» – а потом начать осмысливать происходящее на «свежую голову». Надо навязывать ходу манипуляции рваный и вязкий ритм, сходу отвергать нагнетаемую обстановку срочности. На самом деле срочность эта всегда бывает ложной, искусственно созданной. Нельзя этому давлению поддаваться, нельзя сходу принимать оценки, которые нам навязывают. Известное «тугодумие» крестьян в большой мере объясняет их замечательную устойчивость против манипуляции.

Отсеивание шума. Манипуляция успешна в условиях «демократии шума», когда человека бомбардируют потоком никчёмных сообщений, и он не может сосредоточиться на той проблеме, по которой он должен выработать точку зрения. Не может сосредоточиться – вынужден хвататься за подсунутую ему трактовку. Устойчивость против манипуляции снижается, если одновременно с сообщением, которое внушает какую-то идею, на сознание человека воздействуют «помехой». Отсюда вывод: получив сообщение, в котором может быть скрыта идеологическая «контрабанда», надо отфильтровать шумы, которые служат помехами при обдумывании именно этого сообщения. Лучше на время вообще вырваться из потока сообщений, чтобы обдумать одно из них. Потеря невелика, этот поток не иссякнет, и ничего действительно важного нас не минует»²³⁵.

«Топите» агрессивно вторгающуюся в ваше сознание информацию в «шуме» своей бытовой личной информации, которая подчас гораздо ценнее того, что вы слышите и видите по электронным СМИ не только для вас и вашей семьи, но, если вдуматься, для страны в целом... По крайней мере, для того базового большинства, которое так же, как и вы, прозябает в относительной нищете (бедности).

Это напоминает приём контрпропаганды «Отвлечение». Но представляет собой изготовление из завуалированных, второстепенных, увиденных или услышанных фактов собственной «информационной бомбы» и «взрыв» её в собственном сознании, для стирания в нём навязываемой информации. Логика построения такой информационной бомбы может быть такой: «Борьба за власть на Украине – это, конечно, трагедия... Но не меньшей трагедией будет то, что на ближайших выборах в Государственную Думу России придёт партия, которая представляет интересы отечественных и мировых капиталистов, а также бюрократов, которые обслуживают их на местах. Какая трагедия действительно актуальней для жителя России? – Этот вопрос сразу станет для любого гражданина России риторическим.

«Непредсказуемость с помощью использования технологии «Под уклон». Легче всего манипулировать сознанием человека, мышление которого отвечает чёткому и строгому алгоритму. Если же оно петляет, следует необычной логике и приводит к парадоксальным выводам, труднее подобрать

²³⁵ Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. Академический Проект, М.: 2009. – 386 с.

к нему «ключ». Манипуляторы Запада с большим трудом находили подход к коренным жителям Америки, китайцам, африканцам. Афроамериканцы уже два столетия живут в США, но до сих пор «одомашнены» в малой степени. В общем, эффективным способом ухода от захвата и воздействия манипулятора является создание искусственной непредсказуемости твоей реакции (источников информации, способа её переработки, логики умозаключений, темпа взаимодействия, типа высказываний и т. д.). Как пишет К. Кастанеда: «Когда ты непредсказуем, ты неуязвим». Конечно, это непростое дело, но кое-какие приёмы можно выработать.

Например, можно постараться сознательно задерживать или вообще блокировать автоматические реакции – не позволять играть на своих стереотипах. Ах, ты меня хочешь разжалобить песенкой «Мы, русские люди...»? При чём здесь русские? Я вот работаю, а зарплату мне не заплатили – это как? Какая разница, русский я или чуваш? Выход из коридора навязываемых тебе стереотипных реакций, «смена поля» нарушает программу манипуляции. По реакции автора сообщений (хотя бы проигранной в мыслях) будет видно, может ли он закончить свою мысль как разумную – или выстраивает манипулятивную конструкцию. Честного политика и собеседника этим не собьёшь, ибо его мысль когерентна, у него образ русского не войдёт в противоречие с образом работника.

Отправить информацию «под уклон» означает снятие надуманной трагичности, напыщенности или дутой важности некоторых информационных сообщений с помощью осознания их реального значения в жизни страны и в вашей личной жизни»²³⁶.

«Отключение» эмоций с целью противодействия технологии «Канализирование». Канализированию, говоря просто, – «спуску грязных эмоций на отдельную личность, группу лиц, общество» или «спуску их в канализацию» – смешиванию с грязными эмоциями, можно противопоставить «спуск собственных грязных эмоций в канализацию». Этот приём применяется при чтении звуковых и зрительных образов политиков, политических шоу, которые тонут в бессодержательной болтовне, цель которой либо «промыть мозги» слушателю или зрителю, либо создать видимость понимания обсуждаемых проблем с помощью эмоционально устойчиво воспринимающихся в обществе стереотипов, сформированных в сознании большинства людей на основе национальных, профессиональных, возрастных и прочих признаков.

Например: «Все министры – воры, учителя – неучи, представители кавказских народов – террористы, русские – жестокие непредсказуемые дураки, украинцы – жадные и глупые и т.п.»

«Большинство стереотипов, которые используют манипуляторы, сильно окрашены эмоционально. Раскачать чувства – для манипулятора половина успеха. Поэтому общим правилом можно считать такое: увидев, что идеологи

²³⁶ Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. Академический Проект, М.: 2009. – 386 с.

почему-то дают на какое-то твоё чувство, следует на время сознательно притупить это чувство. Воспринять сообщения бесстрастно, как автомат, а потом на «холодную голову» обдумать их наедине с собой, без подсказки. Это может показаться цинизмом, но полезно поставленную проблему сначала «проиграть» вообще вне морального контекста – как военные планируют свои бомбардировки. «Проиграть», а потом уже включать моральные ограничения и предпочтения. Очень часто на чувствах играют для того, чтобы переключить эмоции, канализировать их на абстрактного или специально подsunутого «козла отпущения», увести внимание от главного действующего лица. Иной такой козёл даже рад своей роли, такой уж у него темперамент. Да и оплачивают, наверное, неплохо.

Полезный приём проверки адекватности чувства, которое в тебе разбередили пропагандисты, заключается в том, что ты подставляешь вместо «врага» какую-нибудь другую фигуру, не такую одиозную или привлекательную. Сохраняется это чувство? Если нет, значит, с проблемой оно не связано, а внушено с целью манипуляции.

Диалогичность мышления. Манипуляторы стараются превратить нас в потребителей идей, во «внимающее ухо» и «расширенный зрачок». Нас лишили всякого открытого диалога, ибо он снимает наваждение. Диалог разрушает манипуляцию. У нас пока что один выход – перенести диалог на «молекулярный» уровень, даже вести его как мысленный диалог. Но не принимать ни одного утверждения без вопросов. Надо делать усилия, чтобы найти зацепку для вопроса даже в самом «круглом» утверждении, и помнить, что свойство нашего ума – уходить от трудных вопросов, «заметать их под ковёр». Поэтому во многих ответственных профессиях введено что-то вроде обязательного перечня вопросов, которые при выполнении сложной операции надо вслух задать – и вслух ответить, как это бывает у пилотов самолёта. Если мы научимся «говорить сами с собой», то наше мышление наверняка выйдет из колеи, предусмотренной манипуляторами, оно станет непредсказуемым. Может быть, мы станем похожи на сумасшедших, но сумасшедшими манипулировать невозможно, их умозаключения парадоксальны с точки зрения заданного алгоритма.

Создание контекстов. Поскольку один из главных приёмов манипуляции – втиснуть проблему в искусственно построенный контекст (часто это ложный контекст), то и защитным средством будет неприятие предложенной постановки вопроса, замена навязываемого контекста иными, выстроенными независимо от потенциального манипулятора. Вот нам говорят: «В СССР отсутствовала категория прав человека, а на Западе присутствовала». Не будем спорить насчёт категории, а спросим хотя бы себя: «Ну и что, что отсутствовала? В одинаковом ли контексте находились СССР и Запад?». Само собой, начинается в воображение процесс построения контекстов. По мне, так довольно быстро идеологема «прав человека» начинает выглядеть смешной. Ведь сами говорят: казарменный социализм. Какие же в казарме «права человека»? В ней «права и обязанности бойца». Почему же казарменный? Нам нравилось жить в казарме? Да нет, жизнь загнала, холодная война с

несравнимым по ресурсам противником. На деле-то мы жили даже не в казарменном, а в окопном социализме. Может быть, во время войны всё равно было бы лучше жить не в окопе или казарме, а на даче? Нет, не лучше. Безопаснее в окопе или хоть недалеко от окопа, в казарме. Вот сейчас мы живём на даче, питаемся с наших шести соток. Миллион лишних смертей в год имеем, и с правами человека выходит похуже, чем в окопе. Хотя, конечно, кто-то на этом нагрел руки. А ещё говорят, что «Рим предателям не платит». Платит, но всегда хочется больше.

Создание альтернатив. Манипулятор, пресекая диалог, представляет выгодное ему решение как не имеющее альтернативы – иначе начинаются размышления, рассуждения. В общем, «пиши пропало». Такое условие надо сразу отметить. Как это иного не дано? Быть такого не может! Стоит только разрешить самому себе прикинуть в уме разные варианты решения, как вся постройка манипуляции рухнет – и сразу видны корыстные намерения. Вот, выполняя программу разрушения «империи зла», раздули проблему депортации целых народов – крымских татар, чеченцев. Переселить целый народ, какой ужас! Преступление века! Даёшь «Закон о репрессированных народах»? Поджигай, ребята, дом! На весь этот крик разумный человек должен был бы спросить: «Господа хорошие, а как надо было поступить в 1944 году с крымскими татарами, воевавшими на стороне немцев?». Пусть бы Сахаров и Нуйкин прямо ответили: «Расстрелять все 20 тысяч служивших у немцев мужчин по закону военного времени». Ответили бы так? Нет, просто свернули бы всю кампанию манипуляции. Потому что даже в самом воспалённом демократическом уме промелькнула бы мысль, что для крымских татар как народа лишиться практически всех молодых мужчин означало бы исчезновение с лица земли.

Также можно предложить тем, кто ратует за продажу земли: «Зачем так кипятишься? Во всех странах фермеры арендуют землю. Давайте просчитаем такой вариант – при нынешних компьютерах это плёвое дело. Аппетиты наших жадных деревенских стариков-землевладельцев можно ограничить законом, пусть берут за аренду 10% урожая, заодно и подкормятся». Подсчитают – прослезятся. Но зато всем будет видно, что не о фермерах болит душа у Черниченко и Кириенко.

Просто назвав вполне реальные альтернативы, можно пресечь манипуляцию. Если нельзя назвать их вслух, то надо представить их в уме – тогда, хотя бы ты лично защитишь себя от манипулятора.

Включение здравого смысла. Это вещь для образованного человека непростая, но при некотором усилии доступная. Когда слышишь страстные речи, то лучше пропустить мимо ушей красивые фразы и ухватить только главный довод. Потом допустить, что он верен, и подумать, соответствует ли здравому смыслу то решение проблемы, которое предлагает пламенный оратор. «А как бы сделал я?» – вот первый вопрос. Как ни странно, чаще всего оказывается, что сам бы ты так не сделал. Вспомним хотя бы «военный переворот» августа 1991 года. Объявился ГКЧП, пускает по всем каналам телевидения «Лебединое озеро». С другой стороны, Ельцин с Поповым

призывают народ на баррикады. Как же – арестовали нашего президента Горбачёва! Давайте все умрём за него на баррикадах – или свергнем проклятую диктатуру (чьё?). Чью – туманно, но насчёт баррикад вполне серьёзно. А почему сразу баррикады? Что бы сделал я? Сначала бы позвонил в Форос и узнал, в чём дело, почему такая буза? Форос не отвечает? Телефон занят? Есть много других способов связаться. А уж потом – баррикады. На деле уже во второй половине дня, без всякой дополнительной информации многим людям стало ясно, что весь этот переворот – спектакль. Но этих «многих» всё же было ничтожное меньшинство. А большинству внушили самые нелепые толкования происходящего. И до сих пор многие верят, что жена Пуго застрелилась из-за того, что Янаев не стал президентом СССР.

Поиск корня проблемы или противопоставление, дискредитация источников. Манипуляция во многом сводится к тому, что людям предлагают такую трактовку проблемы (противоречия), которая уводит от сути. Люди пошумят, поволнуются, может быть, даже «пришибут» какого-нибудь «стрелочника», но вреда заказчику манипуляции не принесут. Лучше всего, конечно, чтобы ложную трактовку дали «представители» самой страдающей стороны в противоречии (например, в случае социального противоречия – профсоюзы, коммунисты и т. п.). Но если это дорого, то обходятся и просто скромными тружениками телевидения. Впрочем, профсоюзные боссы сегодня, похоже, недорого. «Рыночным ценам – рыночную зарплату!» – вот их трактовка наших бед. А что рыночная зарплата при отсутствии спроса на рабочую силу может быть равна нулю, об этом они «забывают». В такую забывчивость мало верится»²³⁷.

Противопоставление – ищите противоречия в информационных сообщениях, прежде всего, электронных национальных (государственных) СМИ, находящихся под жёстким контролем режима, который озабочен только одним – сохранностью своей власти, выдавая её за власть государственную. Потому что это и есть основная причина того, что СМИ подменяют основную свою функцию общественного контроля манипуляцией сознанием и формированием удобного для режима общественного мнения.

Дискредитация источников и аудитории связана с поиском ответа на вопрос: «Кто, зачем и почему распространяет информацию без оглядки на ложные авторитеты?». Последовательная разбивка, навязанных СМИ стереотипов может примерно выглядеть так: гарант Конституции – прислужник мирового капитала; «лицо кавказкой национальности» – безработный с оружием в руках; одиозный политик – сообщник правящего режима и т. п.

Сведение к абсурду или гипертрофированное отрицание аргументов. Отрицание аргументов в агрессивной информации с помощью перевода её содержания в шутку. Это один из приёмов деконструирования информации,

²³⁷ Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. Академический Проект, М.: 2009. » – 386 с. Напоминаем, что в вышеприведенной информации о приёмах самообороны против манипуляции сознанием человека процитированы или изложены близко к тексту материалы из книги С. Г. Кара-Мурзы «Власть манипуляции» (прим. автора).

который помогает её негативные факты превращать, по крайней мере для вашего психофизического состояния, в позитивные.

Этот метод можно назвать «Грушей наоборот» – потому что разрушение нежелательного психологического фона, вызванного навязчивой, надоевшей информацией, осуществляется сведением данной информации к абсурду. Происходит это с помощью обыкновенного «увеличительного стекла», которым на время самообороны становится ваше воображение, активизированное сознанием.

Например, смотрите вы рекламу (типичный случай информационного насилия) о том, что шубу можно купить «всего за 1000 долларов». Мысленно наденьте эту шубу на известный вам персонаж из реальной социальной жизни, карманы которого, мягко говоря, не отягощены деньгами (знакомую пенсионерку, ничего побирающегося в известных вам местах и т. п.). И вам сразу станет понятна нелепость актуальности данных продаж для большинства жителей России.

Социально-педагогическая вакцинация для выработки иммунитета к не критическому восприятию информации. Интересной, на наш взгляд, социально-психологической формой противодействия информационной агрессии является технология социальной вакцинации, изложенная М. Барабашом в научной статье «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»²³⁸.

Опираясь на эту технологию, мы попытаемся дать методические рекомендации по использованию социально-педагогических форм и методов для повышения критичности мышления, общей информационной культуры человека, развития его социального интеллекта, для возможной смены психологической установки на восприятие транслируемой информации. Условно эту технологию мы назовём «Социально-педагогическая вакцинация для выработки иммунитета к не критическому восприятию информации».

Теоретическое обоснование её заключается, с точки зрения М. Барабаша, в следующем: «Чтобы человек не поддавался на радикальные призывы, в нём надо воспитать и развить те же самые психологические качества, которые приходится преодолевать, чтобы добиться в нём изменений. Это всё равно, что запустить процесс убеждения в обратном направлении. Вильям Макгуир провёл аналогию между процессами формирования психологической защиты от убеждения и биологическими процессами защиты от заболеваний, вызываемых микробами. Можно подвергнуть мнение слабой критике и подсказать людям, как отразить эту критику, предложив готовые контраргументы и поощряя обдумывание собственных аргументов для отражения атаки и выработки «когнитивных антител». Как подтвердили исследования, в ожидании атаки люди генерируют когнитивные суждения в соответствии со своими установками, а эти когнитивные суждения со временем становятся всё более многочисленными и крайними по содержанию.

²³⁸ Далее в нашем пособии мы будем приводить отрывки из этой статьи в виде дословного цитирования, если этого требует контекст и в вольном пересказе.

Исследователи успешно применяют приёмы вакцинации к телевизионному насилию. Методы прививок использовались для повышения сопротивления маленьких детей лживым рекламным роликам, а также чтобы помочь школьникам сопротивляться давлению, побуждающему их начать курить. Обычно им приводят аргументы в пользу курения и учат, как парировать их»²³⁹. Главная мысль этого высказывания заключается в том, что манипуляция – это не абсолютное зло, что её техника может быть использована для достижения позитивных результатов.

«Социально-педагогическая вакцинация для выработки иммунитета к некритическому восприятию информации» состоит из двух этапов: а) повышение психологической сопротивляемости индивида к восприятию нежелательной информации; б) изменение психологической установки на восприятие информации.

1. Повышение психологической сопротивляемости индивида к восприятию нежелательной информации. Цель – *запустить процесс убеждения в обратном направлении.*

«Каким же образом наиболее эффективно вакцинировать людей, чтобы они избегали следовать радикальным призывам, и как для этого нужно действовать? Сделать людей менее податливыми для чужого влияния – задача, в принципе, простая. Главное, что для этого нужно, – это встроить в соответствующую систему установок все те атрибуты удивительной способности к сопротивлению и жизнестойкости установок»²⁴⁰, о которых речь пойдёт в нашем пособии ниже.

«Тот факт, что все эти установки могут быть обращены во зло, должен предостерегать нас. Но сами по себе они ни хороши, ни плохи, а то, как мы их используем, определяет, будет ли эффект конструктивным или разрушительным. Осуждение самой по себе техники убеждения из-за возможности обмана подобно брезгливому отношению к еде из-за возможности переедания. Поэтому если мы не можем уничтожить яд – надо изобрести противоядие. Обычно оценка сообщения как хорошего или плохого соотносится лишь с его содержанием. Если это сообщение не нравится нам, мы часто называем его пропагандой, если нравится – просвещением. По смыслу слова «просвещение» должно быть в большей степени основано на фактах, и менее принудительно, чем просто «пропаганда». И все же, как правило, мы говорим «просвещение», если доверяем информации, и «пропаганда» – если не доверяем.

²³⁹ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации».

²⁴⁰ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации» .

Тем не менее, пропаганда отличается от образования тем, что в сфере образования попытки изменить установки и поведение осуществляются посредством предоставления информации, свидетельств, фактов и логических обоснований. В идеале задача педагогов научить студентов не столько тому, что им думать, сколько тому, как это делается. Конечно, вряд ли когда-нибудь будут созданы методы преподавания и системы учения, полностью свободные от недостатков и внутренних противоречий. Причина этого в том, что поскольку социальное восприятие в большей степени полагается на зрительный образ, то даже простой стимул может восприниматься двумя людьми по-разному. Следовательно, предъявление сторонам, которые придерживаются противоположных взглядов, одних и тех же доказательств не уменьшит их несогласие, а, напротив, увеличит их. Каждая сторона воспринимает доказательство в поддержку своего предвзятого мнения, и поэтому укрепляет свои убеждения. Основная задача, которую выполняют убеждения, – это необходимость довести установки до сознания, поскольку установки оказывают влияние на наше поведение в нужный момент, только если мы вспоминаем о них. Установка – это, прежде всего, отношение между существующим независимо от нас объектом и искусственно создаваемой его оценкой. Когда установившаяся связь прочна, установка воспринимается почти автоматически – столкновение с объектом вызывает соответствующую реакцию и «активизирует» установку»²⁴¹.

Установка на постоянное подтверждение. Для того чтобы усилить между ними связь, необходимо постоянное подтверждение, т. е. постоянно напоминать людям их установки, которые при всех своих различиях могут быть сформулированы как поиск ответа на вопрос: «Какой смысл заключается в информации, которую я хочу донести до другого человека?». Повторяемый ответ на этот заданный вопрос впоследствии может уже автоматически вызывать определённые смыслы. Эта установка – зеркальная сторона тех установок, которые нам организуют СМИ, например, при многократном повторении одной и той же рекламы. Нас это раздражает, потому что это внешнее воздействие. Но когда подобным образом поступаем мы, чтобы убедить себя, это воспринимается совсем по-другому, потому что мы сами автономно распоряжаемся ресурсом своего сознания. По этому поводу М. Барабаш замечает: «Наша бессознательная оценочная реакция влияет на наше восприятие и интерпретацию событий и, следовательно, на наши поступки»²⁴².

Установка на последовательность. «Вообще, люди менее критичны к информации, когда она поддерживает предпочитаемые ими выводы. Мы постоянно выстраиваем всё новые точки опоры, чтобы оправдать сделанный выбор, относительно которого уже взяли на себя обязательство. Даже более

²⁴¹ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁴² Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

того, мы всё время заставляем себя думать и действовать в соответствии с тем, что уже сделано или решено. Как сказал великий английский физик Майкл Фарадей: «Последовательность порой одобряется больше, чем правота». Социальные психологи называют это «подтверждающей стратегией» – если у нас есть какая-нибудь гипотеза или теория, то при сборе новой информации мы склонны пользоваться подтверждающей стратегией, чтобы подкрепить свою точку зрения или гипотезу. Последовательность высоко ценится в нашем обществе. Интересную интерпретацию этому феномену предложил Энтони Гринуолд. Он сравнивает человеческий ум с тоталитарным государством и полагает, что люди обладают «тоталитарным эго». Они сопротивляются когнитивным изменениям так же, как недемократические государства сопротивляются социальным переменам в управлении. Тоталитарные государства искажают события и переписывают историю. Человеческий ум тоже отбирает и интерпретирует информацию таким образом, чтобы она соответствовала сложившимся убеждениям и установкам, и тоже может переписать воспоминания, чтобы прошлые действия и мысли согласовывались с поведением в настоящем и будущем. Люди являются когнитивными консерваторами, поскольку не хотят менять свои мысли об объектах мира и оценки этих объектов»²⁴³.

Установка на стереотипы. «Учёные, исследующие когнитивные реакции, обнаружили, что установки и знания хранятся в системе нашей памяти независимо друг от друга. Установки влияют на восприятие, поэтому всякое восприятие избирательно. Усвоенные в готовом виде установки могут рассматриваться как стереотипы, поскольку их отличает стандартность, повышенная устойчивость и необязательность логически рациональной обоснованности. Психологи уже давно обнаружили, что мы пользуемся целым рядом мыслительных стереотипов, создавая свои повседневные суждения. Фактически у людей автоматическое, стереотипное поведение превалирует, поскольку во многих случаях оно наиболее целесообразно, а иногда и просто необходимо. Поэтому, несмотря на то, что социальные стереотипы неизбежно упрощают, схематизируют или даже искажают видение социальной реальности, стереотипизация выполняет объективно полезную функцию, поскольку само это упрощение объективно необходимо и полезно в общей психической регуляции деятельности»²⁴⁴.

Установка на живой опыт. Живым опыт человека является тогда, когда он его собственный: он это пережил, он это увидел, он стал свидетелем этого и т.п. «Особенно велика роль установок, закрепленных живым опытом людей, всем тем, с чем люди сталкиваются в повседневной жизни. Многочисленные исследования показывают, что самыми негибкими являются установки людей, которые активно участвуют в работе групп, защищающих какую-либо позицию. Участники склонны воспринимать как безусловно верные те данные,

²⁴³ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁴⁴ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

которые подтверждали правильность их позиции, и, напротив, оспаривали данные, не согласующиеся с ней»²⁴⁵.

Установка на манипулятивное заманивание. «Подобная техника манипулятивного «заманивания», известная как «промывание мозгов», была впервые применена китайскими спецслужбами по отношению к американским военнопленным во время Корейской войны. Люди, к которым обращались со сравнительно небольшими просьбами – переписать какой-нибудь коммунистический текст, прочитать вслух антиамериканскую статью, часто продолжали давать согласие на осуществление предлагаемых действий, даже когда «просьбы» тюремщиков уже не были столь безобидны»²⁴⁶. Разумеется, социальный педагог может делать то же самое, но только с благими намерениями. Например, предложить прочитать и законспектировать текст научной статьи о вреде какой-нибудь вредной привычки.

Установка на риторические вопросы. Логическая форма вопроса, в том числе и риторического, психологически не воспринимается как акт информационного насилия: ведь человеку даётся право выбора на ответ. Манипулятивная хитрость заключается в том, что риторический вопрос предлагает очевидный ответ. Например, «Как вы думаете, употребление наркотиков вредит здоровью человека?».

Установка «ряды коммуникаторов». Это тот случай, когда необходимые вам аргументы для убеждения человека звучат из уст не одного человека, а многих людей – рядов коммуникаторов. Мнение разных людей лучше убеждают, чем мнение одного человека. Психологически эта установка похожа на экспертную оценку, именуемую в социальной психологии «перекрёстным мнением». «Например, последовательно выступали три оратора, каждый из которых приводил по одному аргументу по какой-либо проблеме, вместо одного, который приводил бы все три аргумента. Установка «ряды коммуникаторов»²⁴⁷ также не производит впечатления информационного насилия, навязывания какой-то точки зрения. Человек, выслушивая мнение других, постепенно начинает верить в то, что они говорят, «при условии, что их не подкупали и не принуждали к этому. Когда на говорящего не оказывают воздействие со стороны, высказывание становится верой»²⁴⁸.

Установка на несовместимость двух знаний или двух установок. «Манипуляция здесь основывается на действии нескольких достаточно разных, но в то же время взаимосвязанных механизмов. <...> Когда человек сталкивается с двумя противоположными стимулами поведения, например,

²⁴⁵ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁴⁶ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁴⁷ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁴⁸ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

собственные демократические убеждения и одновременно необходимость вести себя в недемократической манере, в его сознании образуется психологическое напряжение, которое сильно затрудняет обычную жизнедеятельность человека. Люди испытывают дискомфорт от любой непоследовательности, даже противоречия, существующие внутри собственной когнитивной системы индивидуума, являются источниками душевного беспокойства. Понимание несовместимости двух знаний или двух установок буквально «разрывает» человека на части, стремящиеся в противоположные стороны»²⁴⁹.

Установка на воображаемые альтернативные результаты. Эта установка базируется на так называемом эффекте недостаточного оправдания – уменьшения диссонанса путём внутреннего оправдания своего поведения, когда внешние стимулы для этого недостаточны. Как правило, подобная переоценка происходит почти автоматически, без осознанного влияния человека. Это хорошо показано в знаменитой басне о лисице и зелёном винограде. Однако возможно также и манипулятивное использование описанных выше механизмов. В соединении с «феноменом самонадеянности» (тенденция быть скорее уверенным, чем точным, то есть переоценивать корректность своих убеждений) данные механизмы запускают следующий замещающий процесс, который старается приукрасить действительность, – «мышление против фактов» (т. е. воображаемые альтернативные сценарии и результаты, которые могли бы быть, но не случились). Теперь даже прямое столкновение с противоречащей убеждениям действительностью не способно сколько-нибудь значительно переубедить человека в своих взглядах»²⁵⁰.

Установка на желание осмысливать информацию. В основе этой установки находится повышение мотивации на критическое потребление информации. «Объяснением такого состояния может быть действие особого психологического процесса, который известный американский психолог Гарри Саливан²⁵¹ называет «механизмом выборочного невнимания». Как в медицине считается, что любой конкретный орган тела приспособлен для выполнения какой-либо функции, так и учёные-бихевиористы выдвигают предположение о том, что образ наших мыслей и поведение играют адаптивную роль. Наше окружение поставляет нам огромное количество разнообразных впечатлений, которые вызывают у нас как положительные, так и отрицательные эмоции. Многочисленные лабораторные исследования показали, что люди склонны осмысленно реагировать на информацию тогда, когда у них есть желание и возможность тщательно её анализировать»²⁵².

²⁴⁹ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁵⁰ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁵¹ Гарри Стек Салливан Гарри Стек (21 февраля 1892, Норидж, штат Нью-Йорк, США — 14 января 1949, Париж, Франция) — американский психолог и психиатр, представитель неофрейдизма, основатель интерперсонального психоанализа

²⁵² Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

Установка на упрощение информации. «Лауреат Нобелевской премии психолог Герберт Саймон утверждал: «Для того чтобы справиться с действительностью, мы упрощаем её». Чтобы сэкономить время, мы иногда должны отказываться от поглощающей всё наше внимание сложной обработки всей доступной нам информации в полном объеме и принимать решения автоматически, подобно примитивным видам, учитывая лишь какой-то один элемент информации... Мы склонны принимать во внимание единичные сигналы, когда у нас нет намерения, времени, энергии или познавательных ресурсов, чтобы провести исчерпывающий анализ ситуации. Когда мы торопимся, находимся в состоянии напряжения, неуверенны, безразличны, расстроены или утомлены, мы обыкновенно сосредотачиваемся на наименьшем объеме доступной нам информации»²⁵³.

Установка «иллюзорное» мышление. Такого рода мышление «часто является побочным продуктом наших мыслительных стратегий для упрощения сложной информации. Поэтому не все впечатления воспринимаются нами с одинаковой готовностью. Многим из них приходится сталкиваться со своеобразными психологическими когнитивными барьерами. Некоторые внешние сигналы имеют очень мало шансов пробиться сквозь препятствия, воздвигаемые нашим сознанием. И уж во всяком случае, все впечатления, усваиваемые нами, проходят цензуру нашего сознания и включаются в наше внутреннее восприятие в препарированном и прокомментированном виде. Принимая решение в подобных обстоятельствах, мы часто возвращаемся к довольно примитивному, но рациональному подходу «один элемент хорошего доказательства определяет все»²⁵⁴.

Установка на стойкость убеждений. «Если ложная идея искажает обработку информации, то будет ли последующая дискредитация уничтожать её эффект? Чтобы узнать это, американские психологи Ли Росс²⁵⁵, Крейг Андерсон и их коллеги навязали людям ложное убеждение, а потом попытались дискредитировать его. Их эксперименты обнаружили, что на удивление трудно опровергнуть неправду, если человек логически обосновал её. В каждом эксперименте убеждение либо внушалось в самом начале, либо сообщалось, что это правда, либо людей побуждали прийти к такому заключению после тщательного изучения двух примеров. Затем людей просили объяснить, почему это правда. В конце эксперимента исследователи абсолютно дискредитировали первичную информацию, говоря людям правду: информация была сфабрикована для эксперимента, и половина людей получила противоположную информацию. Тем не менее, новое убеждение сохранялось у 75% испытуемых, поскольку они всё ещё продолжали верить в придуманное ими объяснение. Этот феномен, который был назван

²⁵³ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁵⁴ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁵⁵ Росс Ли (Lee Ross, 1942, Канада) – профессор психологии Стэнфордского университета США, один из основателей Стэнфордского центра по изучению конфликтов и переговоров.

«стойкостью убеждений», показывает, что убеждения могут жить своей жизнью и сохраняться в сознании человека даже после дискредитации доказательства, которое их породило. Эти эксперименты также показывают, что чем тщательнее мы проверяем свои теории и объясняем, почему они могли бы быть истинными, тем более мы становимся закрытыми для информации, которая может пошатнуть наше мнение. Несмотря на стремление к объективности, при сборе информации люди склонны подтасовывать её таким образом, чтобы она подтверждала их мнения или рабочие гипотезы о данном объекте.

Установка на формирование индивидуальной системы ценностей. Эта установка не должна противоречить тому, что индивидуальная система ценностей должна опираться на общечеловеческую систему ценностей. «Так, одно из важнейших средств воздействия на развитие национальных процессов и межнациональных отношений – это формирование с детских лет, буквально с детсадовского, а тем более школьного возраста чувства национальной гордости при одновременном воспитании глубокого уважения к языку, культуре, самобытным особенностям, обычаям и традициям других народов. Это особенно актуально в нашей стране, поскольку, как подчёркивает известный польский социолог Джордж Коланкевич, – во многих посткоммунистических государствах групповое убеждение в том, что «другое» может иметь позитивную функцию, абсолютно чужда для значительной части как элит, так и общества»²⁵⁶.

Таким образом, умелое манипулирование общественным мнением связано не только и не столько с монополией представителей официальных властей на интерпретацию (отсутствие фактически независимых СМИ), сколько с сознательным контролем того, как люди будут воспринимать подаваемую информацию. Часто элитами в качестве удобного инструмента завоевания доверия «внутренней аудитории» используются лозунги защиты своей национальной культуры. Борьба за высокую позицию во властной пирамиде заставляет постоянно прибегать к таким доводам, как необходимость защиты «общего блага», «процветания Отечества», «прав человека» и т. д., за которыми, в свою очередь, стоит попытка перераспределения влияния и авторитета»²⁵⁷.

2. Изменение психологической установки на восприятие информации. Цель – *выработать у человека способность самостоятельно противостоять информационной агрессии.*

При этом, говоря словами М. Барабаша, надо помнить, что: «Рациональный индивид не будет нести бремя расходов и забот для поддержания какой-либо организации, созданной для достижения общей

²⁵⁶ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁵⁷ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

благородной цели, в обстоятельствах, когда его собственный вклад в конечный результат будет незначителен, и когда он сможет воспользоваться будущими благами, не прилагая для этого никаких усилий. Другими словами говоря, он будет «зайцем», едущим за счёт других. Поэтому у него возникнет желание воспользоваться результатами чужого участия и, так сказать, «проехать за чужой счёт». Разумеется, у каждого человека есть своя система ценностей, т. е. неизменный набор мнений о том, какие виды поведения и какой стиль жизни являются предпочтительными или хорошими. Установки, сильно связанные с ценностями, особенно трудно поддаются изменению. Люди обычно особо непоколебимы в тех вопросах, которые касаются их лично, т. е. затрагивают те области, где их чувство личной идентичности, привычный образ жизни или ощущение социальной среды тесно соприкасается с их позицией по данному вопросу. Люди с повышенным самосознанием более склонны придерживаться своих установок. Люди с последовательными установками уверены в своих взглядах и имеют чёткое представление о себе, поэтому им не надо выводить свои установки из имеющейся информации о своём поведении. Принятие определённой позиции, особенно в присутствии других людей, также сильно повышает их сопротивляемость. Это особенно верно в тех случаях, когда вербальные и поведенческие обязательства для индивидуума связаны с его личностными ценностями»²⁵⁸.

По мнению М. Барабаша, изменить психологическую установку на восприятие информации у человека можно с помощью следующего алгоритма.

Шаг первый. *Изменение установки с помощью контраргументов* (логика). Поскольку многие установки основываются на социально-психологических приёмах заражения, внушения и подражании, апеллирующих к эмоционально-волевой сфере человека, такой попытке убеждения можно противостоять с помощью контраргументов. Поиск контраргументов основан, с одной стороны, на некоторой уже имеющейся сумме знаний об информации, с другой стороны, на умении человека логично мыслить, то есть находить причинно-следственные связи между тем, кто сформировал информацию, кто её транслирует, кому она адресована и какую она выполняет смысловую нагрузку.

Шаг второй. *Изменение установки с помощью формирования новых знаний* (новая информация, информативность). «Знания также способствуют тому, чтобы установка была чёткой и сильной. Такая установка всегда находится под рукой, поэтому маловероятно, что человека удастся склонить к самоатрибуциям на основе поступков, совершённых под воздействием ситуационного влияния. Обладая знаниями, проще выдвигать контраргументы. Образование должно включать в себя знакомство с самыми разнообразными идеями и идеологиями, чтобы люди могли отстаивать свои взгляды. Если их не

²⁵⁸ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

знакомят с другими взглядами на мир, то им будет трудно защищать свои взгляды от нападков красноречивых сторонников различных идеологий»²⁵⁹.

Шаг третий. Изменение установки с помощью убеждения (мотивация). «Попытки убедить нас в чём-либо иногда являются безнравственными, а иногда оказывают положительное воздействие, иногда эффективны, а иногда совершенно бесполезны. Сами по себе они не хороши и не плохи, они нейтральны, они не несут в себе ценностной нагрузки. Однако то обстоятельство, что можно злоупотреблять силой убеждения, вовсе не означает, что убеждению самому по себе присуща некая хроническая порочность. Атомная энергия позволяет нам как освещать дома, так и разрушать города. Топором можно рубить лес, а можно головы. Равным образом сила убеждения позволяет нам просвещать или обманывать.

Необходимо учитывать, что процесс убеждения включает в себя шесть этапов: предъявления сообщения адресату; обращение внимание на сообщение; понимание информации; принятие вывода, диктуемого сообщением; закрепление новой установки; перевод установки в поведение.

Поэтому изменение установки – это процесс сложный сам по себе. Существует простое правило – убедительность снижается при повышении важности проблемы и степени знакомства с нею. В незначительных вопросах, таких, например, как выбор между разновидностями какого-либо товара, власть средств массовой коммуникации демонстрируется легко. Рекламуемый товар обычно пользуется большим спросом. В тех же случаях, когда обсуждаются актуальные и важные проблемы, непосредственно затрагивающие человека, например, межэтнические, пытаться убедить в чём-то людей – всё равно, что толкать сизифов камень в гору. Хотя цель и достижима, но не сразу»²⁶⁰.

Социально-педагогические формы и методы информационной социализации. Как уже говорилось выше в нашем пособии, для противостояния информационной агрессии в процессе информационной социализации в социально-педагогической практике активно используются многочисленные социологические, социально-педагогические, педагогические формы. Они применяются для профилактики, коррекции асоциального поведения потребителя информации и формирования у него необходимого уровня информационной культуры для адекватного её потребления, не приносящего вреда его личности и обществу. Эти формы в социально-педагогической практике должным образом интерпретируются, чтобы достичь главной цели – помочь человеку, оказавшемуся в трудной жизненной ситуации.

²⁵⁹ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

²⁶⁰ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

Остановимся на некоторых из них, которые традиционно используются в процессе социально-педагогической поддержки и сопровождения информационной социализации личности. Но сначала уточним, что в данном учебном пособии мы подразумеваем под содержанием понятий «социально-педагогическая поддержка» и «социально-педагогическое сопровождение».

Принципиальная разница в содержании этих понятий заключается в том, что сопровождение и поддержка в этимологическом и социальном плане занимают разные смысловые позиции. Сопровождать значит идти рядом и оберегать от внешней опасности, а поддерживать – давать возможность опереться, помогать, находясь в непосредственном психофизическом контакте с человеком, оказавшемся в трудной жизненной ситуации. Часто это сопряжено с возрастными особенностями подопечного. Например, дети более нуждаются в поддержке, взрослые часто – в сопровождении.

Использование термина «сопровождение» продиктовано необходимостью дополнительно подчеркнуть самостоятельность человека в принятии решения. Сопровождаемое развитие выступает определённой альтернативой методу «направляемого» развития. Метод сопровождения возник как метод оказания помощи человеку в разрешении той или иной проблемы. Для разрешения этой проблемной ситуации социальный педагог разрабатывает индивидуальный образовательный маршрут социально-педагогического сопровождения. Основными тактиками педагогической поддержки и сопровождения являются: защита, помощь, содействие и взаимодействие (О. С. Газман).

Эти тактики обеспечивают условия безопасности личности при получении опыта самостоятельных действий, помогают человеку справиться с эмоциональными переживаниями проблемы и способствуют переводу проблемы в деятельность по её разрешению.

В основе **тактики защиты** лежит ограждение индивида от негативных обстоятельств или смягчение таких обстоятельств, а также развитие способности избавляться от страха перед обстоятельствами. Чтобы реализовать тактику защиты социальный педагог может занять позицию «буфера», смягчающего воздействие на человека негативных обстоятельств. Как правило, такая позиция ориентирована на компромиссные решения и используется в ситуациях конфликта, когда поведение ни одной из сторон нельзя считать правильным.

Тактика помощи в большей степени, чем тактика защиты, ориентирована на активность человека. В её основе лежит вывод из состояния «жертвы обстоятельств» в состояние «встречи с проблемой». В то время как тактика защиты, как правило, обращена к внешним обстоятельствам, тактика помощи имеет целью разблокировать собственную активность и самостоятельность объекта поддержки.

Реализация тактик защиты и помощи обеспечивает переход к тактикам содействия и взаимодействия.

Предпосылками такого перехода являются: а) преодоление личностью в объективном и субъективном плане позиции «жертвы обстоятельств»; б) наличие стабильного эмоционально-психологического состояния; в) формирование адекватной самооценки.

Тактика содействия направлена на поддержку личности взрослого человека в ситуации выбора и предполагает расширение социального опыта на основе: формирования представлений о реально существующих альтернативах; погружения в процессы конструирования, анализа и оценки имеющихся альтернатив; осознания оснований своего собственного выбора; реализации определённой стратегии поведения в соответствии со сделанным выбором. Тактика содействия позволяет получить опыт рефлексивной деятельности в условиях выбора.

Реализуя тактику содействия, социальный педагог занимает по отношению к взрослому человеку позицию своеобразного «рефлексивного зеркала», отражающего его поведение и установки в процессе образовательного взаимодействия. Для этого он использует следующие приёмы: воспроизведение точки зрения взрослого человека, позволяющее ему услышать самого себя «со стороны»; осуществление инверсии (перестановки, преобразования) как средства возвращения объекту поддержки противоречий, содержащихся в его намерениях.

Социально-педагогическая поддержка и сопровождение в процессе информационной социализации человека может содержать такие формы индивидуальной, групповой и коллективной образовательной деятельности, как: включённое наблюдение и его разновидность – самонаблюдение, контент-анализ, дискурс-анализ, интервью, дискуссия, круглый стол, ролевые игры, коллективно-творческое дело и т. п. методы формирования у человека способности к критическому осмыслению получаемой информации. Остановимся немного подробнее на некоторых из них.

Индивидуальные формы: дневник самонаблюдения, эссе, глубинное интервью.

Дневник самонаблюдения. Напоминает личный дневник, известный любому интеллигентному человеку. Разница заключается в том, что эта форма включённого наблюдения предполагает рефлексированный диалог человека с самим собой по поводу прочитанной, услышанной и увиденной информации. Этот диалог со своим внутренним «Я» сфокусирован на том, где, когда, при каких обстоятельствах индивид получил информацию, как её содержание повлияло на его социальное самочувствие, какие поведенческие действия она спровоцировала и что в результате этого произошло. Словом, это одна из форм саморефлексии, которая осуществляется по «горячим следам» произошедших информационных событий. Одна из разновидностей дневника самонаблюдения – интернет-дневник (блог). Особенность его заключается в том, что свои личные наблюдения блогер выставляет для всеобщего

(коллективного) обсуждения, поэтому в нашей классификации мы его относим к коллективным формам информационной социализации.

Эссе. Эссе строится исключительно на субъективной интерпретации событий, и роль автора, его точка зрения как бы гипертрофированы. Это даёт возможность ему отказаться при необходимости, что чаще всего и происходит в эссе, от традиционного фабульного подхода в изложении событий (введение, основная часть, заключение), а само понятие композиции максимально приблизить к художественному, а не к документальному произведению. Композиция в эссе – свободное сочетание различных публицистических и художественно-выразительных элементов.

Как же написать эссе? Журналист Г.В. Лазутина на этот вопрос отвечает примерно так. Жанр эссе предполагает свободу творчества. Вся его прелесть в том, что автор может написать любые свои размышления на абсолютно любую тему. Эссе – это размышление над какой-нибудь проблемой. Поэтому в эссе допускается полемика с другими авторами (с их точкой зрения). Цитировать других авторов можно, но умеренно и к случаю. Эссе – это абсолютно самостоятельная работа, написанная собственным стилем и языком, поэтому чем меньше цитат, тем лучше.

На первом плане эссе – личность автора. Его мысли, чувства, отношение к миру становятся основой для сочинения. При написании эссе могут возникнуть трудности. Это и выбор темы, и стиль написания, и нестандартный взгляд на какую-нибудь проблему. Кроме этого, чтобы написать эссе, надо знать его стилистические особенности: образность; афористичность; парадоксальность. Для передачи личного восприятия, освоения мира автор эссе привлекает многочисленные примеры; проводит параллели; подбирает аналогии; использует всевозможные ассоциации. Для эссе характерно использование многочисленных средств художественной выразительности: метафоры; аллегорические и притчевые образы; символы; сравнения. Эссе будет выглядеть богаче и интереснее, если в нём присутствуют: непредсказуемые выводы; неожиданные повороты; интересные сцепления. По речевому построению эссе – это динамичное чередование полемичных высказываний, вопросов, установка на разговорную интонацию и лексику. Заголовок в эссе не находится в прямой зависимости от темы: кроме отражения содержания работы он может являться отправной точкой в размышлениях автора, выражать отношение части и целого; свободная композиция эссе подчинена своей внутренней логике, а основную мысль эссе следует искать в «пёстром кружеве» размышлений автора.

Глубинное (глубокое) интервью. Это неструктурированное интервью, которое по форме напоминает беседу. Как и в беседе, в глубинном интервью нет гида (заготовленных вопросов), разговор происходит на заданную тему, а вопросы формулируются по ходу его. Это риск, но это же придаёт разговору необходимую психологическую раскрепощённость, искренность: собеседники в процессе разговора находятся в равных условиях. И всё-таки в глубинном

интервью один из собеседников – исследователь, хотя он это старательно и скрывает. Он не только собирает необходимую информацию, но ещё оказывает терапевтическое воздействие на собеседника. Поэтому глубинное интервью – хороший формирующий инструментарий, так как в процессе такой «глубокой беседы» у респондента, благодаря вниманию к его судьбе, улучшается социальное самочувствие, активизируется социальная память и социальное мышление. Происходит это, потому что специфика глубинного интервью не терпит позиции «над», распределения коммуникативных ролей по принципу «ведущий – ведомый» или «взрослый – ребёнок». Это равноправный (субъект-субъектный) образовательный диалог, в основе которого лежат принципы андрагогического взаимодействия. Полагаем, что глубинное интервью желательно применять в практике социально-педагогического исследования, начиная уже со старшего подросткового возраста, но не исключено, что такого рода беседа может быть применена и для более ранних возрастных категорий.

Техника подготовки и проведения глубинного интервью обязывает исследователя производить диктофонную или видеозапись, потом её преобразовывать в протокол, который впоследствии согласно цели исследования анализируется с помощью избранного дискурс-анализа (см. Приложение № 1-4).

Групповые формы: фокус-группа, круглый стол, ролевая игра

Фокус-группа – разновидность групповой дискуссии. Фокус-группа – распространённый метод, применяемый в социологическом исследовании для определения качественных характеристик исследуемого объекта через мнение различных людей. Валидность такого исследования достигается с помощью исследовательской триангуляции, в основе которой лежит множество точек зрения на один и тот же объект, с помощью которых достигается, во-первых, глубина и объёмность анализа его качественных характеристик, во-вторых, частота их совпадений в устах разных людей даёт основание полагать, что те или иные из них (характеристики) в данном объекте преобладают.

Существует несколько точек зрения на то, что из себя по форме представляет фокус-группа. Их все можно условно поделить на две группы: *первые* полагают, что это интервью с элементами дискуссии, *вторые*, что это дискуссия, которая использует приёмы интервью. Например, известный приверженец этого метода, представитель питерской школы В. Ильин²⁶¹ полагает, что это разновидность группового интервью. А И. Штейнберг²⁶², представитель московской школы социологов, утверждает, что это групповая дискуссия. Обе эти точки зрения объединяет один для нас немаловажный безусловный факт: фокус-группа – интерактивный метод взаимодействия, а

²⁶¹ . Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. – СПб.: 2006. – 234 с.

²⁶² Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А., Качественные методы. Полевые социологические исследования / под ред. И. Штейнберга. – СПб. : Алетейя, 2009. – 352 с.

значит – эффективный способ формирования необходимых навыков информационной социализации в процессе межличностного непосредственного информационного взаимодействия. Этого не может отрицать ни один исследователь, так как определение тех или иных качественных характеристик исследуемого объекта с помощью мнения различных людей, собранных одновременно в одном месте, может происходить только на основе их речевого взаимодействия. То есть с помощью обмена мнениями (информацией о личном восприятии явления) между участниками фокус-группы, представляющей из себя разновидность коллективной рефлексии.

Наше включённое наблюдение за проведением фокус-групп со взрослыми людьми показало, что в данной аудитории они скорее представляют из себя групповые дискуссии. Такой вывод мы делаем на основании того, что реципиенты при обсуждении поставленной перед ними проблемы часто не соглашались с мнением друг друга, уточняли его и даже опровергали, используя доступные во время устного общения (информационного взаимодействия) и распространённые в обычных спорах логически корректные и некорректные приёмы (аргументы к авторитету, к личности и т. п.). Наблюдение за участниками дискуссии также показало, что они в её процессе:

- стараются ярко выражать мысли и при этом управлять эмоциями;
- демонстрируют готовность работать в группе, пытаются понять другого выступающего, поставить себя на его место;
- в поисках аргументов опираются на примеры из своей жизни, жизни своих родственников и знакомых;
- пытаются определить причинно-следственные связи между различными явлениями, помогающими глубже раскрыть обсуждаемую проблему, строить прогнозы её разрешения.

Это говорит о том, что, проводимые нами дискуссии активизируют работу их социального интеллекта и развивают его, так как критерии, с помощью которых принято определять уровень социального интеллекта, имеют ту же социально-психологическую природу.

Всё вышесказанное даёт нам основание полагать, что социологический качественный метод фокус-группа, при применении его в социально-педагогическом исследовании, цель которого изучить уровень социального самочувствия, социального интеллекта, самоактуализации, самореализации человека, может использоваться параллельно как любой из интерактивных методов в качестве формирующей или развивающей методики. По этой причине всё вышесказанное в полной мере относится и к информационной социализации.

Подготовка проведения фокус-группы предполагает написание сценария этого общественно-образовательного мероприятия, который пишется по всем законам жанра дискуссии. Рекомендуется, чтобы в дискуссии принимало участие не более 15 человек. По составу эта группа должна быть своеобразным экспертным советом по обсуждаемой проблеме, в котором по возможности должны быть представлены точки зрения разных социальных групп.

Проведение фокус-группы записывается на диктофон или видеокамеру. Далее запись расшифровывается, делается протокол, который становится объектом исследования и анализируется с помощью избранного дискурс-анализа.

Круглый стол – это также разновидность дискуссии, которая предполагает ярко выраженную роль модератора (ведущего), который в её процессе регулирует речевую деятельность реципиентов. Его основная задача – дать возможность как можно большему количеству участников дискуссии высказать своё мнение и дискуссию не превратить в полемику (хаотичное, неуважительное по отношению друг к другу высказывание мнений). Формирующая функция круглого стола менее ярко выражена, хотя, конечно, какая-то корректировка взглядов его участников происходит. Но зато информационная сущность этой формы превалирует, в следствие того, что информаторы «оберегаются» модератором и имеют возможность до конца высказать то, что они думают об обсуждаемой проблеме. При этом процедура сбора и обработки информации исследователем остаётся такой же, как и в фокус-группе.

Ролевая игра – это речевое моделирование ситуации речевого взаимодействия, т. е. обмена информацией между участниками в рамках определённых им социальных ролей. Ролевая игра даёт возможность идентифицировать себя с человеком, который попал в определённую жизненную ситуацию, понять логику его поступков, ответить для себя на вопрос: «А как бы ты поступил в предлагаемых обстоятельствах?».

Типичное распределение ролей в игре: наличие модератора (ведущего), экспертной группы и участников, представляющих разные точки зрения, которые обычно делятся на группы, и им в зависимости от ситуации также присваиваются определённые социальные роли.

Например, «Суд над Красной Шапочкой». Модератор – прокурор. Экспертная группа – присяжные заседатели. Точку зрения волка представляют: сам волк, свидетели. Точку зрения Красной Шапочки: сама Красная Шапочка, бабушка, мама, дровосеки. Как и в случае с фокус-группой процедура сбора и обработки информации исследователем остаётся такой же.

Коллективные формы: создание средства массовой информации, проведение культурно-просветительного массового мероприятия, организация и проведение информационно-пропагандистской кампании.

Клуб по интересам – коллективно-творческое дело людей, объединённых интересом к одному или нескольким видам деятельности, которые обычно позиционируются как хобби. В рамках клуба по интересам люди обмениваются в процесс неформального общения интересующей их информацией, с которой нередко выходят в разных формах в социум, презентуя результаты своей совместной деятельности широкой

общественности. Такие клубы могут иметь самую разнообразную направленность: от огородников-любителей до различных творческих объединений. Общей чертой для всех их является то, что информационное взаимодействие происходит на основе и с помощью распространения общественно-образовательной информации (см. Приложение № 18).

Создание общественно-образовательных средств массовой информации – коллективно-творческое дело, которое позволяет его участникам лично участвовать в сборе, формировании, интерпретации и транслировании информации. Формы могут быть самыми разнообразными: от стенной печати, школьной газеты до выхода в свет оригинальных радио-телепрограмм и альманахов.

Основная цель создания таких некоммерческих средств массовой информации – удовлетворение информационных потребностей некоей целевой группы, в силу разных социальных причин нуждающейся в данной информации, но не получающей её ни от государства, ни от представителей бизнеса, которые зарабатывают деньги за счёт распространения информации в форме различных СМИ. Это традиционно очень большой сегмент информационного рынка России, имеющий десятки незаполненных информационных ниш, которые не интересуют, например, бизнес вообще, а государство (власть) как социальное политическое сообщество только в небольшие временные отрезки проходящих предвыборных кампаний, после которых политики мгновенно забывают о людях, образно говоря, «населяющих» эти ниши. Это очень большое количество людей²⁶³, живущих в России в состоянии относительной бедности²⁶⁴: пенсионеры, инвалиды, педагоги, врачи, неквалифицированные рабочие в городах-полисах, плюс к ним – квалифицированные, но низкооплачиваемые рабочие и сельские труженики по всей территории России и мн. др.

Особенностью данной формы информационного социально-педагогического взаимодействия является то, что участвующие в этом процессе люди имеют возможность исполнять разнообразные социальные роли: издателя, директора, редактора, журналиста, технического редактора, литературного редактора, распространителя и т. п. Каждая из этих ролей имеет

²⁶³ . Существенный вклад в осмысление строения современного российского общества как системы групп и слоев, являющихся либо активными субъектами реформ, либо адаптирующимися к ним и (или) страдающими от них («объектами»), внесла Т.И. Заславская и руководимый ею коллектив. Согласно этим исследованиям, российское общество на данном этапе состоит из следующих слоев: *верхнего* (политическая и экономическая элита, крупные и средние предприниматели, высшая бюрократия, генералитет, лидеры «директорского корпуса»); *среднего* (мелкие частные предприниматели, представители бизнес-профессий – работающие по найму коммерсанты, финансисты и пр., интеллигенция (специалисты); *базового* (полунинтеллигенция – помощники специалистов, работники массовых профессий торговли и сервиса, квалифицированные рабочие и крестьяне); *нижнего* (технические служащие, люди без квалификации и профессии, а также люмпены).

Социальная политика: Учебник / Под общ. ред. Волгина Н.А., М.: Изд-во РАГС, 2003. – 548 с

²⁶⁴ Относительная бедность – социально-экономическое состояние, человека, который не абсолютно беден, т.е. имеет работу, жильё, в состоянии себя прокормить и одеть, но не имеет возможности делать достаточных денежных накоплений, чтобы удовлетворить свои культурные потребности, в том числе и информационные.

свою специфику и позволяет человеку как коммуникатору раскрыть свои личностные творческие способности. Спектр их многообразен: умение рисовать и фотографировать, написание текста, ведение финансовой деятельности, развитие и реализация организаторских способностей и т. п. Автор данного пособия имеет опыт создания нескольких средств массовой информации, в которых люди разных возрастов имели возможность активизировать свою информационную социализацию (см. Приложение № 19).

Интернет-форумы. Наукой пока не до конца осмыслено, являются или нет средствами массовой информации различные формы информационного взаимодействия в социальных сетях. Но пока теоретики спорят, факт остаётся фактом – существуют и эффективно действуют (т. е. способны собирать большую аудиторию) различные интернет-форумы, интернет-дневники (блоги), интернет-издания и т. п. А это значит, что данная информационная деятельность вполне может быть предметом не только теоретической, но и практической деятельности социального педагога. Конечно, обращение к этим формам виртуального информационного взаимодействия должно быть обусловлено желанием помочь личности, оказавшейся в трудной жизненной ситуации, обрести новых друзей, самовыразиться и т. д., и т. п. То есть если такого рода социально-педагогическое сопровождение будет способствовать саморазвитию человека и улучшению его социального самочувствия.

Проведение культурно-просветительного массового мероприятия – разновидность коллективно-творческого дела, которое предполагает обязательное публичное участие в его организации. Например, «Фестиваль прессы». В его организации и проведении как минимум участвуют: административная группа (руководитель проекта, финансисты, специалисты по рекламе и т. п.); модератор или модераторы (ведущие публичных представлений, а также возможных мастер-классов); экспертная группа (жюри); участники и зрители.

Опыт организации и проведения, различных культурно-массовых мероприятий: региональный творческий фестиваль авторов самодетельной авторской песни Иркутской области «БАРД-ак» (1997-2003 гг.); Всероссийский андрагогический форум г. Иркутск (2006 г.), акции ЮНЕСКО «Неделя образования взрослых» в России г. Иркутск (2007 г.), «Неделя неформального образования» в г. Иркутске (2013-2016 гг.) и многих других показывает, что в реализацию этих социальных проектов включается большое количество людей, которые в процессе прохождения мероприятий интенсивно обмениваются информацией о разных формах саморазвития личности человека, активно интегрируются в общественную жизнь, выполняя при этом различные социальные роли.

Информационно-пропагандистская кампания – также коллективно-творческое дело. Необходимое условие – сотрудничество и тесное

взаимодействие государственных органов с общественными организациями. При этом для России принципиально важно, чтобы такая кампания не оставалась только лишь на уровне федерального центра, а получила реальную поддержку со стороны руководителей субъектов Федерации. При этом необходимо предусмотреть выделение соответствующих средств в бюджеты всех уровней.

Например, необходима мощная информационно-пропагандистская кампания социальной рекламы, которая будет воздействовать на установку взаимопонимания между социальными группами по разным признакам: национальному, профессиональному, половому, возрастному и т. п. Однако пропаганда может сработать лишь при определённых условиях. Она не должна сильно противоречить действительности. Здесь существует закон обратной связи между имиджем и действительностью – жить на уровне своего имиджа. Это означает, что важно не только создавать собственный образ, но и постоянно его подкреплять. Иначе он окажется разоблачённым и лопнет как мыльный пузырь. PR-кампания должна быть направлена на молодёжь, родителей, руководство государства. Необходимо разработать систему поддержки как моральной (в категориях социального престижа), так и финансовой (например, налоговые льготы), учреждений, организаций и торговых объединений, которые готовы участвовать в данной кампании. Речь идёт о кампании непрерывного действия, которая охватывает все основные направления:

- средства массовой информации – показать, что СМИ поступают нехорошо, разрабатывая образ «лиц кавказской национальности» как главных виновников всех бед России, существующих в настоящее время;

- учебные заведения всех уровней – рассказать о том, что существует проблема искусственного нагнетания межэтнической неприязни, и предусмотреть специальные курсы, изучающие противодействие манипулированию сознанием;

- органы законодательной и исполнительной власти федерального уровня и субъектов Федерации – особое внимание необходимо уделить содействию лучшему пониманию населением, общественными организациями, деловыми кругами деятельности администрации по снижению межэтнической напряжённости и поддержанию её имиджа как надежного органа управления;

- внедрение соответствующих программ «вакцинирования» в общественную жизнь, а также мероприятий, направленных на выявление и ликвидацию слухов или других источников непонимания.

Специалистами разработаны некоторые правила, которых следует придерживаться организаторам государственных коммуникационных

кампаний. Прежде всего, речь идёт о правиле триединства: единство темы; единство времени; единство действия.

За время проведения кампании её объект должен, условно говоря, пройти через три фазы воздействия » «*фазу*» *знания* («я знаю, что экстремизм – это плохо»), «*фазу*» *решимости* («я хочу стать более дружелюбным к другим этническим группам»), «*фазу*» *поступка* («экстремистские призывы никакого воздействия на меня не оказывают»). Одновременно подобная социальная реклама должна сочетать в себе психотерапевтические цели, т. е. способствовать снятию состояния тревожности, снижению страха, внушению чувства уверенности.

Как правило, такие кампании длятся 2-3 месяца. Потом эффективность воздействия постепенно снижается. В этот момент необходимо «запустить» следующую кампанию»²⁶⁵.

В заключение этого параграфа хотелось бы подчеркнуть, что социально-педагогические подходы, базирующиеся на вышеприведённых технологических формах и социально-психологических методах, могут активно использоваться для обеспечения «полнокровной» информационной социализации человека, оказавшегося в трудной жизненной ситуации, так как все они ориентированы на улучшение социального самочувствия личности через формирование у неё потребности к горизонтальной социальной мобильности, потребности в развитии социального интеллекта, творческих и коммуникативных способностей, самоидентификации и самоактуализации.

Контрольные вопросы и задания для самопроверки:

1. Эффективность информационной социализации индивида при всей сложности содержания этого понятия может быть сведена к двум простым составляющим. Назовите их и охарактеризуйте?
2. Какие простейшие правила самообороны личности против информационного вторжения в сознание человека рекомендуют психологи?
3. Какие приёмы самообороны может использовать каждый человек и те организации, в которых люди собираются для спасения? Назовите некоторые из них и охарактеризуйте.
4. Объясните сущность социально-педагогической вакцинации для выработки иммунитета к некритическому восприятию информации.
5. Назовите и охарактеризуйте индивидуальные социально-педагогические формы и методы информационной социализации.

²⁶⁵ Барабаш М. «Технология информационного воздействия и социальной вакцинации»

6. Назовите и охарактеризуйте групповые социально-педагогические формы и методы информационной социализации.

7. Назовите и охарактеризуйте коллективные социально-педагогические формы и методы информационной социализации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, в условиях развития информационного сообщества важным делом для человечества становится формирование информационной культуры человека. От того, какой смысл оно сможет вложить в это понятие, в ближайшее время зависит – останется ли человек человеком или он превратится в актора-биоробота. Немыслимо представить себе этот процесс без образования.

Размышляя над данной проблемой, исследователь И.А. Негодаев утверждает, что необходимо создание системы образования, соответствующей требованиям эпохи информатизации, которая не может ограничиваться усвоением личностью только научных знаний: жизнь не сводится к рациональным доказательствам целесообразности жизнедеятельности.

Необходима переориентация образования с научной модели на культурную, её гуманизация. Образование – это создание, формирование человека (Платон). Это не просто внедрение знаний в его ум, но и формирование человека как высоконравственной личности – целостного совершенного человека. Именно современное образование должно иметь своей целью формирование нового типа личности как носителя информационной культуры.

В связи с этим образование должно: основываться на усвоении культурного наследия; развивать творческие способности и интеллектуальные возможности личности; формировать способность личности к социальной адаптации в условиях быстрых перемен; воспитывать волю, свободу и социальную ответственность.

Образование приобретает качественно новую роль, становится ведущим сектором социального производства, его «базисом» и движущей силой. Образование начинается с детства и проходит через всю жизнь, непрерывно изменяя наши знания и наш духовный мир в соответствии с изменяющимся миром.

Составной частью такого образования является овладение информационной культурой в её социально-культурном аспекте.²⁶⁶ Другими словами, в контексте информационного образовательного взаимодействия, которое происходит в процессе межличностного непосредственно и опосредованного

²⁶⁶ Негодаева И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267.

общения. В этом смысле общение было и остаётся важнейшей основой информационной социализации. Общие характеристики основных сторон непосредственного общения (коммуникативной, перцептивной и интерактивной) в данном учебном пособии нами рассмотрены в параграфах 1.3, 1.4. и 1.5.

В заключение нам хотелось бы ещё раз остановиться на посреднической роли именно опосредованного общения, которое становится важнейшим фактором развития современного информационного общества, а значит и информационной социализации, которая, напоминаем, мыслится нами как *воздействие разного рода информации в процессе информационного взаимодействия людей друг с другом на нормы поведения и формирование индивидуальной, общественной системы ценностей человека, которые определяют успешность его адаптации, индивидуализации и интеграции в общество.*

Известны следующие аспекты такого рода информационного взаимодействия, когда человек испокон веков и до наших дней исполняет роль транслятора, т. е. посредника в процессе транслирования информации:

– экзистенциальный: человек как медиум-посредник. Как было выше сказано, посредником передачи информации от одного человека к другому уже сам по себе является человек. Посредниками передачи информации из космоса, от «матери сырой земли» (от богов и духов) в своё время выступали, отчасти выступают для какой-то части населения до сих пор – колдуны, волхвы, шаманы и т. п.;

– религиозная литература: автор – посредник в общении читателя со сверхъестественными явлениями в виде бога и его противоречивого в духовно-нравственном и социальном планах окружения (белые и чёрные ангелы, черти, святые и т. п.);

– художественная литература (а шире – искусство): автор – посредник в общении читателя с литературными героями, являющимися носителями идей социального бытия прошлого и настоящего, включая самого писателя в виде лирического героя;

– научная литература: автор – посредник в общении с узким кругом читателей, именуемых себя научным сообществом, являющихся носителями определённых, как правило, естественнонаучных идей;

– средства массовой информации (СМИ): автор-журналист – посредник в общении между читателями (рядовыми гражданами) и земной властью, точнее теми, кто эту власть представляет (власть имущими). В этом случае печатные и электронные СМИ (газеты, журналы, альманахи, телевидение, радио, интернет-СМИ и др.), а значит и сам автор, не более чем инструмент социально-психологического воздействия на личность человека с целью управления его поведением;

– средства массовой коммуникации – автор-пользователь, который из посредника превращается в рядового члена информационного пространства, где функции посредничества на себя берут электронные средства коммуникации (компьютер, телефон, айфон и др.), хозяева-творцы которых

формируют особое глобальное виртуальное пространство (пока оно называется Интернетом). Автор-пользователь является одним из его элементов. Но это не означает, что человек полностью устранился от посредничества: тот, кто научится (или уже научился!) контролировать это пространство – станет новым «электронным медиумом», способным не только управлять поведением других людей, но и незаметно наблюдать за ним, что значительно повысит возможности самого управления.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Агапова О.В., Вершловский С.Г. Биографический метод в социально-педагогическом исследовании: Учебное пособие. – СПб., 2010. – 52с.
2. Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормонова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. — М. : Издательство Юрайт, 2012. — 463 с.
3. Иванов А.В. Методика формирования социальной активности учащегося: Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: , 2013. – 329 с.
4. Берн Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы: Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1988.
5. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / С.М. Гуревич. – 4 изд., переаб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 296 с.
6. Гиренок, Ф.И. Метафизика пата (косноязычие усталого человека). – М: Лабиринт, 1995. – 201 с.
7. Гордин А.И. Искусство мыслить: учеб.-метод. пособие: авт.- сост. А.И. Гордин. – Иркутск: Изд-во ФГБОУ ВПО «ВСГАО», 2014. – 312 с.
8. Гордина О.В., Гордин А.И. Информальное и неформальное образование взрослых: вопросы теории и практики: Монография. – Иркутск: изд-во ВСГАО, 2010. – 184 с.
9. Гордин А.И. Социально педагогические эффекты общественно-образовательной деятельности сибирской литературной газеты. Монография. - Иркутск: Изд-во ВСГАО, 2012. – 218 с.
10. Гордин А.И. Социально-педагогические качественные полевые исследования (учебно-методическое пособие) Иркутск: Изд-во ВСГАО, 2012. - 219 с.
11. Загашев И.О., Заир-Бек С.И. Критическое мышление: технология развития. – СПб: Издательство «Альянс «Дельта», 2003. – 284 с.
12. Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. / В.И.Ильин . – СПб, 2006. – 256
13. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации : Учеб пособие / В.В. Касьянов. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – С.121
14. Кара Мурза С.Г.. Власть манипуляции. Академический Проект, М.: 2009. - 386 с.
15. Негодаев И.А. Информатизация культуры. – Ростов-на-Дону. – 2002. – С.204-267.
16. Основы критического мышления: междисциплинарная программа/ Сост. Дж. Л. Стил, К. Мередит, Ч. Темпл, С. Уолтер. Пособие 1. - М.: Изд-во ИОО, 1997
17. Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУП, 2003. С.360-362
18. Почепцов Г.Г. Имеджелогия. Киев, 2000. - С.72 -96.
19. Расторгуев С.П. Философия информационной войны. Издательство: Вузовская книга, МПС, 2003 г.
20. Фомичёва И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичёва. М.: Аспект Пресс, 2007. – С.66

21. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А., Качественные методы. Полевые социологические исследования / под ред. И. Штейнберга. — СПб. : Алетейя, 2009. — 352 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение № 1

ОПЫТ САМОАНАЛИЗА

В повседневной жизни мы часто судим о других по себе. Мы их не понимаем, когда они поступают вопреки нашей логике. Мы их одобряем, когда их действия совпадают с тем планом, которому следовали бы мы в аналогичной ситуации. Разумеется, далеко не везде сократовский принцип «Познай самого себя!» имеет одно и то же значение.

Например, при изучении природных явлений его роль существенно ниже, чем при изучении поведения людей. Однако и в первом случае часто не уйти от познания самого себя как условия познания внешнего мира, поскольку оценка объективности получаемой информации нередко предполагает анализ механизма её восприятия исследователем.

Здесь сразу же надо сделать оговорку: через познание самого себя я только иду к пониманию себя, внешней социальной среды, механизмов восприятия, оценки и себя социальной среды. Следовательно, понять себя ещё не означает понять всё о социальном устройстве и тем более познать всех окружающих и взаимодействующих с тобой людей. Но это уже проблема выборки и её репрезентативности.

Распространённой схемой социально-педагогического самоанализа в наших исследованиях стала матрица индивидуально-личностного поля, предложенная В. Ильиным.²⁶⁷ Она предлагает поиск ответа по следующим позициям.

Статусные позиции. Это позиции, которые занимает человек в профессиональной, общественной и (или) иной деятельности. Качество выполнения их в конечном итоге определяет его социальный статус.

С одной стороны, это характеристика надывидуального социального пространства. С другой стороны, в наборе позиций проявляется и индивидуальность: многие или некоторые позиции выбираются осознанно.

Внимание исследователя концентрируется на процессе игры желаний и возможностей индивида в области перемещения в социальном пространстве.

– Кем он хотел стать? (пространство желаний).

– Кем стал (пространство возможностей).

– Что повлияло на выбор? (пространство обстоятельств). – Судьба распоряжается людьми, но они с разным успехом пытаются её обхитрить или сконструировать по своему усмотрению.

Социальные роли. Под социальной ролью здесь понимается, выбираемая яловеком модель доступного поведения в рамках занимаемых им статусных позиций. В центре исследователя оказываются вопросы о том, какие наборы ролей были доступны, какие были выбраны и почему. Индивидуальное снова выступает как форма реализации социальных возможностей.

²⁶⁷ Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. – СПб.: Интерсоцис, 2006. – 256 с.

Самоидентификация. Это ответ реципиента на вопрос, задаваемый самому себе: «Кто я такой?»

Самоидентификация не сводима к словесному определению. Это процесс конструирования идентичности, представляющий собой цепочку актов:

– Я – Х... (словесная идентификация).

– Х – это... (определение данной категории).

– Адаптация определения применительно к себе, редактирование определения с учётом индивидуальности (все считают, Х – это... Но я не всё в этом определении принимаю). Итогом является индивидуальная программа реализации социальной идентичности.

– Практика реализации программы: «Быть Х – значит жить жизнью Х».

Самоидентификация разворачивается обычно в двух плоскостях:

а) приписывание себя к той или иной реальной социальной общности (этнической, классовой, территориальной и т. д.);

б) приписывание себя к той или иной категории людей (красивый, умный, успешный, старательный и т. д.).

Социальная самоидентификация обычно изучается с помощью теста «Кто ты?», который применяется в разных его вариантах.

Внешняя или социальная идентификация. Мало назваться, надо, чтобы окружающие позволили перевести самоидентификацию в режим реальных социальных практик.

Социальная идентификация – это процесс взаимодействия. Поэтому реализация идентификационной программы обусловлена её принятием значимыми окружающими. Ребёнок может считать себя взрослым, но родители быстро вернут его на место, очертив пределы его свободы. Поэтому реальная идентичность это результат игры самоидентификации индивида и его внешних идентификаций. Последнее навязывает индивиду логику поведения.

Имя в данном случае – элемент внешней среды, но оно «клеится» на живого человека, обладающего телесностью. И во многих случаях исследователю важно знать, как окружающие определяют данного индивида.

Эго-идеал. Это представление человека о том, каким он был, если бы никто и ничто у него не стояли на пути. Эта категория очерчивает горизонт личностных устремлений. К избранной точке на горизонте человек, возможно, никогда не придёт, но в целом в пространстве своих желаний он будет смотреть в ту сторону, что в той или иной мере скажется на его поведении и в пространстве реализации своих возможностей.

На первый взгляд эго-идеал кажется результатом свободного полёта фантазии. Но присмотревшись к нему внимательнее, мы увидим, что он «лепится» в значительной мере из материала социокультурных полей, по которым пролегают жизненные маршруты человека. Эти поля насыщены надиндивидуальными идеалами, моделями, фантазиями, мифами.

Реальное «Я». Это представление человека о себе «реальном». Оценка может быть и относительно трезвой, и завышенной, и заниженной. Представления о своих возможностях часто определяют высоту планки, которую ставит индивид для себя в жизни. Не может высоко прыгнуть тот, кто считает себя инвалидом. И не важно, кем он является на самом деле. Планка ставится исходя из самооценки. Здесь происходит интеграция индивидуального и социального. Самооценка – это индивидуальное, но оно формируется из материальной среды.

Зеркально «Я». Это представление человека о том, как он смотрится в глазах окружающих. Здесь индивидуальное (представление) и социальное (оценка окружающих) переплетаются в один клубок. Индивид часто смотрит на себя глазами других людей, что влияет на его самооценку и самоидентификацию. Феномен отчуждения часто связан с представлением о том, что «люди меня не любят» (или ненавидят, или смеются надо мной). И неважно, как они в реальности к данному человеку относятся. Если он думает так, то постарается держаться подальше от враждебно настроенных людей, будет выскивать в их

словах и жестах проявления негативного к себе отношения. Нередко он начинает отвечать окружающим тем же, основываясь на своём представлении, часто являющемся плодом воображения. Заблуждение может превратиться в реальность. Этот феномен интересен при изучении самых разных форм информационного воздействия.

Комплекс ущемлённого зеркального «Я» – болезнь, к которой склонны многие нации.

Социальный потенциал индивида. Это его способность человека «подключиться» к ресурсам поля. Можно жить в богатой стране и быть бедным, проживать по соседству с университетом и оставаться неграмотным. Жить рядом с Байкалом и ни разу не побывать на его побережье.

Этот элемент матрицы фокусирует внимание исследователя на поиске причин индивидуализации жизненных траекторий в субъективных факторах, открывающих или закрывающих доступ к ресурсам.

К таким факторам могут относиться такие личностные характеристики, как коммуникабельность, раскованность, способность быть интересным и полезным для значимых других и т. п.

Этот элемент матрицы фокусирует так же внимание исследователя на поиске личных механизмов, блокирующих социальное самоутверждение. Подобные механизмы на поверхности кажутся сугубо индивидуальными, но если копнуть глубже, то мы часто видим за ними особенности социализации индивида, высокую степень его инаковости (чужой среди своих), и т. д., что нередко предопределено характером социокультурного поля.

Культурный потенциал индивида. Это степень освоения человеком культурной программы и языка социокультурного поля.

Например, при исследовании жизни российских немцев в ФРГ важным фактором является знание ими немецкого языка, который является ключевым фактором успеха в адаптации. Без владения данным культурным ресурсом эмигранты обречены на безработицу или в лучшем случае на низкоквалифицированный труд. Однако культурный потенциал не сводим к языку. Он включает знание ценностей и норм своих полей, готовность и способность им следовать.

Физический и психический потенциал индивида. Это его природные возможности в освоении ресурсов и программы своих полей. Потенциал – эта характеристика адекватности индивида среде. Ключ к пониманию низкого статуса индивида нередко лежит в его ограниченных интеллектуальных способностях. И как бы ни было богато ресурсами его социокультурное поле. Он просто не в состоянии этими возможностями воспользоваться (например, инвалид). Этот потенциал также исследуется в двух направлениях:

- анализ индивидуальной реальности – особенности психофизического развития личности;
- анализ его социальнокультурного поля (надындивидуальной реальности: семьи, рынка труда и т. д.).

Габитус (П. Бурдьё). Это синтез индивида и его позиции. Если долго занимать одно место, то срастаешься с ним. Человек, десятилетиями смотрящий на мир с одной колокольни (рабочее место, городок, круг общения и т. д.), вырабатывает устойчивые схемы классификации явлений окружающего мира.

Это, с одной стороны, взгляд данного индивида, а с другой – перспектива, открывающаяся для него именно с этого места. П. Бурдьё²⁶⁸ определил габитус как «свободные привычки». Свободные привычки – это особенности психической организации данного человека, который полуавтоматически ест именно такую пищу, именно в это время встаёт и именно в это время ложится спать. Но такие привычки – результат многолетнего

²⁶⁸Бурдьё П., Социология социального пространства / Пер. С фр., общ. Ред. Н.А.Шматко. – СПб.: Алетейя; Ин-т экспер. Социологии: Алетейя, 2005. – 288 с.; Бурдьё П., Социальное пространство: поля и практики. Пер. С фр. / Сост., общ. Ред. Пер. И послесл. Н.А.Шматко. – СПб.: Алетейя; М.: Институт экспериментальной социологии, 2005. – 576 с.

повторения форм поведения, навязанного статусом занимаемой позиции: режим работы, график отпусков, лимиты доходов, культурные стандарты своего круга и т. д.

Таким образом, в каждом элементе индивидуально-личностного поля переплетаются индивидуальные характеристики со свойствами социокультурного поля, в котором субъективное превращается в объективное и наоборот.

Данная матрица может в ходе исследования корректироваться, укрупняться, сужаться и т. п.

В традиционной социологии индивид является единицей социального пространства, общества, группы. Это означает, что в ходе исследования его статусная позиция рассматривается как своего рода «кожа», которую можно отделить от него только вместе с жизнью. Т. е. в явной или скрытой форме предполагается, что в одном типе социального пространства индивид занимает одну позицию. В паспортнике анкеты спрашивается: ваша профессия, должность, место проживания. И на каждый вопрос даётся один ответ. При изучении простой и статичной социальной структуры такой подход вполне приемлем, но не всегда изучаемый субъект так прост, тем более, если таковым является сама личность исследователя. Иногда ответы на такие и подобные вопросы звучат формально достоверно, но фактически искажают реальность.

Предположим, на первый вопрос человек отвечает, что профессия его – педагог, а он имеет кроме этого филологическое образование и практикует в области журналистики, публицистики и художественной литературы; активно занимается общественной деятельностью (например, возглавляет какую-нибудь общественную организацию) и имеет устойчивые организаторские навыки и соответствующие социально-психологические знания, умения и навыки.

На второй вопрос человек отвечает, что он занимает должность ст. преподавателя Иркутского государственного университета. А на практике, предположим, выполняет объём профессиональных обязанностей гораздо больший (или меньший), нежели ему предписывает должностная инструкция. Например, он организует научные конференции и участвует в них (как доцент или профессор), состоит в учёном совете (опять - доцент, профессор) и т. п. Кроме того, он может занимать определённые должности в других общественных или коммерческих организациях, государственных учебных заведениях, ассоциациях, союзах и т. д.

Отвечая на третий вопрос, человек может, во-первых, указать место своей прописки, а фактически жить по другому адресу. Во-вторых, он может указать своё последнее место жительства, по которому проживает, возможно, всего несколько месяцев, а как личность он формировался в совсем другом социокультурном поле. Например, место проживания – г. Иркутск (время проживания – один год), место рождения, длительного проживания и активного развития – г. Усолье-Сибирское.

В сложных и подвижных обществах традиционный инструментарий, предполагающий «прописывание» человека в одном социальном культурном пространстве, перестаёт работать. Кто в постсоветской России нормально выживает, занимая одно рабочее место? Какой безработный живет только на одно пособие? И т. д., и т. п.

Человек перемещается (путешествует) из одного поля в другое, суммируя свои статусы. В результате возникает уникальная комбинация. Если исходить из того, что единицей социального пространства является индивид, порою невозможно классифицировать эти причудливые комбинации («директор» + «таксист» + «гонщик» + «садовод» и т. п.).

Основная трудность применения данной матрицы связана с тем, что исследователь должен сформулировать по данным позициям такие понятные для человека вопросы, которые не будут вызывать у него психологического отторжения. Практика наших социально-педагогических исследований показала, что эта проблема вполне решаема.

АНАЛИЗ БИОГРАФИЧЕСКОГО ПОВЕСТВОВАНИЯ

Нарратив – *понятие философии постмодернизма, фиксирующее процессуальность самоосуществления как способ повествовательного (или, по Р. Барту²⁶⁹ «сообщающего») текста.*

Важнейшей атрибутивной характеристикой нарратива является его самодостаточность и самоценность, как отмечает Р. Барт, процессуальность повествования разворачивается «ради самого рассказа, а не ради прямого воздействия на действительность, то есть, в конечном счёте, вне какой-либо функции, кроме символической деятельности как таковой».

В рамках нарративной истории смысл события трактуется как возникший в контексте рассказа о событии и непосредственно связанный с его интерпретацией.²⁷⁰

Нарратив ещё можно понимать как рассказ, организованный извне, посредством внесения рассказчиком сюжета, организующего повествование. Нарратив выступает не столько описанием некой онтологически-артикулированной реальности, сколько «инструкцией» по конструированию последней.

Центральным моментом внесения фабулы в нарративный рассказ является финал, завершение повествования. Собственно нарратор (рассказчик) и выступает, прежде всего, как носитель знания о предстоящем финале истории, и лишь благодаря этому обстоятельству он может являться рассказчиком, принципиально отличающемся от другого, выделяемого в контексте нарратором, героя.

Лишь завершённая история обретает свой смысл, и лишь финал выступает, таким образом, источником её мифологии. Именно необходимость определённого «завершения», изначально известного нарратору, создаёт своего рода поле тяготения, приводящее все сюжетные векторы к единому семантическому фокусу.

По утверждению известного иркутского социолога М. Рожанского, существует два подхода к анализу биографического повествования в форме нарратива.

Для первого подхода анализа биографического повествования, как указывает М. Рожанский, свойственно то, что человеку представляется реальным, является в дальнейшем реальным по своим последствиям.

В этом случае на первый план выступает этика анализа. Существует реальная опасность вольного препарирования информации, которую тебе доверяет человек. Т. е. возможны противоречия между драматургией текста и драматургией интерпретации. Исследователю необходимо помнить, что его интерпретация не должна быть насильем над нарративом.

Для второго подхода свойственен анализ биографического интервью через обобщение, поиск причинно-следственных связей. При этом также реально существует столкновение этих двух позиций. Исследователь может пойти на поводу у драматургии текста или начнёт слишком вольно трактовать его содержание. Необходимо интерпретация, которая не превращает человека в объект. Интерпретация как диалог с живым человеком! Такова новая этика интерпретации биографического повествования. Для достижения этой цели М. Рожанский на семинаре «Социология культуры, образования и науки», проходившем в Иркутске в июле 2011 года, предложил для интерпретации биографического интервью т. н. трёхслойную структуру В. Голофаства²⁷¹.

²⁶⁹ Барт Р. От произведения к тексту // Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. Ст. Г.К. Косикова. – М.: Прогресс, 1989.

²⁷⁰ Голофаств В. Многообразие биографического повествования // Социологический журнал. – М., 1995. – №1. С.71-89; Журавлёв В. Нарративное интервью в биографических исследованиях / Социология: методология, методы, математическое моделирование. М., 1993 – 94. – №3-4.

²⁷¹ Голофаств В. Три слоя биографического повествования / В кн.: Биографический метод в изучении постсоциалистических обществ / Под ред. В. Воронкова, Е. Здравомысловой. – СПб., 1997. С.23-26

Основная её цель – превращение интервью в исследование. Необходимым условием такой интерпретации является социально-психологическая установка, суть которой в том, что человек (собеседник) является не объектом, а субъектом исследования. Готовясь к интервью, исследователь должен учитывать следующее:

Первое, исследователь должен побуждать человека к нарративу. Т. е. к свободному самоценному самодостаточному рассказыванию, когда смысл рассказа понимается как обретаемый в процессе нарратации.

Второе, интервью берётся в форме нарративного расспрашивания с применением различного вида динамических вопросов (уточняющих, развивающих рассказ), т. е. тех, которые не требуют немедленного прямого или исчерпывающего ответа, а в мягкой форме побуждают к рассказу о своей жизни. Таким образом, исследователь пытается войти в жизнь рассказчика «поглубже». Т. е. узнать такие детали (эпизоды) его жизненного маршрута, которые в обычном рассказе о своей жизни человек, как правило, пропускает.

Третье, исследователь побуждает собеседника к индивидуальным интерпретациями событий из собственной жизни, жизни страны, города, села и т. п.

Очень важным в этом исследовательском процессе является именно последнее. Личная интерпретация событий создаёт между исследователем и собеседником атмосферу сотворчества, совместного исследования. Для её создания часто исследователь обращается к социально-психологическому приёму «пример из собственной жизни», суть которого заключается в том, чтобы демонстрацией собственной открытости «подтолкнуть» человека к откровенности.

Например, очень сложно во время реального интервью выяснить, в какие моменты своей жизни человек вёл себя, по его мнению, недостойно и почему это происходило? В этом случае исследователь, для демонстрации своей открытости, приводит пример из собственной жизни.

При этом исследователь должен помнить, что часто мы в нарративном рассказе имеем дело не с событиями в чистом виде, т. е. так как они действительно происходили в жизни человека, а с их интерпретациями. Это выражается в том, что человек обычно говорит: «Я точно помню!», а не «Я точно знаю!» – Это эффект семантической (социальной) памяти, который отражает особенности пространственной интерпретации. В процессе её любой человек, вспоминая прошедшие события своей жизни, подсознательно стремится так интерпретировать своё «Я», чтобы не разрушить его.

Кроме того, Валерий Голофаств замечает, что «автобиографические повествования – это яркий пример текстов с культурно-ориентированным содержанием. Личная форма изложения скорее скрывает этот факт <...>. Если исследователю удаётся преодолеть маску биографической иллюзии, любая биография становится фактом – лично обусловленным свидетельством социально-культурного, а не только жизненного мира индивида данного типа». Принимая эту позицию учёного, мы, используя социальные координаты, можем и должны в биографическом повествовании выделять нормативное и выпадающее, обычное и странное, новое и давно освоенное. Такого рода анализ позволяет преодолеть «наивное доверие к взгляду и оценке рассказчика». Упрощая эту методологическую ситуацию, В. Голофаств выделяет три слоя биографического повествования:

1. Рутинный слой. Рутинная – та область жизни человека, в которой устойчиво, по инерции, как сами собой разумеющиеся воспроизводятся мысли, действия, чувства и обстоятельства. Это обычно какие-то бытовые подробности, «рутина» семейного мифа, когда семантическая память эпизод из жизни превращает в само собой разумеющееся:

– *рутину индивидуальную* («Я считаю...», «Мне кажется, что это несчастье...») и т. п.);

– *рутину коллективную* («Все считают...», «Все родные сказали, что это несчастье...», «Раньше женщины рожали на дому...») и т. п.);

- *рутинную деятельность* («Я училась...», «Я работала...» и т. п.);
- *рутинная оценка* («Сын весь в тебя» и т.п.);
- *рутинные представления* («Человек бедный, значит добрый и незлой», «Образованный – интеллигентный и умный и т. п.) и др.

Рутинная помогает исследователю «очертить круг людей, которые сохраняют, разделяют и поддерживают коллективный обиход, которые живут этой рутинной» (В. Голофаст) и воздействуют через неё на сознание, а значит, поступки человека.

2. Событийный слой. События – знаковые личные и общественные запоминающиеся явления, которые способны организовывать и ориентировать жизнь человека. Такая совокупность событий представляется как особого рода драматургия жизненного пути. Её ещё можно назвать событийной культурой, уровень которой определяется качеством прикладных и духовно-нравственных событий в жизни человека.

«Горизонт индивидуальной жизни» (В. Голофаст) формируется под воздействием событий, но для исследователя особый интерес представляют события, в организации которых человек принимал непосредственное участие, а не просто как шапка «плыл» по их течению. При видимой схематичности многих биографий задача исследователя максимально индивидуализировать биографию человека. Биографическое повествование – важнейший инструмент развития социальной памяти и мышления. А через них – улучшения социального самочувствия, потому что любому, даже человеку с самой обычной или асоциальной биографией приятно, когда кто-то интересуется его «путешествием» по жизни.

3. Скрытый слой. Определяется то, что человек по каким-то причинам сознательно не рассказывает:

- *скрытые биографические факты* (отбывал срок наказания и др.);
- *скрытые скачки в эмоциональной подаче текста* (преподаватель истории, доцент, так как ей уже 50 лет (рабочий стаж 30 лет в вузе), в советское время, скорее всего, преподавала «Историю КПСС», о чём вспоминала не любит);

Или то, что человек сам не понимает. Т. е. от него самого что-то в его собственной жизни скрыто по причине того, что оно им неосознанно:

- *скрытая гордость за своих предков* (кулаки, дворяне, а не крестьяне и рабочие);
- *скрытая гордость причастности к каким-то историческим или общественно важным событиям* (служил в специальном подразделении ВДВ и участвовал в подготовке вторжения в Афганистан, но говорить об этом не может или не хочет);

– *скрытая маргинальность* (может подчёркиваться рассказом об активной роли свои предков в жизни общества, о высоких их моральных принципах, волевых качествах, т. е. всего того, чего нет в современном обществе и носителем чего «по своей крови» он является, поэтому он «внутренний эмигрант» в собственной стране и др.).

Тайная сторона жизни человека представляет особый интерес для исследователя, в частности социального педагога, так как именно там нередко кроются истоки асоциального поведения, жизненных неурядиц и прочего, что создаёт в жизни человека трудные жизненные ситуации. «Согласно принятым теориям, индивид – это поле столкновения социально-культурного детерминизма и свободы, случая, психологической нужды и социальной настоятельности, рефлексии и заблуждения, догадки и неведения» (В. Голофаст). Принимая эту позицию учёного, социальный педагог не имеет право соглашаться с её вербальным продолжением: «Сама идея социальной науки состоит в признании факта неспособности индивида (или общества) свободно или незаинтересованно читать или направлять свою жизнь». Напротив, долг социального педагога как раз и заключается в том, чтобы помочь человеку разобраться в создавшейся сложной жизненной ситуации, найти пути выхода из неё. Этот поиск часто сопряжён с необходимостью формирования или корректировки личностных качеств, конструирования новой социальной среды и т. п. Словом, стать – полноправным субъектом своей жизнедеятельности и стремиться превратить её в акт жизнетворчества. Возможно,

подобная позиция несколько иллюзорна и утопична. Но, говоря словами Л.Н. Толстого, «энергия заблуждения» в данном случае необходима. Так должно быть на том простом основании, что человек – это саморазвивающаяся социально-психологическая субстанция, которая способна преобразовывать себя и окружающую социальную среду. В противном случае профессиональная деятельность социального педагога теряет смысл.

Одна из самых распространённых сложностей предложенного выше трёхслойного анализа биографического повествования заключается в отделении «рутины» от событий. Трудность заключается в том, что иногда не совсем понятно, что подразумевается под событием.

Событие – не рутинная, если это какое-то драматургическое действие (т. е. в нём присутствует динамика (начало, основная часть, развязка) или определённый сценарий (Что? Где? Когда?). Но таких событий найдётся не так уж много. Поэтому «рутина» в автобиографическом рассказе как бы «множится»:

– это любые воспоминания, имеющие эмоциональную направленность, например, *«Я мечтала быть учительницей»* (мечта предшественников послевоенного поколения занять эту привлекательную для того времени статусную позицию);

– констатация факта сформированного отношения *«Все считают его умным человеком»* и т. п.

Т. е. любая рутинная состоит из событий, просто они подробно (в динамике, в сюжетной последовательности) не рассматриваются.

Сама человеческая жизнь уже является событием, потому что в ней есть определённая динамика и сценарий. Но эта жизнь, в свою очередь, состоит из цепочки событий, каждое из которых, если оно не развёрнуто в динамике или в сценарии, может восприниматься рутинной, так как неизбежно эмоционально переживается. Но при этом судьба человека свершается, выстраивая вектор своего движения в контексте каких-то значительных мировых и другого уровня общественных событий. Эти события способны корректировать, а порой и перестраивать «с ног на голову» личный жизненный маршрут каждого человека и структурировать его сознание, систему ценностей и поведение.

Происходит это за счёт скрытого события – *«хитрой рутины»*. Такая «хитрая рутинная» способна придавать значимость личным событиям за счёт соединения с общественно-значимыми событиями.

Например, мы имеем ничего особо не значащее событие: человек поехал по производственным делам в командировку в начале августа 1991 года. Он предполагал там пробыть до конца месяца. Через несколько дней этот человек оказался в эпицентре событий, которые ныне определяются как попытка государственного переворота. Значимость его личного события резко возросла, даже если он не выходил на баррикады для защиты Белого Дома, потому что теперь он стал невольным (пассивным или активным) участником общественно важного события. «Хитрая рутинная» в данном случае заключается в том, что он теперь, хочет он этого или не хочет, должен признать *«Я был свидетелем этого события ...»*

Другой пример, человек получил отдельную квартиру. Он член семьи, в которой все выросли в коммуналке (коммунальной квартире). И вот обыкновенное индивидуальное событие приобретает статус родового, его значение умножается и увеличивается за счёт того, что оно из индивидуального превращается в родовое. «Хитрая рутинная» заключается в том, что даже если человек не склонен преувеличивать значимость этого события, это не позволит ему сделать родня: *«Наши-то Паши, – гордо будут они рассказывать своим знакомым, – получил отдельную квартиру!»*, Да и сам он, тоже будет вынужден публично признавать значимый для родни факт: *«Я первым среди своих родственников получил отдельную квартиру»*.

Биографический метод в качественном социально-педагогическом полевом исследовании имеет особый статус. Связано это, прежде всего, с тем, что в биографии человека запечатлены не только события, но его поступки, люди, которые на

определённом жизненном отрезке сыграли важную роль в его становлении как личности. Об этих и других особенностях применения биографического метода в социально-педагогическом исследовании подробно рассказывают питерские учёные О.В. Агапова и С.Г. Вершловский в своём учебном пособии «Биографический метод в социально-педагогическом исследовании»²⁷².

Приложение №3

КОНВЕРСАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ В СИТУАЦИИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРВЬЮ

Основателем разговорного анализа считается Х. Сакс.²⁷³ Этот вид анализа возник из этнометодологической программы Г. Гарфинкеля²⁷⁴ и интеракционистской концепции И. Гоффмана.²⁷⁵ Один из основных вопросов разговорного анализа и этнометодологии – каким образом у людей всегда остаётся возможность быть в контексте, понимать происходящее, более того, сохранять, воссоздавать и поддерживать созданный некогда социальный порядок? Каковы процедуры и методы, посредством которых повседневная жизнь становится объяснимой, а значит нормальной, правильной, упорядоченной и моральной.

В разговорном анализе *объектом изучения является* не разговор как таковой, а коммуникативная организация социальной деятельности. Разговорный анализ нацелен на изучение производства и интерпретации порядка, структуры речевого взаимодействия, ориентированного на самих участников. Этот порядок, будучи невозможным, проявляет себя в процессе речевого общения. В этом общении, по словам Сакса, люди используют определённые методы для придания коммуникации смысла и понятности.

Разговорный анализ развивался как натуралистичный метод изучения первичных механизмов конструирования социального мира: конкретных упорядоченных форм речевого поведения человека. С точки зрения сторонников данного метода, *он позволяет увидеть ситуацию взаимодействия такой, какая она не только воспринимается участниками, но и создаётся ими.*

Будучи единой исследовательской традицией, разговорный анализ представляет собой продуктивную базу для анализа любого разговора, в частности, интервью. Одним из основных его достоинств по сравнению с другими методами является принципиальная ориентация на тщательную работу с эмпирическим материалом. Исследователями, использующими этот метод, была разработана подробная система транскрибирования, которую можно применять для фиксации деталей разговора, отчасти, жестов и мимики.

Кроме того, разговорный анализ обладает таким категориальным аппаратом, который позволяет реконструировать структуру разговора, не зависящую от непосредственного содержания говоримого. Разговорный анализ имеет дело с методологическим конструированием социального действия и деятельности в речи – посредством речи. Данный метод анализа взаимодействия собеседников направляет внимание исследователей на задействованный в разговорах дескриптивный аппарат, т. е.

²⁷² Агапова О.В., Вершловский С.Г. Биографический метод в социально-педагогическом исследовании : учеб. пособие / О.В.Агапова, С.Г.Вершловский; СПбАППО, каф. Педагогики и андрагогики. СПб., 2010. – 64 с.

²⁷³ Исупова О.Г. Разговорный анализ: представление метода // Социология ; М. 2002. №15. С.33-52.

²⁷⁴ Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. — СПб.: Питер, 2007. — 335 е.: ил. — (Серия «Мастера социологии»).

²⁷⁵ Гоффман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. — М.: Ин-т социологии РАН, 2004. — ISBN 5-93947-001-4; Гоффман И. Ритуал взаимодействия: очерки поведения лицом к лицу. Пер. с англ. С. С. Степанов, Л. В. Трубицына. Под ред. Н. Н. Богомоловой и Д. А. Леонтьева. — М.: Смысл, 2009. — 319 с. — ISBN 978-5-89357-276-6.

основанный на обыденных запасах знания процедурный инструментарий, посредством которого собеседники в каждой конкретной коммуникативной ситуации производят смыслы текущей социальной ситуации здесь и сейчас.²⁷⁶

Со спецификой разговорного анализа мы познакомились на специальном курсе «Текущая современность» в локальном пространстве: инструменты исследования и вызовы образования»²⁷⁷ Произошло это на семинаре, который проводила Е.Г. Боярских по технологии, предложенной А. Турчик.²⁷⁸

В начале семинара слушатели методом коллективного рефлексирования попытались ответить для себя на ряд сложных, но необходимых для погружения в проблему вопросов.

Что такое «зоны молчания» и какие они могут нести смысловые нагрузки в контексте исследовательского интервью? Человек часто замолкает во время разговора, потому что не желает активно взаимодействовать с собеседником? Ему собеседник неприятен? Он его боится? Он хочет его заинтриговать, оставаясь загадкой? И т. п. Смысл зон молчания можно «прочсть» по невербальным знакам общения (жесты, мимика, пантомимика и др.), по «теневой информации», скрытой между слов.

А что такое теньевая информация? Непроизнесённая информация? Человек не произносит некоторую информацию, потому что стесняется, боится обидеть, хочет обмануть и т. п. Так какой же может быть смысл у этой скрытой информации? И, главное, каким же образом можно последовательность линейной речи интерпретировать на предмет рождения такой дополнительной информации. Например, как говорить о власти, не говоря о ней, не используя интерпретацию невербальных средств. Может быть, маркировать в своей речи словами результаты её деятельности для того, чтобы произнесённые слова о власти записались в сознании человека, именно в такой интерпретации, которую вы подразумевали в подтексте, но не произнесли вслух?

Но разве это единственный способ произнесённое слово сделать «непроизнесённым»? Ведь ту же государственную власть и её ярких исполнителей можно так хвалить, что всем окружающим станет ясно, что она омерзительна. Эта ситуация вполне схожа с той, когда человек, пытается сам себе и всем окружающим доказать, что он не подвержен профессиональному кренинизму, но на самом деле всё так именно и обстоит.

Правда ли то, что даже самая заумная человеческая речь и тем более внятная, имеет форму умозаключения, так как отражает нашу способность абстрактно мыслить? Значит ли это, что каждая последующая фраза имеет новый смысл, который неразрывно связан с предыдущей фразой и её смыслом (как в любом силлогизме последующая посылка и тем более вывод)? Не означает ли это, что мы можем взять любой текст (нарратив) и, не видя реципиента, не только свернуть, может быть, его двухчасовое интервью до пусть сложного, но лаконичного умозаключения, но и сконструировать за него произнесённый им вывод?

Может ли нам текст интервью «свидетельствовать» о частоте контакта человека с самим собой и окружающей социальной средой? Даже если исследователь его об этом не спрашивал. И сам человек об этом прямо ничего не говорил. Допустим – «да». Тогда какой это контакт: постоянный или эпизодический? Чем это обусловлено? Может ли это всё следовать из текста, будучи произнесённым. Подобно тому, как человек смеётся.²⁷⁹ Да-да, человек смеется! Почему он смеется, и над чем он смеется? Какие социальные смыслы у

²⁷⁶ Турчик А.В. Конверсационный анализ речевого взаимодействия с ситуацией исследовательского интервью // Автореферат. РУДН, М., 2010, – 27 с.

²⁷⁷ Программа повышения квалификации по направлению «Социология культуры, образования и науки». Курс проводился АНО «Центр независимых социологических исследований и образования» (г. Иркутск) и Учреждением Российской Академии наук Института социологии РАН (г.Москва) в июле 2011 года.

²⁷⁸ Турчик А.В. Как говорит власть, не говоря не слова // Социологический журнал. – 2010. – № 1. – С.21-37; Турчик А.В. Современное интеллектуальное пространство: школа, направления, поколение/ под ред. М.Г. Пугачёвой и В.С. Вахштайна, М.: Университетская книга, 2009. – С. 535-548.

²⁷⁹ Некоторые психологи убеждены, что по смеху можно определить уровень не только воспитанности, но интеллектуального развития.

этого смеха? Например, если это самоирония, то, может быть, ирония над своим филологическим образованием? А может быть, самозащита? Или самопародия?

Всё это и многое другое может помочь понять, по мнению Е.Г. Боярских, *технику пристального чтения*, которая лежит в основе *конверсационного анализа*. **Пристальное чтение** – это процесс пристального «слушания» текста, в котором исследователь – наблюдатель за письменной речью.

Чем отличается пристальное чтение от дискурс-анализа? Дискурс-анализ позволяет типизировать явления, объединять их в категории и субкатегории. Из субкатегорий слагать кластеры, из кластеров формулировать концепции.²⁸⁰

А если экспериментальная группа, как в социально-педагогическом исследовании, состоит из 10, 20 и более человек? И стоит задача (хотя это необязательно) у всех взять глубинное интервью? Как правило, они получаются достаточно большие – 2-3 часа транскрибированной аудио- или видеозаписи! И в каждом из них надо найти повторяющиеся смысловые маркеры! Только так можно определить, что в них общего (типичного), а что разное, и на основании этого сделать анализ качественную интерпретацию собранного материала.

Пристальное чтение не ограничено текстом и заключённым в нём возможным общим смыслом. У исследователя, абстрагировавшегося на время от личности информанта, от ситуации исследования, нет фокусировки на конкретную исследовательскую задачу. Это позволяет более независимо, более объективно подойти к рассмотрению теневого смысла в тексте. Т. е. пристальное чтение как метод может использоваться в качественном исследовании независимыми экспертами или членами исследовательской группы, которые не участвовали в мероприятии, например, не брали сами интервью или не присутствовали на фокус-группе. Ими делается анализ на основе нарративного текста. Те слова, которые информант употребил – это уже сам по себе факт, факт состоявшегося внешнего и скрытого смысла. *Человек может лгать, а речь лгать не может.*

Например, вымогатель взятки может текстуально не требовать её, то есть прямо не говорить: «Дай мне взятку!» Но он может включить это требование в свою речь умолчанием, скрытой угрозой, спрятанной в интонации речи и другими, по сути, невербальными средствами, которые включены в содержание понятия «речь», и тем самым «произнести» своё требование.

В социально-педагогическом исследовании ситуации, когда человек не будет прямо говорить о том, что его беспокоит, доставляет неприятности, «отравляет» жизнь – достаточно распространённое явление. Особенно среди скрытых социальных сирот разного возраста, находящихся в различных жизненных ситуациях. Ребёнок в асоциальной и ребёнок во внешне благополучной семье, например, педагога или предпринимателя, не будет открыто «наговаривать» на своих родителей, жалуясь на недостаток внимания с их стороны, потому что он всё равно по-своему любит их такими какие они есть. То же самое происходит и с престарелыми родителями, которые оказываются фактически брошенными в своих «квартирных склепах» иногда многочисленными и успешными детьми.

Поэтому, когда мы читаем текст, то задаёмся, как правило, минимум тремя вопросами: «Почему человек так говорит?», «Чьё и откуда в его речи это слово?», «Как он обращается со словом, с какой целью он задаёт своей речи такой тон?»

1. Почему человек так говорит?

Чтобы это понять, надо присмотреться, как он говорит. Т. е. найти слова-маркеры или выражения, которые выявляют отношения человека к явлениям и дают нам возможность понять, почему он так говорит. Специалисты выделяют множество слов-маркеров. Практика показывает, что количество их не может быть ограничено, потому что содержание маркеров, а значит и их типизация, во многом зависит от содержания исследования и профессионализма исследователя. Т. е. создание слов-маркеров – дело творческое.

²⁸⁰ Семёнова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – С. 196.

Тем не менее мы во время нашего семинара попытались для примера выделить некоторые из них.

Маркеры-оценки. Слова, которые сигнализируют о том, как человек раскладывает по полюсам, что такое «хорошо», а что такое «плохо»: морально – аморально; можно – должно; хороший – плохой; добрый – злой; еврей – русский; интеллигент – быдло и т. п.

Даже в приведённых типах слов-маркеров просматривается их смысловая нагрузка, связанная с такими социальными проблемами, как педантизм, примитивизм, толерантность, агрессия, с которыми довольно часто сталкиваются социальные педагоги в своей практической деятельности.

Маркеры модальности. Это скопление модальностей, которые прикрывают т. н. смысловые пустоты. Т. е. слова, частицы, которые вроде бы не несут никакой смысловой нагрузки и воспринимаются в речи человека как слова-паразиты: «как бы», «блин», «в принципе», различные междометия, «честно говоря», «честное пионерское» (говорит взрослый человек), частое использование «для связки» слов из ненормативной лексики (в простонародье – матов), различного субкультурного сленга – молодёжного, зековского, деревенского и т. д. и т. п.

И вновь нетрудно заметить, что приведённые выше слова-маркеры ярко отражают социальный статус, психофизические особенности и даже социальный опыт горящего человека. Разумеется, будут другие слова, возникнут другие социальные смыслы.

Маркеры агрессивности. Это вкрапление в речь человека экспрессивных слов и фраз с целью демонстрации пренебрежительного, неуважительного, угрожающего и другого недружелюбного отношения. В зависимости от контекста ситуации эти слова могут иметь разную лексическую и смысловую конфигурацию от нейтрального по содержанию и форме «Не выпендривайся», до применения в данной ситуации ненормативный слов «Да, пошел ты на ...!»

При этом, учитывая, что слова, принадлежащие к ненормативной лексике, считаются пустыми понятиями, часто они никакой смысловой нагрузки не несут, а выполняют в определённой социальной среде, как уже замечалось выше, скорее роль связей между словами. Отсутствие «содержания» в этих словах в этом случае и в сходных с ним ситуациях, когда матерные слова выполняют служебные роли (например, употребляются с целью подчеркнуть принадлежность к социальной группе, где их употребление считается нормой поведения) – превращает их в совершенно другие маркеры.

В целом применение маркеров-агрессивности часто сигнализируют о ситуативном поведении человека. Но часто повторяющееся ситуативное поведение может быть свидетелем психофизических особенностей развития личности (ярко или слабовыраженная и вялотекущая патология), социальной среды воспитания или непосредственной жизнедеятельности.

Слова-маркеры агрессивности могут подсказать отгадку поведения асоциальных личностей или людей, вполне вписывающихся в установленные нормы и ценности в обществе. Тогда может стать вопрос о том, какие в действительности из них определяют жизнедеятельность общества. Например, когда президент страны начинает использовать в своей речи маркеры агрессивности, то речь уже идёт не о его личном воспитании, а том какие принципы используются представителями государственной власти при решении тех или иных социальных проблем. Подобно приведённому примеру любой человек, активно использующий маркеры агрессивности в своей речи, делает это с определённой целью. В практике социально-педагогической деятельности нередки случаи, когда маркеры агрессивности используются людьми для защиты по принципу сицилианской защиты (лучшая защита – нападение). Распознать и понять это – значит понять особенность социальной среды обитания человека, который вынужден корректировать своё поведение, ориентируясь на принятые в данной социальной группе ценности и нормы поведения. Самый яркий пример – явление дедовщины в российской армии. Всего лишь за несколько месяцев нормальный неагрессивный молодой парень должен превратиться в агрессора, в

противном случае армейская социальная среда превратит его в раба, имеющего статус животного.

Маркеры «Я», «Мы», «Они». Через эти маркеры человек сигнализирует о том, как он воспринимает своё местоположение в обществе, насколько сильна его социальная связь с его членами. Укажем ниже самые распространённые социальные смыслы, на которые могут указывать эти маркеры.

Маркер «Я». Посредством этого маркера иногда подчёркивается расположение субъекта в исследуемом объекте (эгоцентризм). Например, когда начальник может позволить себе говорить об общих делах и достижениях как о личных (эффект поведения директора в известном кинофильме прошлых лет «Волга-Волга»). Или указывается, что субъект берёт на себя высокую социальную ответственность за деятельность других людей. Например, взаимодействие между начальниками и подчинёнными в военных или военизированных подразделениях. Разумеется, существуют и другие смысловые нагрузки на маркер «Я».

Маркер «Мы». В целом этот маркер является демонстрацией общности. Но смысловые оттенки могут быть разные от «мессианского мы» до попытки субъекта спрятаться от социальной ответственности за коллективными действиями.

Например, «Мы любим свою Родину и будем бороться за её независимость до последней капли крови!» (мессианское мы), «Давайте-ка мы посмотрим вместе...» (подчеркивание коллективности действий), «Мы приняли решение сократить рабочие места в связи с трудным экономическим положением» (уход от социальной ответственности). И т. п.

Маркер «Они». Маркер указывает на разность или подчёркивает дистантность в действиях людей.

Например, «Они верят в своего бога» (разность), «Они имеют право на своё мнение» (дистантность).

Маркеры противоречия (противопоставления). Способствуют рождению новых смыслов в деятельности людей. Например, «Это глупость, но это моя работа...», «Этот человек – негодяй, но он - наш негодяй...» и т. п.

Маркеры-метафоры. «Коридоры власти», «Доступ к телу», «Ушло как с куста» и т. п. Могут быть разные смысловые уровни, которые маркируют официальную лексику, профессиональные взаимоотношения, простонародную речь и т. д.

Маркеры гендерные. Указывающие или подчёркивающие принадлежность к определённому полу. Особенно интересно, когда мужчина говорит о себе как о женщине или наоборот. Это не означает обязательное нарушение гендерной идентичности, но придаёт действиям людей разные смысловые оттенки. Например, если женщина хочет напомнить мужчине его домашние обязанности, она может демонстративно сопровождать свои действия, распространённым в таких случаях суждением: «Конечно, кто у нас в доме мужчина...»

Список этих маркеров остаётся открытым, его может продолжить каждый, но важно помнить, что с помощью маркеров-слов (выражений) мы ищем в речи человека то, о чём он не говорит, но этот смысл присутствует в тексте. Это степень проникновения в смысл текста, которая противопоставлена механической систематизации текста (компьютеризации текста).

2. Чьё и откуда в его речи это слово?

Все толкования текста с помощью избранных слов-маркеров всё равно сходятся в одну точку, хотя на первый взгляд этот метод предполагает совершенную свободу интерпретации. Поиск ответа на следующий вопрос «Чьё и откуда в речи слово?» – это извлечение информации о том, по каким социокультурным полям человек «путешествует», какое из них для него основное, в каком дискурсивном сообществе он считается своим.

Взрослый человек обычно специально не рассказывает другим о своей профессиональной принадлежности. Но его слова говорят за него о том, что он, например,

журналист, педагог и т. д. Самопрезентация происходит через употребление в речи профессионального жаргона. Т. е. специальных терминов, слов и оборотов, которые употребляются только в конкретном сообществе.

Например, если вы журналист, то вольно или невольно, особенно в неформальной обстановке будете употреблять в своей речи только приняты в этом дискурсивном сообществе такие обращения, как «старик» и «старуха» (обращение к коллеге), сбиваться с «ты» на «вы», называть собеседника по имени в независимости от его возраста. И это не считается хамством. Просто в режиме обычного взаимодействия в журналистской среде принят демократический стиль общения, подчёркивающий субъектность партнёров по общению. Поэтому начальство за глаза называют по имени (Вася!), а в глаза – достаивают, в лучшем случае, отчеством (Петрович!). Что, например, в принципе невозможно в педагогической среде, в которой именно в рабочей обстановке принята дистанцированность в общении, подчёркивающая уважение к личности другого. Всё иное воспринимается как фамильярность.

Бытовая речь журналиста пестрит интерпретированными жаргонизмами в виде «врезок» (крупно набранный текст в статье, иногда выделенный рамочкой), «наездов» (приближение камерой изображения), «фокусов» (акцентирование внимание на деталях), «выносов» (расположение в тексте основного материала плашек, на которых дублируется более крупным шрифтом часть наиболее выразительного, с точки зрения автора, текста), «полосы» (страницы газеты), «крыш» (верхняя часть полосы), «подвалов» (нижняя часть полосы), «фонарей» (выделение отдельным более крупным шрифтом начальной буквы абзаца) и т. п.

При этом надо помнить, что человек может говорить «на нескольких языках».

Например, журналист говорит «одновременно» на официальном языке, профессиональном сленге, просторечие, использует штампы и т. д. Понятие «одновременно» нами взято в кавычки сознательно, потому что разным случаям соответствует разный стиль. Смена стилей может происходить в день по несколько раз. Во время интервью, скорее всего, используется официальный. Во время беседы – неофициальный с вкраплениями просторечий. В редакции более уместен профессиональный сленг и т. п. Смешивание же стилей общения происходит, как правило, в «расслабленной» неформальной обстановке.

За всем этим можно открыть разные смыслы: ироничное отношение к власти, смакование журналистской кухни, возможны специальная «непроговоренность» и расплывчатость в тексте и др.

Такой анализ не фокусирование, а – поле. Своеобразная дополнительная социально-психологическая опция. Это позволяет увидеть и человека, и контекст (в поле) всего исследования во всём его многообразии. А именно, на основе каких особенностей «путешествия» по различным социокультурным полям, формируется его личная система ценностей и нормы поведения.

3. Как он обращается со словом, с какой целью он задаёт своей речи такой тон?

Поиск ответа на этот вопрос связан с маркировкой поведения человека речью определённого тона. Она не только средство коммуникации, но и средство управления его поведением и поведением других людей.

«Я говорю штампами, давай поговорим штампами». Языком нормативным, но не информативным... Т. е. это якобы информация, а на самом деле пустое место, потому что истинный смысл любой транслируемой информации не только в том, чтобы человека ориентировать совершать определённые действия, но и производить определённое впечатление, формировать его представления. «Штапованная речь» является неотъемлемым атрибутом некоторых видов деятельности человека, в основе которых лежит командно-административная система взаимоотношений. Обычно своеобразным цитатником таких штампов является специальный свод правил поведения в данных сообществах. В армии это Устав, который регламентирует деятельность военнослужащих. «Приказы не

обсуждаются, а выполняются», «Обращение к более низкому чину в присутствии более высокого возможно только после получения устного разрешения от последнего» – эти и другие армейские штампы позволяют регулировать отношения между военнослужащими, суть которых, в свою очередь, запечатлена в крылатом штампе «жить по Уставу».

«Я говорю, но не я автор этого текста». Это своеобразная самозащита с помощью цитирования. Текст совсем не индивидуализирован, потому что он создан другим человеком и не имеет собственного опыта переживания его «рождения». Цитирование всегда производит хороший внешний эффект, но если оно выполняет роль «этикетки» и далее не следует, хотя бы собственная интерпретация цитаты, человек, злоупотребляющий цитатами, начинает восприниматься не более чем носителем чужих мыслей. Это показатель определённой, но, увы, неглубокой культуры человека, так как данное явление может быть связано просто с хорошей механической памятью, которая часто порождает такое же (механистическое) мышление.

«Я тебе говорю так, и ты должен мне отвечать так же... Хорошо!?» Типичный пример негласного договора. Это социально-психологическое явление часто связано с предписанием человеку выполнять определённые социальные роли. Например, начальник прочёркнуто обращается к хорошо знакомому человеку (другу, подруге, родственнику) на работе на «вы» для демонстрации равного к нему отношения, как и ко всем подчинённым.

«Я говорю так, чтобы вы не подумали, что я слабак». Вид социально-психологической защиты, который напоминает ситуацию, когда молодой мужчина для солидности отращивает бороду. Часто нарочито грубая речь и есть такая словесная «борода», задача которой «запугать», или придать себе вид сильного, волевого человека.

Как и при поиске ответа на предыдущий исследовательский вопрос, список предложенных выше маркеров остаётся открытым. Это указывает на то, что качество конверсационного анализа имеет сильную зависимость от профессиональной компетентности исследователя, от уровня его социально-психологических, педагогических и даже филологических знаний. Это может создать впечатление, что им могут пользоваться только узкие специалисты. Это далеко не так.

Практика применения конверсационного анализа показала, что трудности, с которыми сталкивается исследователь при определении маркеров – закономерны, но вполне преодолимы. По мере накопления опыта осуществления подобной научной работы список личных исследовательских маркеров увеличивается. Это обеспечивает повышение уровня интерпретации, появляются необходимые навыки правильного ведения «диалога с текстом» (внимательность, усидчивость, терпение), его транскрибирования, развивается филологическое чутьё и социальное воображение. Важной педагогической особенностью конверсационного анализа является не только то, что он позволяет интересно и порой неожиданно интерпретировать текст, но и то, что он хороший инструмент для развития социального интеллекта и в целом самой личности исследователя, т. е. повышения культуры его мышления и поведения.

Приложение №4

ПАРАДИГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК ДИАЛОГ ИССЛЕДОВАТЕЛЯ С ТЕКСТОМ

Социологи считают²⁸¹, что первым обратил внимание на то, что нарративный текст можно рассматривать как информацию о человеке, социальной среде и времени, в формате которых он осуществляет свою деятельность – Майкл Фриш, автор «Хрестоматии по устной истории». В ней он рассказывает о книге Телклера «Работа», в которой собраны документальные свидетельства более 150 тысяч американцев о великой депрессии. Телклер

²⁸¹ В частности это мнение М. Рожанского.

считал себя журналистом и записал эти свидетельства в виде рассказов (интервью!) людей о собственной работе. Тексты подавались без всякого анализа и литературной обработки, т. е. в виде нарратива. Все отзывы, собранные в книге, повествовали о том, как великий американский дух смог преодолеть великий кризис. Заслуга М. Фриша заключается в том, что он обратил внимание на эту книгу как на рефлексию большого количества людей, на определённую тему.

Развивая эту мысль М. Фриша, другой исследователь – Стенор Квале в своей книге «Исследовательское интервью»²⁸² рассматривает с этих позиций процесс интервьюирования и технику интерпретации интервью. В ней предложено два тренда: исследователь-«шахтёр» – такие смыслы (факты) достаются из глубины добытого материала (нарратива) и исследователь-«путешественник» – отражение путешествия информанта по социокультурным полям и с помощью этого проникновение в его жизненный мир.

М. Рожанский отмечает, что работа как путешествие по жизненным мирам человека – близка сердцу любого социолога. В процессе этого путешествия он может извлекать смыслы, которых нет у него (в его сознании, в его опыте), и нет у человека, у которого берётся интервью. Т. е. он не вкладывает такие смыслы в своё путешествие-жизнь, в события из которых оно состоит. Мы можем добавить к этим словам М. Рожанского то, что такая позиция близка сердцу и любого социального педагога. Потому что извлекаемые из нарративного текста смыслы помогают лучше понять психологию, социальное окружение человека и в целом трудную жизненную ситуацию, в которой он находится. Без этих знаний невозможно оказать ему квалифицированную социально-педагогическую помощь. По этой причине в социально-педагогическом исследовании невозможно пользоваться нарративным текстом интервью или фокус-группы просто как иллюстративным материалом.

Приступая к расшифровке текста, необходимо помнить, что расшифровка это ещё не есть, например, само интервью. Даже интервью рассматривается в социально-педагогическом качественном полевом исследовании как диалог. Т. е. смыслы, рождающиеся в нём, конструируются в той или иной степени и исследователем, и человеком. Поэтому очень важно, подготавливая текст к интерпретации, не менять в нём образно говоря ни одной буквы, а во время интерпретации помнить, что субъектом наблюдения является не только человек, но и исследователь (т. е., скорее всего, ты сам), который может «редактировать смыслы» под воздействием своих субъективных оценок.

Формируя своё отношение к нарративному тексту как к пространству социально-педагогического исследования, необходимо сразу для себя ответить на вопрос: чем искомые вами смыслы отличаются от социально-психологических, социологических, педагогических и т. п. Кто является в этом пространстве «главным героем»: *социальная среда* (как у социологов), *человек* (как у педагогов и социальных педагогов), *процессы взаимодействия между людьми* (как у социальных психологов). Это не означает, что все остальные герои должны уйти со сцены. В каждом «спектакле интервью» они выполняют свои, но только не главные роли.

Парадигматический анализ – *это диалог исследователя с текстом интервью с целью выявления внешних и скрытых социальных смыслов деятельности человека.*

Интерпретация интервью с помощью парадигматического анализа производится с помощью поиска ответов на различные исследовательские вопросы, которые можно объединить в три ключевых:

1. *Кто говорит?* Выясняются общие сведения о человеке: основные факты биографии, возраст, пол и др.

2. *О чём идёт речь?* Определяется основная тема интервью и как она проявляется в жизни собеседника.

3. *Что нам рассказывает человек и какие заявления делает?* Т. е. где возникает потребность у человека выхода на обобщения, формулирование выводов.

²⁸² Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003.

Например:

1. О происшествии на улице рассказывает пенсионер, бывший фронтовик, типичный представитель своего поколения, которому присуще чувства долга, справедливости, социальной ответственности (ответ на вопрос «*Кто рассказывает?*»).

2. Он рассказывает о том, что одному из прохожих на голову упала сосулька, которая его серьёзно травмировала. По сути, этот случай, по мнению пенсионера, говорит о безответственности специальных жилищно-коммунальных служб, которые отвечают за очистку крыш от снега в период интенсивного его таяния, т. е. весной (ответ на вопрос «*О чём идёт речь?*»).

3. В процессе рассказа пенсионер «в сердцах» делает вывод «Только в этой стране могут сосульки падать на голову людей!» (Это уже обобщающее *заявление рассказчика-респондента*).

Парадигматический анализ позволяет проникнуть сквозь поверхностный, *внешний видимый смысл* рассказанного и определить социальный, возможно, прямо не высказанный, но реально существующий контекст (*выявленный смысл*).

Например, анализируя текст интервью с В. Познером, в котором он рассказывает об одной из своих командировок на строительство БАМа и путешествии из Иркутска в Братск, М. Рожанский определил с помощью парадигматического анализа:

- *Кто говорит?* В. Познер позиционировал себя в рассказе как журналист – *внешний смысл*.

Но особый интерес он для исследования представлял как уникальный свидетель – *выявленный смысл*. Т. е. как публичный человек, не имеющий опыта общения с коренным населением и простыми строителями, не знающий особенностей природной и социальной среды Сибири. Этот смысл не был доступен журналисту (он себя не идентифицировал с ролью «уникального свидетеля»), его определил исследователь.

- *О чём идёт речь?* В. Познер рассказывал о том, как он путешествовал, сколько это заняло время, с какими людьми он встречался, какое они произвели на него впечатление. Т. е. В. Познер пересказал внешний сюжет события – *внешний смысл*.

Но для исследователя из его рассказа стало ясно, что в своих авторских отступлениях, интерпретациях диалога с местным населением он рассказывал не столько о конкретной произошедшей с ним истории (путешествии), сколько об особенностях истории СССР (через пересказанные судьбы людей) и о том, какие в этой стране люди жили. Т. е. в рассказе журналиста был скрытый сюжет, который исследователь определил как «*скрытый*» смысл.

- *Какие делал заявления?* В. Познер никаких прямых заявлений (категоричных выводов) по поводу и в процессе того, что говорил, не делал. Таков – *внешний смысл*.

Но исследователь определил следующие обобщения-заявления журналиста:

– «*Какими мы были наивными...*»,

– «*Мы искренне верили в идеалы строительства светлого будущего...*»

В результате исследователь сделал вывод, что *искренность* – была скрытым обоснованием В. Познером своего рассказа, неосознанной основой его самопрезентации через данный нарратив (текст).

Смысл этого вида анализа текста заключается в том, что при поиске ответа на поставленный вопрос применяется метод исследовательской триангуляции. В данном случае триангуляция рассматривается как поиск сходных признаков, содержащихся в разных микротекстах, из которых состоит основной текст (нарратив) интервью.

1. *Кто говорит?* В. Познер *на протяжении всего рассказа* произвольно (профессионально) внимательно «взвешивал» каждое слово, как будто он выступал перед большой аудиторией, между тем это была приватная, непубличная беседа.

2. *О чём идёт речь?* В. Познер *неоднократно* в различных эпизодах рассказа *упоминал*, что речь идёт о советском периоде нашей истории, и о людях, живших именно в СССР.

3. *Какие заявления делает?* В. Познер в своём рассказе неоднократно подчёркивал, что он не отделяет себя от героев своего рассказа, что выражалось в маркировании такой социальной идентификации местоимением «Мы!» (мессианское «мы»). «Несмотря на индивидуальные различия, мы все были такими – советскими людьми» – это непронизнённое, но всегда имевшееся в виду во время рассказа суждение можно назвать скрытым его рефреном.

Исследовательская триангуляция применяется и по отношению к текстам интервью, взятых у разных людей, входящих в состав экспериментальной группы. В этом случае этот метод позволяет выделить у разных людей, в разных событиях, фактах их жизни типичные признаки, доказывающие валидность качественного метода исследования.

При этом наблюдается, что часто это сопровождается выходами собеседника за пределы реальной культуры, выходами за пределы контекста времени (скорее всего, в прошлое).

Можно наблюдать, как прошлый культурный опыт подавляет или редактирует его настоящий опыт или как настоящий культурный опыт влияет на интерпретацию прошлого опыта.

Человек может какие-то события или факты своей жизни позиционировать как главную линию своей жизни или скрытую программу жизнедеятельности и т. п.

В целом парадигматический анализ можно представить в виде поиска ответов на такие предполагаемые темы для исследовательских динамических вопросов

а) *Есть ли выходы за пределы реальной культуры профессиональной деятельности?* (что-то делается не так, как принято в профессиональной сфере или делается как-то особенно, нестандартно).

б) *Есть ли выходы за пределы контекста времени?* (Использование опыта прошлой деятельности или применение новых технологий, которые ещё только будут применяться в будущем в данной профессиональной сфере).

в) *Проявляет ли человек вертикальную социальную активность?* (прилагает ли целенаправленно и постоянно усилия для своего карьерного роста – повышения профессионального или общественного статуса).

г) *Что позиционирует как главную линию своей жизни?* (деньги, должность, творчество, семейное благополучие и т. п.).

д) *Как предпочитает выстраивать межличностные и общественные отношения с другими людьми?* (какие предпочитает исполнять коммуникативные роли: родителя, ребёнка или взрослого).

е) *Есть ли скрытые программы социальной деятельности?* (например, рядовой рабочий, который на самом деле – инструментальный или какой-то другой неформальный лидер).

ж) *Склонен ли позиционировать себя с помощью использования мессианского «мы»?*

– как способ подчеркнуть свою общность с другими людьми (я частица коллективного «мы»);

– как способ спрятаться от ответственности (раствориться в коллективном «мы»);

– как способ подчеркнуть роль медийного протестанта (я – это «мы», т. е. сила, с которой должны считаться все остальные). И т. п.

з) *Подавляет или помогает прошлый культурный опыт настоящему культурному опыту?* (мешает или не мешает прошлый опыт развитию настоящего культурного опыта).

и) *Подавляет или помогает настоящий культурный опыт прошлому культурному опыту?* (способствует или не способствует развитию прошлого культурного опыта).

к) *Как влияют настоящие и прошлые габитусы на стили общения, поведения, на выбор социальных ролей* (воспроизводятся ли его габитусы в жизни человека в том или ином виде. Габитус – социальное местонахождение человека, которое может влиять на построение его жизнедеятельности. Например, начальник на работе стремится оставаться «начальником» и в семье).

л) *Через какие понятия человек объясняет свой и чужой опыт* (это речевая характеристика человека, которая свидетельствует о принадлежности его к определённой социальной группе, – сообщает основные принципы жизнедеятельности. Например, интеллигент говорит обтекаемо, пытается не обидеть и не унизить другого человека, хотя, возможно, тот ведёт себя с ним по-хамски и т. д.).

м) *Склонен ли человек поддерживать фантомные явления и другие разновидности симуляции социальной реальности* (общности, сплочённости, образа и т. п.).

н) *Воспринимает ли человек речевое взаимодействие как факт реальной деятельности, за которую необходимо нести социальную ответственность* или воспринимает её как политическую риторику, т. е. говорение ни о чём, ни для чего, ни для кого и не для достижения какого-то конкретного результата.

Парадигматический анализ – *гибкий качественный анализ*. Поэтому данный список предлагаемых тем для исследовательских вопросов не окончательный и быть таковым не может. При анализе каждого отдельно взятого интервью список сворачивается или разворачивается для достижения максимального эффекта социально-педагогического исследования текста (нарратива).

Итогом анализа может быть обобщение изученного материала, которое излагается в форме не категоричного вывода, а описания рождения социальных смыслов в результате наблюдения за диалогом с текстом. Эта творческая научная работа, которая не может иметь строгих алгоритмов.

Приложение №5

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ПОНЯТИЯ «ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА»

Существует различные интерпретации понятия «информационная культура» М.Г. Вохрышева считает, что информационная культура – это область культуры, связанная с функционированием информации в обществе и формированием информационных качеств личности. Н.Б. Зиновьева констатирует, что информационная культура личности есть гармонизация внутреннего мира личности в ходе освоения всего объема социально-значимой информации. А.А. Гречихин определяет понятие информационной культуры через информационную деятельность. Он дает следующее определение: «Информационная культура - это информационная деятельность аксиологического характера, то есть обусловленная ценностями культуры». И.Г. Хангельдиева, исследуя понятие информационной культуры, пишет, что информационная культура - это качественная характеристика жизнедеятельности человека в области получения, передачи, хранения и использования информации, где приоритетными являются общечеловеческие духовные ценности. Е.А. Медведева определяет информационную культуру как уровень знаний, позволяющий человеку свободно ориентироваться в информационном пространстве, участвовать в его формировании и способствовать информационному взаимодействию. Е.Т. Семенов предлагает понимать информационную культуру как степень совершенства человека, общества или определенной его части во всех возможных видах работы с информацией: ее получении, накоплении, кодировании и переработке любого рода, в создании на этой основе качественно новой информации, ее передаче, практическом использовании». Терминологический анализ понятия «информационная культура» показывает, что данное понятие характеризуется разным составом компонентов, вследствие чего признается неустоявшимся.

МЕТОДИКА ДИАГНОСТИКИ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ЛИРИ

Методика создана Т. Лири (Т. Лиар), Г. Лефоржем, Р. Сазеком в 1954 г. и предназначена для исследования представлений субъекта о себе и идеальном "Я", а также для изучения взаимоотношений в малых группах. С помощью данной методики выявляется преобладающий тип отношений к людям в самооценке и взаимооценке.

При исследовании межличностных отношений, социальных аттитюдов наиболее часто выделяются два фактора: доминирование-подчинение и дружелюбие-агрессивность. Именно эти факторы определяют общее впечатление о человеке в процессах межличностного восприятия. Они названы М. Аргайлом в числе главных компонентов при анализе стиля межличностного поведения и по содержанию могут быть соотнесены с двумя из трех главных осей семантического дифференциала Ч. Осгуда: оценка и сила. В многолетнем исследовании, проводимом американскими психологами под руководством Б. Бейлза, поведение члена группы оценивается по двум переменным, анализ которых осуществляется в трехмерном пространстве, образованном тремя осями: доминирование-подчинение, дружелюбие-агрессивность, эмоциональность-аналитичность.

Для представления основных социальных ориентации Т. Лири разработал условную схему в виде круга, разделенного на секторы. В этом круге по горизонтальной и вертикальной осям обозначены четыре ориентации: доминирование-подчинение, дружелюбие-враждебность. В свою очередь эти секторы разделены на восемь – соответственно более частным отношениям. Для еще более тонкого описания круг делят на 16 секторов, но чаще используются октанты, определенным образом ориентированные относительно двух главных осей.

Схема Тимоти Лири основана на предположении, что чем ближе оказываются результаты испытуемого к центру окружности, тем сильнее взаимосвязь этих двух переменных. Сумма баллов каждой ориентации переводится в индекс, где доминируют вертикальная (доминирование-подчинение) и горизонтальная (дружелюбие-враждебность) оси. Расстояние полученных показателей от центра окружности указывает на адаптивность или экстремальность интерперсонального поведения.

Опросник содержит 128 оценочных суждений, из которых в каждом из 8 типов отношений образуются 16 пунктов, упорядоченных по восходящей интенсивности. Методика построена так, что суждения, направленные на выяснение какого-либо типа отношений, расположены не подряд, а особым образом: они группируются по 4 и повторяются через равное количество определений. При обработке подсчитывается количество отношений каждого типа.

Т. Лири предлагал использовать методику для оценки наблюдаемого поведения людей, т.е. поведения в оценке окружающих ("со стороны"), для самооценки, оценки близких людей, для описания идеального "Я". В соответствии с этими уровнями диагностики меняется инструкция для ответа.

Разные направления диагностики позволяют определить тип личности, а также сопоставлять данные по отдельным аспектам. Например, "социальное "Я", "реальное "Я"", "мои партнеры" и т.д.

Методика может быть представлена респонденту либо списком (по алфавиту или в случайном порядке), либо на отдельных карточках. Ему предлагается указать те утверждения, которые соответствуют его представлению о себе, относятся к другому человеку или его идеалу.

Максимальная оценка уровня – 16 баллов, но она разделена на четыре степени выраженности отношения:

- | | |
|------------------------------|------------------------|
| 0-4 балла – низкая | адаптивное поведение |
| 5-8 баллов – умеренная | |
| 9-12 баллов – высокая | экстремальное |
| | до патологии поведение |
| 13-16 баллов - экстремальная | |



В результате производится подсчет баллов по каждой октанте с помощью специального "ключа" к опроснику. Полученные баллы переносятся на дискограмму, при этом расстояние от центра круга соответствует числу баллов по данной октанте (от 0 до 16). Концы векторов соединяются и образуют личностный профиль.

По специальным формулам определяются показатели по основным факторам: *доминирование и дружелюбие*.

Доминирование = $(I - V) + 0,7 \times (VIII + II - VI)$ Дружелюбие = $(VII - III) + 0,7 \times (VIII - II - IV + VI)$

Качественный анализ полученных данных проводится путем сравнения дискограмм, демонстрирующих различие между представлениями разных людей. С.В. Максимовым приведены индексы точности рефлексии, дифференцированности восприятия, степени благополучности положения личности в группе, степени осознания личностью мнения группы, значимости группы для личности.

Методический прием позволяет изучать проблему психологической совместимости и часто используется в практике семейной консультации, групповой психотерапии и социально-психологического тренинга.

Типы отношения к окружающим

I. Авторитарный

13-16 – диктаторский, властный, деспотический характер, тип сильной личности, которая лидирует во всех видах групповой деятельности. Всех наставляет, поучает, во всем стремится полагаться на свое мнение, не умеет принимать советы других. Окружающие отмечают эту властность, но признают ее.

9-12 – доминантный, энергичный, компетентный, авторитетный лидер, успешный в делах, любит давать советы, требует к себе уважения.

0-8 – уверенный в себе человек, но не обязательно лидер, упорный и настойчивый.

II. Эгоистичный

13-16 – стремится быть над всеми, но одновременно в стороне от всех, самовлюбленный, расчетливый, независимый, себялюбивый. Трудности перекладывает на окружающих, сам относится к ним несколько отчужденно, хвастливый, самодовольный, заносчивый. 0-12 – эгоистические черты, ориентация на себя, склонность к соперничеству.

III. Агрессивный

13-16 – жесткий и враждебный по отношению к окружающим, резкий, жесткий, агрессивность может доходить до асоциального поведения.

9-12 – требовательный, прямолинейный, откровенный, строгий и резкий в оценке других, непримиримый, склонный во всем обвинять окружающих, насмешливый, ироничный, раздражительный.

0-8 – упрямый, упорный, настойчивый и энергичный.

IV. Подозрительный

13-16 – отчужденный по отношению к враждебному и злобному миру, подозрительный, обидчивый, склонный к сомнению во всем, злопамятный, постоянно на всех жалуется, всем недоволен (шизоидный тип характера).

9-12 – критичный, необщительный, испытывает трудности в интерперсональных контактах из-за неуверенности в себе, подозрительности и боязни плохого отношения, замкнутый, скептический, разочарованный в людях, скрытный, свой негативизм проявляет в вербальной агрессии.

0-8 – критичный по отношению ко всем социальным явлениям и окружающим людям.

V. Подчиняемый

13-16 – покорный, склонный к самоунижению, слабовольный, склонный уступать всем и во всем, всегда ставит себя на последнее место и осуждает себя, приписывает себе вину, пассивный, стремится найти опору в ком-либо более сильном.

9-12 – застенчивый, кроткий, легко смущается, склонен подчиняться более сильному без учета ситуации.

0-8 – скромный, робкий, уступчивый, эмоционально сдержанный, способный подчиняться, не имеет собственного мнения, послушно и честно выполняет свои обязанности.

VI. Зависимый

13-16 – резко неуверенный в себе, имеет навязчивые страхи, опасения, тревожится по любому поводу, поэтому зависим от других, от чужого мнения.

9-12 – послушный, боязливый, беспомощный, не умеет проявить сопротивление, искренне считает, что другие всегда правы.

0-8 – конформный, мягкий, ожидает помощи и советов, доверчивый, склонный к восхищению окружающими, вежливый.

VII. Дружелюбный

9-16 – дружелюбный и любезный со всеми, ориентирован на принятие и социальное одобрение, стремится удовлетворить требования всех, "быть хорошим" для всех без учета ситуации, стремится к целям микрогрупп имеет развитые механизмы вытеснения и подавления, эмоционально лабильный (истероидный тип характера).

0-8 – склонный к сотрудничеству, кооперации, гибкий и компромиссный при решении проблем и в конфликтных ситуациях, стремится быть в согласии с мнением окружающих, сознательно конформный, следует условностям, правилам и принципам "хорошего тона" в отношениях с людьми, инициативный энтузиаст в достижении целей группы, стремится помогать, чувствовать себя в центре внимания, заслужить признание и любовь, общительный, проявляет теплоту и дружелюбие в отношениях.

VIII. Альтруистический

9-16 – гиперответственный, всегда приносит в жертву свои интересы, стремится помочь и сострадать всем, навязчивый в своей помощи и слишком активный по отношению к окружающим, принимает на себя ответственность за других (может быть только внешняя "маска", скрывающая личность противоположного типа).

0-8 – ответственный по отношению к людям, деликатный, мягкий, добрый, эмоциональное отношение к людям проявляет в сострадании, симпатии, заботе, ласке, умеет подбодрить и успокоить окружающих, бескорыстный и отзывчивый.

ТЕКСТ ОПРОСНИКА

Поставьте знак "+" против тех определений, которые соответствуют Вашему представлению о себе (если нет полной уверенности, знак "+" не ставьте).

I 1. **Другие думают о нем благосклонно** 2. Производит впечатление на окружающих 3. Умеет распоряжаться, приказывать 4. Умеет настоять на своем 5. Обладает чувством собственного достоинства 6. Независимый

II 7. **Способен сам позаботиться о себе** 8. Может проявить безразличие 9. Способен быть суровым 10. Строгий, но справедливый

III 11. **Может быть искренним** 12. Критичен к другим 13. Любит поплакаться 14. Часто печален

IV 15. **Способен проявить недоверие** 16. Часто разочаровывается 17. Способен быть критичным к себе 18. Способен признать свою неправоту

V 19. **Охотно подчиняется** 20. Уступчивый 21. Благородный 22. Восхищающийся и склонный к подражанию

VI 23. **Уважительный** 24. Ищущий одобрения 25. Способен к сотрудничеству 26. Стремится ужиться с другими

VII 27. **Дружелюбный, доброжелательный** 28. Внимательный и ласковый 29. Деликатный 30. Одобряющий

VIII 31. **Отзывчивый к призывам о помощи** 32. Бескорыстный 33. Способен вызвать восхищение 34. Пользуется уважением у других

I 35. **Обладает талантом руководителя** 36. Любит ответственность 37. Уверен в себе 38. Самоуверен и напорист

II 39. **Деловит и практичен** 40. Любит соревноваться 41. Строгий и крутой, где надо 42. Неумолимый, но беспристрастный.

III 43. **Раздражительный** 44. Открытый и прямолинейный 45. Не терпит, чтобы им командовали 46. Скепичен

IV 47. **На него трудно произвести впечатление** 48. Обидчивый, щепетильный 49. Легко смущается 50. Не уверен в себе

V 51. **Уступчивый** 52. Скромный 53. Часто прибегает к помощи других 54. Очень почитает авторитеты

VI 55. **Охотно принимает советы** 56. Доверчив и стремится радовать других 57. Всегда любезен в обхождении 58. Дорожит мнением окружающих

VII. 59. **Общительный и уживчивый** 60. Добросердечный 61. Добрый, вселяющий уверенность 62. Нежный и мягкосердечный

VIII. 63. **Любит заботиться о других** 64. Бескорыстный, щедрый 65. Любит давать советы 66. Производит впечатление значимости

I. 67. **Начальственно-повелительный** 68. Властный 69. Хвастливый 70. Надменный и самодовольный

II. 71. **Думает только о себе** 72. Хитрый и расчетливый 73. Нетерпим к ошибкам других 74. Свокорыстный

III. 75. **Откровенный** 76. Часто недружелюбен 77. Озлобленный 78. Жалобщик

IV. 79. **Ревнивый** 80. Долго помнит обиды 81. Склонный к самобичеванию 82. Застенчивый

V. 83. **Безынициативный** 84. Кроткий 85. Зависимый, несамостоятельный 86. Любит подчиняться

VI. 87. **Предоставляет другим принимать решения** 88. Легко попадает впросак 89. Легко попадает под влияние друзей 90. Готов довериться любому

VII. 91. **Благорасположен ко всем без разбору** 92. Всем симпатизирует 93. Прощает все 94. Переполнен чрезмерным сочувствием

VIII. 95. **Великодушен и терпим к недостаткам** 96. Стремится покровительствовать 97. Стремится к успеху 98. Ожидает восхищения от каждого

I. 99. **Распоряжается другими** 100. Деспотичный 101. Сноб (судит о людях по рангу и личным качествам) 102. Тщеславный

II. 103. **Эгоистичный** 104. Холодный, черствый 105. Язвительный, насмешливый 106. Злобный, жестокий

III. 107. **Часто гневливый** 108. Бесчувственный, равнодушный 109. Злопамятный 110. Проникнут духом противоречия

IV. 111. **Упрямый** 112. Недоверчивый и подозрительный 113. Робкий 114. Стыдливый

V. 115. **Отличается чрезмерной готовностью** 116. Мягкотелый 117. Почти никогда и никому не возражает 118. Ненавязчивый

VI. 119. **Любит, чтобы его опекали** 120. Чрезмерно доверчив 121. Стремится снискать расположение каждого 122. Со всеми соглашается

VII. 123. **Всегда дружелюбен** 124. Всех любит 125. Слишком снисходителен к окружающим 126. Старается утешить каждого

VIII. 127. **Заботится о других в ущерб себе** 128. Портит людей чрезмерной добротой

ОБЩИЙ УРОВЕНЬ ОБЩИТЕЛЬНОСТИ

Тест, оценивающий общий уровень общительности, разработан В.Ф.Ряховским.

Инструкция: «Вашему вниманию предлагается несколько простых вопросов. Отвечайте быстро, однозначно: "да", "нет", "иногда»».

1. Вам предстоит ordinaria или деловая встреча. Выбивает ли Вас ее ожидание из колеи?

2. Вызывает ли у вас смятение и неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании, собрании или тому подобном мероприятии?

3. Не откладываете ли Вы визит к врачу до последнего момента?

4. Вам предлагают выехать в командировку в город, где Вы никогда не бывали. Приложите ли Вы максимум усилий, чтобы избежать этой командировки?

5. Любите ли Вы делиться своими переживаниями с кем бы то ни было?

6. Раздражаетесь ли Вы, если незнакомый человек на улице обратится к Вам с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить на какой-то вопрос)?

7. Верите ли Вы, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?

8. Постесняетесь ли Вы напомнить знакомому, что он забыл Вам вернуть деньги, которые занял несколько месяцев назад?

9. В ресторане либо в столовой Вам подали явно недоброкачественное блюдо. Промолчите ли Вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?

10. Оказавшись один на один с незнакомым человеком, Вы не вступите с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он. Так ли это?

11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она ни была (в магазине, библиотеке, кассе кинотеатра). Предпочитаете ли Вы отказаться от своего намерения или встанете в хвост и будет томиться в ожидании?

12. Бойтесь ли Вы участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?

13. У Вас есть собственные сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, искусства, культуры, и никаких чужих мнений на этот счет Вы не приемлете. Это так?

14. Услышав где-либо в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному Вам вопросу, предпочитаете ли Вы промолчать и не вступать в спор?

15. Вызывает ли у Вас досаду чья-либо просьба помочь разобраться в том или ином служебном вопросе или учебной теме?

16. Охотнее ли Вы излагаете свою точку зрения (мнение, оценку) в письменной форме, чем в устной?

Оценка ответов: «Да» — 2 очка, «иногда» — 1 очко, «нет» — 0 очков.

Полученные очки суммируются, и по классификатору определяется, к какой категории людей относится испытуемый.

Классификатор к тесту В.Ф.Ряховского

30—32 очка — Вы явно некоммуникабельны, и это ваша беда, так как страдаете от этого больше Вы сами. Но и близким Вам людям нелегко. На Вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь быть общительнее, контролируйте себя.

25—29 очков — Вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, поэтому у Вас мало друзей. Новая работа и необходимость новых контактов если и не ввергают Вас в панику, то надолго выводит из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. Но не ограничивайтесь только таким недовольством — в вашей власти переломить эти особенности характера. Разве не бывает, что при какой-либо сильной увлеченности Вы приобретаете вдруг полную коммуникабельность? Стоит только встряхнуться.

19—24 очков — Вы в известной степени общительны и в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Новые проблемы Вас не пугают. И все же с новыми людьми сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно. В ваших высказываниях порой слишком много сарказма, без всякого на то основания. Эти недостатки исправимы.

14—18 очков у Вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете интересного собеседника, достаточно терпеливы в общении с другими, отстаиваете свою точку зрения без вспыльчивости. Без неприятных переживаний идете на встречу с новыми людьми. В то же время не любите шумных компаний; экстравагантные выходы и многословие вызывают у Вас раздражение.

9—13 очков — Вы весьма общительны (порой, быть может, даже сверх меры), любопытны, разговорчивы, любите высказываться по разным вопросам, что, бывает, вызывает раздражение окружающих. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Бывает, вспылите, но быстро отходите. Чего Вам не достает, так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании, однако, Вы можете себя заставить не отступать.

4—8 очков — Вы, должно быть, «рубаха-парень». Общительность бьет из Вас ключом. Вы всегда в курсе всех дел. Вы любите принимать участие во всех дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у вас мигрень и даже хандру. Охотно берете слово по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя в своей тарелке. Беретесь за любое дело, хотя не всегда можете успешно довести его до конца. По этой самой причине руководители и коллеги относятся к Вам с некоторой опаской и сомнениями. Задумайтесь над этими фактами.

3 очка и менее — Ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорливы, многословны, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к Вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых совершенно не компетентны. Вольно или невольно Вы часто бываете причиной разного рода конфликтов в Вашем окружении. Вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Серьезная работа не для Вас. Людям — и на работе, и дома, и вообще повсюду — трудно с Вами. Да, Вам надо поработать над собой и своим характером! Прежде всего, воспитывайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительно относитесь к людям, наконец, подумайте о своем здоровье — такой стиль жизни не проходит бесследно.

Приложение №8

САМОКОНТРОЛЬ В ОБЩЕНИИ

Тест разработан американским психологом М.Снайдером

Инструкция: «Внимательно прочтите десять предложений, описывающих реакции на некоторые ситуации. Каждое из них вы должны оценить как верное или неверное применительно к себе. Если предложение кажется вам верным или преимущественно

верным, поставьте рядом с порядковым номером букву "В", если неверным или преимущественно неверным — букву "Н»).

6. Мне кажется трудным искусство подражать повадкам других людей.
7. Я бы, пожалуй, мог свалить дурака, чтобы привлечь внимание или позабавить окружающих.
8. Из меня мог бы выйти неплохой актер.
9. Другим людям иногда кажется, что я переживаю что-то более глубоко, чем это есть на самом деле.
10. В компании я редко оказываюсь в центре внимания.
11. В разных ситуациях и в общении с разными людьми я часто веду себя совершенно по-разному.
12. Я могу отстаивать только то, в чем я искренне убежден.
13. Чтобы преуспеть в делах и в отношениях с людьми, я стараюсь быть таким, каким меня ожидают видеть.
14. Я могу быть дружелюбным с людьми, которых я не выношу.
15. Я не всегда такой, каким кажусь.

Подсчет результатов: по 1 баллу начисляется за ответ «Н» на вопросы №№ 1, 5 и 7 и за ответ «В» на все остальные. Подсчитайте сумму баллов. Если вы искренне отвечали на вопросы, то о вас, по-видимому, можно сказать следующее:

0—3 балла — у вас низкий коммуникативный контроль. Ваше поведение устойчиво и вы не считаете нужным изменяться в зависимости от ситуаций. Вы способны к искреннему самораскрытию в общении. Некоторые считают вас «неудобным» в общении по причине вашей прямолинейности.

4—6 баллов — у вас средний коммуникативный контроль, вы искренни, но не сдержанны в своих эмоциональных проявлениях, считаетесь в своем поведении с окружающими людьми.

7—10 баллов — у вас высокий коммуникативный контроль. Вы легко входите в любую роль, гибко реагируете на изменение ситуации, хорошо чувствуете и даже в состоянии предвидеть впечатление, которое вы производите на окружающих.

Люди с высоким коммуникативным контролем, по Снайдеру, постоянно следят за собой, хорошо знают, где и как себя вести, управляют выражением своих эмоций. Вместе с тем у них затруднена спонтанность самовыражения, они не любят непрогнозируемых ситуаций. Их позиция: «Я такой, какой я есть в данный момент». Люди с низким коммуникативным контролем более непосредственны и открыты, у них более устойчивое «Я», мало подверженное изменениям в различных ситуациях.

Приложение №9

ТРЕНИНГОВОЕ ЗАНЯТИЕ «РАЗВИТИЕ ЭМПАТИИ». ТЕСТ

Цель: осознание личностью своих эмпатических переживаний и коррекция проявления эмпатии как личностного качества путем переноса эмпатических чувств на окружающих.

План занятия:

- 1 Упражнение-разминка «Бег ассоциаций».
2. Приветствие «Доброта».
3. Упражнения: «Проверяю себя», «Созвучие», «Найди ответ», «я вижу, я чувствую, я говорю...», «Оживающие картинки».

4. Психогимнастика «Гладим котенка».
5. Рефлексия занятия: «Письмо, в котором я говорю: «Спасибо за добро».
6. Анализ занятия: «Вопросы всем и самому себе».
7. Домашнее задание: составление задач по теме «Проявление людьми чувства эмпатии».

Ход занятия

Эмпатия - это умение поставить себя на место другого, способность человека к произвольной эмоциональной отзывчивости на переживания людей. Сопереживание - это принятие тех чувств, которые испытывает некто другой, как если бы они были нашими собственными. Сегодня мы постараемся проанализировать свою готовность к выражению этого чувства как профессионально значимого качества личности преподавателя.

УПРАЖНЕНИЕ - РАЗМИНКА «Бег ассоциаций»

Цель: подбор ассоциативного ряда к слову «эмпатия».

Задание: определить, какие ассоциации вызывает у участников тренинга слово «эмпатия».

Инструкция: ведущий произносит слово «эмпатия», а каждый из участников подбирает ассоциацию. Желательно не повторять высказывания соседей, а придумывать свои. Можно это сделать в виде рисунка или стихотворной импровизации.

Приветствие «Доброта»

Цель: создать атмосферу расположения и желания делать приятное другим.

Задание: придумать форму приветствия, выражающего добрые намерения по отношению к партнеру.

Инструкция: передайте свое доброе отношение к партнеру по общению словом, жестом, мимикой и т. д.

УПРАЖНЕНИЕ 1. «Проверяя себя»

Цель: определение уровня развития эмпатии.

Задание: ответить на вопросы теста.

Инструкция: мы уже зафиксировали свое внимание на отношении к эмпатии как к понятию, теперь проследим наличие у каждого участника эмпатийных тенденций. Вам предлагается тест, позволяющий выяснить наличие у каждого участника эмпатии. Пусть полученные результаты станут своеобразной мотивацией вашей работы на тренинге и позволят наметить перспективу дальнейшего самовоспитания личности будущего преподавателя колледжа.

Анализ упражнения.

- a. Насколько результаты теста соответствуют вашим ожиданиям?
- b. В чем будет выражаться программа действия участника по коррекции, совершенствованию, развитию эмпатии на сегодняшнем занятии.

ТЕСТ «УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ЭМПАТИИ»

Автор - И.М.Юсупов

Инструкция: предлагаем проверить имеющиеся у вас эмпатийные тенденции. Для этого, отвечая на каждое из 36 утверждений, приписывайте своим ответам следующее количество баллов: «не знаю» - 0, «нет, никогда» - 1, «иногда» - 2, «часто» - 3, «почти всегда» - 4, «да, всегда» - 5. Отвечать нужно на все вопросы.

1. Мне больше нравятся книги о путешествиях, чем книги из серии «Жизнь замечательных людей».
2. Взрослых детей раздражает забота родителей.
3. Мне нравится размышлять о причинах успехов и неудач других людей.
4. Среди всех музыкальных направлений предпочитаю современные ритмы.

5. Чрезмерную раздражительность и несправедливые упреки больного надо терпеть, даже если они продолжают годами.
6. Больному человеку можно помочь одним словом.
7. Посторонним людям не следует вмешиваться в конфликт между двумя лицами.
8. Старые люди, как правило, обидчивы без причин.
9. Когда я в детстве слушал грустные истории, на мои глаза сами по себе наворачивались слезы.
10. Раздраженное состояние моих родителей влияет на мое настроение.
11. Я равнодушен к критике в мой адрес.
12. Мне больше нравится рассматривать портреты, чем картины с пейзажами.
8. Я всегда все прощал родителям, даже если они были не правы.
14. Если лошадь плохо тянет, ее нужно хлестать.
15. Когда я читаю о драматических событиях в жизни людей, то чувствую себя так, словно это происходит со мной.
16. Родители относятся к своим детям справедливо.
17. Видя ссорящихся подростков или взрослых, я вмешиваюсь.
18. Я не обращаю внимания на плохое настроение своих родителей.
19. Я подолгу наблюдаю за поведением птиц и животных, откладывая другие дела.
20. Фильмы и книги могут вызвать слезы только у несерьезных людей.
21. Мне нравится наблюдать за выражением лиц и поведением незнакомых людей.
22. В детстве я приводил домой бездомных кошек и собак.
23. Все люди необоснованно озлоблены.
24. Глядя на постороннего человека, мне хочется угадать, как сложится его жизнь.
25. В детстве младшие по возрасту ходили за мной по пятам.
26. При виде покалеченного животного я стараюсь ему чем-то помочь.
27. Человеку станет легче, если внимательно выслушать его жалобы.
28. Увидев уличное происшествие, я стараюсь не попадать в число свидетелей.
29. Младшим нравится, когда я предлагаю им свою идею, дело.
30. Люди преувеличивают способность животного чувствовать настроение своего хозяина.
31. Из затруднительной конфликтной ситуации человек должен выходить самостоятельно.
32. Молодежь должна всегда удовлетворять любые просьбы и чудачества стариков.
33. Если ребенок плачет, на то есть причины.
34. Мне хотелось разобраться, почему некоторые мои одноклассники иногда были задумчивы.
35. Беспорядочных домашних животных следует отлавливать и уничтожать.
36. Если мои друзья начинают со мной обсуждать свои личные проблемы, я стараюсь перевести разговор на другую тему.

Ключ к тесту: прежде чем подсчитать полученные баллы, проверьте степень откровенности, с которой вы отвечали. Не ответили ли вы «не знаю» на утверждения 3, 9, 11, 13, 28, 36, а также не поместили ли пункты 11, 13, 15, 27 ответами «да, всегда»? Если это так, то вы не пожелали быть откровенными перед собой, а в некоторых случаях старались выглядеть в лучшем свете. Результатам тестирования можно доверять, если по всем перечисленным утверждениям вы дали не более трех неискренних ответов.

Теперь просуммируйте все баллы, присланные ответам на пункты 2, 5, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 19, 21, 22, 24, 25, 27, 29, 32. Соотнесите результат со шкалой развития эмпатийных тенденций.

82—90 баллов - это очень высокий уровень эмпатийности. У вас болезненно развито сопереживание.

63—81 балл - высокая эмпатийность. Вы чувствительны к проблемам окружающих, великодушны, склонны многое им прощать.

37—62 балла - нормальный уровень эмпатийности. Окружающие не могут назвать вас толстокожим, но в то же время вы не относитесь к числу особо чувствительных лиц. В межличностных отношениях вы более склонны судить о других по их поступкам, чем доверять своим личным впечатлениям.

12—36 баллов - низкий уровень эмпатийности. Вы испытываете затруднения в установлении контактов с людьми, неуютно чувствуете себя в шумной компании. Эмоциональные проявления в поступках окружающих подчас кажутся вам непонятными и лишены смысла.

11 баллов и ниже - очень низкий уровень эмпатийности. Эмпатийные тенденции личности не развиты. Вы не находите взаимопонимания с окружающими. Вам необходима «гимнастика» чувств.

Анализ упражнения.

c. Насколько результаты теста соответствуют вашим ожиданиям?

d. В чем будет выражаться программа действия участника по коррекции, совершенствованию, развитию эмпатии на сегодняшнем занятии?

УПРАЖНЕНИЕ 2. «Созвучие»

Цель: определение степени эмпатического «заряжения» партнеров по общению, развитие умения чувствовать другого человека.

Задание: показать действием свою способность чувствовать другого человека.

Инструкция: сейчас проверим наличие у нас так называемой эмпатийной интуиции. Выберем партнера, встанем в пары. Отвернувшись друг от друга, начинаем удаляться в разные стороны. Нужно одновременно оглянуться, причем без сигнала со стороны ведущего, т. е. нужно почувствовать момент, когда и партнер хочет сделать то же самое.

Анализ упражнения:

1. Как быстро вы почувствовали партнера?
2. Что захотелось сделать?
3. В чем испытывали трудность?

УПРАЖНЕНИЕ 3. «Найди ответ»

Цель: развитие эмпатически направленного мышления.

Задание: решить педагогические ситуации.

Инструкция: вам предлагается вспомнить реальные педагогические ситуации и описать их.

Анализ упражнения:

Как и в каких формах проявляют эмпатические чувства участники?

УПРАЖНЕНИЕ 4. «Я вижу, я чувствую, я говорю...»

Цель: определение внутреннего состояния другого человека, выражение своего отношения к увиденному.

Задание: проанализировать репродукции картин «Аленушка» В. М. Васнецова, «Крестыанская девушка с теленком» А. Г. Венецианова.

Инструкция: в системе методов творческой деятельности педагога выделяют метод личной аналогии, или метод эмпатии. Вам предстоит воссоздать по картине образ человека. Можно воспользоваться таким алгоритмом: представить себя на месте главного персонажа, почувствовать внутреннее состояние образа, предположить внутренний монолог героя, а

затем огласить свои представления, используя вербализованную формулу - «Я вижу, я чувствую, я говорю...».

УПРАЖНЕНИЕ 5. «Оживающие картинки»

Цель: совершенствование умения переносить эмпатические чувства на незнакомую ситуацию, развитие художественно- творческих способностей участников тренинга.

Задание: с помощью интерпретации художественных образов показать свою способность к выражению эмпатии.

Инструкция: поиграем в театр. Разобьемся на группы по 5 человек, каждая из которых будет попеременно выполнять то роль артистов, то роль зрителей. Выполнить задание можно одним из предложенных вариантов:

1.Разыграть сценки из литературных произведений (по выбору участников), в которых ярко выражены ситуации эмпатии.

2.Оживить картины художников, в которых также изображены эмпатийные ситуации, например «Аленушку» В. М. Васнецова; «Крестьянскую девушку с телянком» А. Г. Венецианова.

Сценическое действие артистов: картины оживают, вводится «герой-успокоитель», а затем все застывают, как в немой сцене.

Анализ упражнения:

1.Насколько ярко удалось передать эмпатическую ситуацию?

2.Справился ли с ролью «герой-успокоитель»? Отметьте наиболее удачные моменты.

ПСИХОГИМНАСТИКА «Гладим котенка»

Цель: отработка навыка обратной передачи позитивных эмоций.

Задание: показать движением свою эмоциональную отзывчивость на заданную ситуацию.

Инструкция: представьте себе ситуацию: холодно, ветер, снег, вы увидели на тропинке маленького котенка. Покажите свое отношение к нему.

Анализ упражнения:

1.Какие чувства и мысли вызвало у вас упражнение?

2.Как бы вы выполнили это задание с вашими детьми?

РЕФЛЕКСИЯ ЗАНЯТИЯ

Письмо, в котором я говорю: «Спасибо за добро!»

Цель: выражение чувств как обратная связь на проявление доброты, отзывчивости и умения сопереживать другому человеку.

Задание: написать письмо.

Инструкция: очень часто понимание, поддержку, доброту, сочувствие люди воспринимают как должное, не замечая этого, или, наоборот, испытывают искреннее чувство благодарности к человеку, но стесняются выразить свое отношение. Сейчас мы напишем друг другу письма, в которых постараемся выразить свою искреннюю признательность, и отдадим их адресатам. Письмо можно написать в разных формах.

АНАЛИЗ ЗАНЯТИЯ

«Вопросы всем и самому себе»

1. Что получили от занятия?
2. Скажите кратко о том, чего не сказали в течение занятия.
3. В чем вы видите полезность сегодняшнего занятия?

ТЕСТ «СТИЛЬ КОНФЛИКТНОГО ПОВЕДЕНИЯ»

С помощью адаптированной Н.В.Гришиной методики американского социального психолога К.Н.Томаса (1973) определяются типические способы реагирования на конфликтные ситуации. Можно выявить, насколько человек склонен к соперничеству и сотрудничеству в группе, в школьной команде, стремится ли он к компромиссам, избегает ли конфликтов или, наоборот, старается обострить их. Методика позволяет также оценить степень адаптации каждого члена коллектива к совместной спортивной деятельности.

ТЕКСТ МЕТОДИКИ

1. а) Иногда я предоставляю возможность другим взять на себя ответственность за решение спорного вопроса;
б) Вместо того, чтобы обсуждать то, в чем мы расходимся, я стараюсь обратить внимание на то, в чем мы оба согласны.
2. а) Я стараюсь найти компромиссное решение;
б) Я пытаюсь уладить его с учетом всех интересов другого человека и моих собственных.
- 3.а) Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего;
б) Иногда я жертвую своими собственными интересами ради интересов другого человека.
- 4.а) Я стараюсь найти компромиссное решение;
б) Я стараюсь не задеть чувств другого человека.
- 5.а) Улаживая спорную ситуацию, я все время пытаюсь найти поддержку у другого;
б) Я стараюсь делать все, чтобы избежать бесполезной напряженности.
- 6.а) Я пытаюсь избежать неприятности для себя;
б) Я стараюсь добиться своего.
- 7.а) Я стараюсь отложить решение спорного вопроса, с тем, чтобы со временем решить его окончательно;
б) Я считаю возможным в чем-то уступить, чтобы добиться своего.
- 8.а) Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего;
б) Я первым делом стараюсь определить то, в чём состоят затронутые интересы и спорные вопросы.
- 9.а) Думаю, что не всегда стоит волноваться из-за каких-то возникших разногласий;
б) Я предпринимаю усилия, чтобы добиться своего.
- 10.а) Я твердо стремлюсь добиться своего;
б) Я пытаюсь найти компромиссное решение.
- 11.а) Первым делом я стремлюсь ясно определить то, в чем *стоят все затронутые интересы и спорные вопросы;
б) Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.
12. а) Зачастую я избегаю занимать позицию, которая может вызвать споры;
б) Я даю возможность другому в чем-то остаться при своём мнении, если он также идет навстречу.
- 13.а) Я предлагаю среднюю позицию;
б) Я настаиваю, чтобы все было сделано по-моему.
- 14.а) Я сообщаю другому свою точку зрения и спрашиваю о его взглядах;
б) Я пытаюсь показать другому логику и преимущество их взглядов.
- 15.а) Я стараюсь успокоить другого и сохранить наши отношения;
б) Я стараюсь сделать все необходимое, чтобы избежать напряжения.
- 16.а) Я стараюсь не задеть чувств другого;
б) Я обычно пытаюсь убедить другого в преимуществах своей позиции.
- 17.а) Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего;
б) Я стараюсь сделать все, чтобы избежать бесполезной напряженности.
- 19.а) Если это сделает другого счастливым, я дам ему возможность настоять на своем;
б) Я дам другому возможность остаться при своем мнении, если он идет мне навстречу.
- 20.а) Первым делом я пытаюсь определить то, в чем состоят все затронутые интересы и спорные вопросы;
б) Я стараюсь отложить спорные вопросы с тем, чтобы со временем решить их окончательно.

- 21.а) Я пытаюсь немедленно преодолеть наши разногласия;
- б) Я стараюсь найти наилучшее сочетание выгод и потерь для нас обоих.
- 22.а) Веду переговоры, стараюсь быть внимательным к другому;
- б) Я всегда склоняюсь к прямому обсуждению проблемы.
- 23.а) Я пытаюсь найти позицию, которая находится посередине между моей и позицией другого человека;
- б) Я отстаиваю свою позицию.
- 24.а) Как правило, я озабочен тем, чтобы удовлетворить желания каждого из нас;
- б) Иногда предоставляю другим взять на себя ответственность за решение спорного вопроса.
- 25.а) Если позиция другого кажется ему очень важной, я стараюсь идти ему навстречу;
- б) Я стараюсь убедить другого пойти на компромисс.
- 26.а) Я пытаюсь убедить другого в своей правоте;
- б) Веду переговоры, я стараюсь быть внимательным к аргументам другого.
- 27.а) Я обычно предлагаю среднюю позицию;
- б) Я почти всегда стремлюсь удовлетворить интересы каждого из нас.
- 28.а) Зачастую стремлюсь избежать споров;
- б) Если это сделает другого человека счастливым, я дам ему возможность настоять на своем.
- 29.а) Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего;
- б) Улаживая ситуацию, я обычно стремлюсь найти поддержку у другого.
- 30.а) Я предлагаю среднюю позицию;
- б) Думаю, что не всегда стоит волноваться из-за возникающих разногласий.
- 31.а) Я стараюсь не задеть чувств другого;
- б) Я всегда занимаю такую позицию в споре, чтобы мы совместно могли добиться успеха.

По каждому из пяти разделов опросника (соперничество, сотрудничество, компромисс, избегание, приспособление) подсчитывается количество ответов, совпадающих с ключом.

Ключ

Соперничество: 3а, 6б, 8а, 9б, 10а, 13б, 14б, 16б, 17а, 22б, 25а, 28а.

Сотрудничество: 2б, 5а, 8б, 11а, 14а, 19а, 20а, 21б, 23а, 26б, 28б, 30б.

Компромисс: 2а, 4а, 7б, 10б, 12б, 13а, 18б, 20б, 22а, 24б, 26а, 29а.

Избегание: 1а, 5б, 7а, 9а, 12а, 15б, 17б, 19б, 21а, 23б, 27а, 29б.

Приспособление: 1б, 3б, 4б, 6а, 11б, 15а, 16а, 18а, 24а, 25б, 27б, 30а.

Полученные количественные оценки сравниваются между собой для выявления наиболее предпочитаемой формы социального поведения испытуемого в ситуации конфликта, тенденции его взаимоотношений в сложных условиях.

Приложение №11

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ТРИЗ ДЛЯ ДИАГНОСТИКИ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

Автор - Н.В.Рубина.

"Наиболее значимые для человека задачи - это стать самим собой (сформировать себя как личность), остаться самим собой (невзирая на мешающие воздействия) и уметь поддерживать себя в трудных состояниях. Для того, чтобы самоактуализироваться, стать лучшим из того, чем ты способен стать, необходимо мужество. Надо осмелиться полностью отдаться чему-либо, погрузиться во что-то без остатка, преодолев позерство и желание защиты и свою застенчивость, переживать свои порывы без самокритики. Сделав

окончательный выбор, принимать решения и брать на себя ответственность. Прислушиваться к самому себе (а не только к папе, маме, учителю и авторитету). Дать возможность проявиться своей индивидуальности, то есть реализовать свои возможности полностью в каждый данный момент"²⁸³

Творческая деятельность позволяет в полной мере раскрыть природные способности, найти свое место в жизни, ставить значимые цели и достигать их. Раннее начало занятий по развитию творческих способностей делает все последующее обучение в школе и ВУЗе осознанным, выбор профессионального пути неслучайным, обдуманым, вырабатывает потребность в творческой и исследовательской работе. Теория Г.С. Альтшуллера принципиально отличается от многих других теорий и технологий развития творческих способностей тем, что содержит инструменты для формирования управляемого воображения, творческого, "ТРИЗовского" мышления.

Если принять описанный в ТРИЗ процесс решения творческой задачи за эталон творческого мышления, можно построить систему диагностики, которая будет отслеживать процесс постепенного развития творческих умений и навыков, корректировать занятия по развитию творческих способностей, помогать осознанному продвижению учеников к избранной цели.

Цели диагностики развития творческих способностей:

- *Определение исходного уровня творческих способностей* (выбор соответствующих разделов курсов РТВ и ТРИЗ для изучения);
- *Коррекция проводимых занятий* (оценка уровня сформированности необходимых качеств мышления);
- *Диагностика одаренных детей;*
- *Определение структуры способностей.*

Важно определить, что такое творческие способности.

По определению Р.М. Грановской, "способности - это врожденная высокая обучаемость при низкой биологической цене напряжения организма"²⁸⁴ Творческие способности - это целый комплекс психологических качеств, поэтому удобнее рассмотреть работу целостной психики как оперирование знаниями. "В этом процессе можно выделить приобретение информации, применение информации, преобразование информации и также сохранение информации.

Способность к применению информации можно отождествлять с интеллектом, как способностью решать задачи на основе имеющейся информации. Обучаемость характеризует систему приобретения информации, а креативность (общая творческая способность) - процесс преобразования информации (с ним связаны воображение, фантазия, порождение гипотез и т.д.)²⁸⁵

Применение ТРИЗ и РТВ позволяет развивать умственные способности (мышление) в целом. Для успешной работы необходимо проводить диагностику и обучаемости, и интеллекта, и креативности. В данном разделе речь идет об одном направлении диагностики мышления - диагностике развития творческих способностей (креативности).

Концепция креативности как универсальной творческой способности приобрела популярность после работ Дж. Гилфорда. Он выделяет следующие **параметры креативности:**

Способность к обнаружению и постановке проблем.

Способность к генерированию большого числа идей.

Гибкость - способность к генерированию разнообразных идей.

Оригинальность - способность отвечать на раздражители нестандартно.

Способность усовершенствовать объект, добавляя детали.

²⁸³ Р.М. Грановская "Элементы практической психологии", СПб, "Свет", 1997 г., стр. 275

²⁸⁴ Р.М. Грановская "Элементы практической психологии", СПб, "Свет", 1997 г

²⁸⁵ "Основы психодиагностики", под общей редакцией А. Г. Шмелева, "Феникс", Ростов-на-Дону, 1996 г.

Способность решать проблемы, т.е. к анализу и синтезу.

Существуют ли надежные методы диагностики креативности? Обратимся к специальной литературе.

"Опыт применения тестов Торренса показывает, что влияние характеристик группы, на которой получены нормы, очень велико и перенос норм с выборки стандартизации на другую (пусть аналогичную) выборку дает большие ошибки, а зачастую просто невозможен.

Перенос Дж. Гилфордом, Е.П. Торансом и их последователями тестовых моделей измерения интеллекта на измерение креативности привело к тому, что тесты креативности попросту диагностирует IQ как и обычные тесты интеллекта (с поправкой на "шумы", создаваемые специфической экспериментальной процедурой)".

Проблемой диагностики общей умственной одаренности занимались многие известные психологи (такие, как Векслер, Ровен, Тейлор, Бине и Симон, Выготский и др.). Их методики позволяют надежно диагностировать уровень интеллекта, различные виды памяти (зрительную, образную, ассоциативную и др.), когнитивный (познавательный) стиль, развитие речи, развитие отдельных мыслительных операций (сравнение, классификация и др.).

Для диагностики развития творческих способностей необходимы методики, надежно диагностирующие отдельные параметры креативности, при этом необходимо учитывать, что общая умственная одаренность есть не простая сумма отдельных параметров, а функционирование единого комплекса психических процессов. Важно учитывать и возрастные психологические особенности.

"Существуют такие виды умственной деятельности, которые по своему существу являются функцией возраста, относительно независимые от умственной одаренности; но существуют и другие виды умственной деятельности, которые определяются исключительно степенью развития ума, независимо от того, в каком возрасте эта степень была достигнута"²⁸⁶ В задачи диагностики входит определение критериев, которым должны соответствовать методики диагностики развития творческих способностей.

"Творчество - сложный процесс, закономерности которого многообразны и трудноуловимы. Но специфика изобретательского творчества в известной степени упрощает задачу исследователя. Результаты творчества в искусстве зависят не только от объективной реальности, которую отражает произведение искусства, но и от мировоззрения автора, его эстетических идеалов и от многих даже случайных причин. Изобретательское же творчество связано с изменением техники, развивающейся по определенным законам"²⁸⁷ Исходя из вышеперечисленных требований, можно сформулировать **основные качества, которыми должна обладать технология диагностики развития творческих способностей.**

I. Технология диагностики должна включать:

Методики, позволяющие оценить уровень сформированности определенных качеств мышления у целой группы людей в ограниченные сроки (определение исходного уровня способностей, коррекция проводимых курсов) - стандартизированные количественные тесты.

Индивидуализированные качественные методы, позволяющие определить структуру способностей конкретного человека, выделить группу одаренных детей.

II. Технология диагностики должна соответствовать определенным параметрам.

Для I-й группы методов существуют определенные параметры, которым должны соответствовать разработанные тесты. Это валидность (соответствие теста измеряемому признаку), надежность (защита от случайности), репрезентативность (то, насколько выборка стандартизации позволяет применять тест на широкой популяции).

²⁸⁶ "Основы психодиагностики", под общей редакцией А. Г. Шмелева, "Феникс", Ростов-на-Дону, 1996 г.

²⁸⁷ Г.С. Альтшуллер, Р.Б. Шапиро "О психологии изобретательского творчества", журнал "Вопросы психологии", 1956 г.

Для 2-й группы методов необходимо определить условия, в которых можно обеспечить максимально индивидуальный подход в исследовании развития творческих способностей. Это такие условия, как:

неограниченное время выполнения заданий;

индивидуальный подход в оценке результатов;

минимальное влияние соревновательности при проведении диагностики;

желательно, чтобы *исследования творческих способностей проводилось в обычной жизненной ситуации*, когда испытуемый может иметь свободный доступ к дополнительной информации по предмету заданий.

Методы диагностики творческих способностей должны учитывать возрастные особенности испытуемых (например, допонятийное мышление детей 3-7 лет характеризуется нечувствительностью к противоречиям, что отнюдь не свидетельствует об отсутствии креативности у этой категории испытуемых).

Г.С. Альтшуллер выделял **три стадии в решении творческой задачи**:

1.аналитическую;

2.оперативную;

3.синтетическую.

Выделяя отдельные умения в каждой стадии и 5 уровней развития этих умений, мы разработали систему критериев оценки результатов диагностики.

Критерии оценки результатов.

I. Аналитическая стадия (max - 20)

Способность к обнаружению и постановке проблем (0 - 5)

Способность к обострению конфликта (0 - 5)

Выделение взаимосвязей и взаимодействий (0 - 5)

Управляемое воображение (идеальность) (0 - 5)

II. Оперативная стадия.

Использование ресурсов (0 - 5)

Использование аналогий (0 - 5)

Гибкость (способность генерировать большое количество разнообразных идей 0-5)

Применение приемов разрешения противоречий (0 - 5)

III. Синтетическая стадия.

Чувствительность к разрешению противоречий (0 - 5)

Критичность (0 - 5)

Оригинальность (0 - 5)

Этот материал - начало работы над проектом по разработке методик диагностики развития творческого мышления.

Мы уверены, что подобная работа ведется многими специалистами, применяющими методы ТРИЗ и РТВ для развития творческого мышления. Мы будем рады поделиться нашими работками, обменяться опытом применения разных методик диагностики.

ПРИЛОЖЕНИЕ №12.

ТЕСТ НА ДИАГНОСТИКУ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА И КРЕАТИВНОСТИ

Автор – Е.И. Рогов

Описание теста:

Вопросы диагностируют границы любознательности респондента, уверенность в себе, постоянство, зрительную и слуховую память, стремление к независимости, способность абстрагироваться и сосредоточиваться. Эти показатели, по мнению автора методики, и есть составляющая творческого потенциала.

Инструкция: Выберите один из предложенных вариантов ответов.

ТЕСТ

1. Считаете ли вы, что окружающий вас мир может быть улучшен?

1. да;
2. нет;
3. да, но только кое в чем.

2. Думаете ли вы, что сами сможете участвовать в значительных изменениях окружающего мира?

1. да, в большинстве случаев;
2. нет;
3. да, в некоторых случаях.

3. Считаете ли вы, что некоторые из ваших идей принесут значительный прогресс в той сфере деятельности, которую вы выберете?

1. да;
2. откуда у меня могут быть такие идеи?
3. может быть, и не значительный прогресс, но кое-какой успех возможен.

4. Считаете ли вы, что в будущем будете играть столь важную роль, что сможете что-то принципиально изменить?

1. да, наверняка;
2. очень маловероятно;
3. может быть.

5. Когда вы решаете что-то сделать, уверены ли в том, что дело получится?

1. конечно;
2. часто охватывают сомнения, смогу ли сделать;
3. чаще уверен, чем неуверен.

6. Возникает ли у вас желание заняться каким-то неизвестным для вас делом, таким делом, в котором в данный момент вы некомпетентны, его абсолютно не знаете?

1. да, всякое неизвестное меня привлекает;
2. нет;
3. все зависит от самого дела и обстоятельств.

7. Вам приходится заниматься незнакомым делом. Испытываете ли вы желание добиться в нем совершенства?

1. да;
2. что получится, то и хорошо;
3. если это не очень трудно, то да.

8. Если дело, которое вы не знаете, вам нравится, хотите ли вы знать о нем все?

1. да;
2. нет, надо учиться самому основному;
3. нет, я только удовлетворю свое любопытство.

9. Когда вы терпите неудачу, то:

1. какое-то время упорствуете, даже вопреки здравому смыслу;
2. сразу махнете рукой на эту затею, как только поймете ее нереальность;
3. продолжаете делать свое дело, пока здравый смысл не покажет непреодолимость препятствий.

10. Профессию надо выбирать, исходя из:

1. своих возможностей и перспектив для себя;
2. стабильности, значимости, нужности профессии, потребности в ней;
3. престижа и преимуществ, которые она обеспечит.

11. Путешествуя, могли бы вы легко ориентироваться на маршруте, по которому уже прошли?

1. да;

2. нет;
3. если место понравилось и запомнилось, то да.
- 12. Можете ли вы вспомнить сразу же после беседы все, что на ней говорилось?**
1. да;
2. нет;
3. вспомню все, что мне интересно.
- 13. Когда вы слышите слово на незнакомом языке, можете ли вы повторить его по слогам без ошибок, даже не зная его значения?**
1. да;
2. нет;
3. повторю, но не совсем правильно.
- 14. В свободное время вы предпочитаете:**
1. оставаться наедине, поразмыслить;
2. находиться в компании;
3. мне безразлично, буду ли я один или в компании.
- 15. Вы занимаетесь каким-то делом. Вы решаете прекратить его только когда:**
1. дело закончено и кажется вам отлично выполненным;
2. вы более-менее довольны сделанным;
3. дело кажется сделанным, хотя его еще можно делать лучше. Но зачем?
- 16. Когда вы один, вы:**
1. любите мечтать о каких-то вещах, может быть, и абстрактных;
2. любой ценой пытаетесь найти себе конкретное занятие;
3. иногда любите помечтать, но о вещах, которые связаны с вашими делами.
- 17. Когда какая-то идея захватывает вас, то вы станете думать о ней:**
1. независимо от того, где и с кем вы находитесь;
2. только наедине;
3. только там, где есть тишина.
- 18. Когда вы отстаиваете какую-то идею, вы:**
1. можете отказаться от нее, если аргументы оппонентов покажутся вам убедительными;
2. останетесь при своем мнении, какие бы аргументы ни выдвигались;
3. измените свое мнение, если сопротивление окажется слишком сильным.

Обработка результатов теста

Баллы начисляются по следующей схеме:

Ответ «а» – 3 балла, «б» – 1, «в» – 2 балла.

Интерпретация результатов теста

• *48 и более баллов* – в вас заложен значительный творческий потенциал, который представляет вам богатый выбор творческих возможностей. Если вы на деле сможете применить ваши способности, то вам доступны самые разнообразные формы творчества.

• *18 – 47 баллов* – у вас есть качества, которые позволяют вам творить, но есть и барьеры вашего творчества. Самый опасный – страх, особенно у людей, ориентированных на обязательный успех. Боязнь неудач сковывает воображение – основу творчества. Страх может быть и социальный, страх общественного осуждения. Любая новая идея проходит через этап неожиданности, удивления, непризнания, осуждения окружающими. Боязнь осуждения за новое, непривычное для других поведение, взгляды, чувства сковывает творческую активность, уничтожает творческую личность.

**КОМПЛЕКСНАЯ МЕТОДИКА ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОГО
ИНТЕЛЛЕКУТА ВЗРОСЛОГО ЧЕЛОВЕКА (СИЧ)**

Блок А

№	Вопрос	да	нет	А	Б	В
1.	Можете ли вы расчувствоваться до слез при просмотре переживательного фильма (Да/нет)					
2.	Любите ли вы действия, требующие быстроты? (Да/нет)					
3.	Насколько сильно вы переживаете неприятности: а) всегда и очень тяжело; б) это зависит от обстоятельств; в) стараюсь терпеть и не сомневаюсь, что любой неприятности, в конечном счете, придет конец.					
4.	Если я чего – то хочу, то не могу дождаться момента, когда мое желание сбудется (Да/нет)					
5.	Меня легко смутить (Да/нет)					
6.	Иногда у меня появляется настойчивое желание «пробить стену кулаком» (Да/нет)					
7.	Я легко выхожу из себя (Да/нет)					
8.	Если меня в толпе кто-нибудь толкнет, то я готов его то же толкнуть (Да/нет)					
9.	Меня раздражают люди, которые командуют другими (Да/нет)					
10.	Меня легко вывести из психологического равновесия недоброжелательным ко мне отношением (Да/нет)					
11.	В своих мечтах я всегда в центре внимания окружающих (Да/нет)					
12.	Меня раздражают люди, которые манерничают перед другими (Да/нет)					
13.	Очень не люблю недоброжелательных людей (Да/нет)					
14.	Я из тех, кто редко плачет (Да/нет)					
15.	Я могу с трудом усидеть на месте даже незначительное время (Да/нет)					
16.	Я легко принимаю брошенный другим вызов (Да/нет)					
17.	Я огорчаюсь, когда на меня никто не обращает внимание (Да/нет)					
18.	Многие люди меня выводят из себя своим эгоизмом (Да/нет)					

19.	Непристойные шутки приводят меня в замешательство (Да/нет)						
20.	Я иногда вижу сны с неприятными событиями и вещами (Да/нет)						
21.	Когда я разочаровываюсь, то часто впадаю в уныние (Да/нет)						
22.	Известия о трагических событиях не вызывают у меня волнения (Да/нет)						
23.	Когда у меня хорошее настроение, то я могу вести себя как ребенок (Да/нет)						
24.	Многие люди вызывают у меня раздражение (Да/нет)						
25.	Я раздражаюсь, если нельзя доверять другим (Да/нет)						
26.	Я часто влюбляюсь (Да/нет)						

Блок Б

№	Вопрос	да	нет	А	Б	В	Г
1.	Хорошо ли вы себя чувствуете в атмосфере борьбы, соревнования, достижения замыслов? (Да/нет)						
2.	Себе в друзья вы бы выбрали: а) человека предприимчивого, работающего, наделенного практическим умом; б) человека умеющего размышлять, но мечтательного, оторванного от действительности; в) человека со способностями руководителя и организатора						
3.	Легко ли вы переносите отказ, даже если знаете, что вашу просьбу выполнить невозможно? (Да/нет)						
4.	Разговорчивы ли вы? (Да/нет)						
5.	Умеете ли вы стать привлекательным для человека, который вам с первого взгляда не воспринимает? (Да/нет)						
6.	Мнение других людей о вас помогают вам понять лучше себя? (Да/нет)						
7.	Умеете ли вы себя ставить на место другого человека? (Да/нет)						
8.	Рассказываете ли вы другим людям о своих проблемах и неприятностях: а) нет, так как считаю, что это не поможет; б) да, если для этого есть подходящий собеседник; в) не всегда, так как иной раз самому тяжело думать о них, не то, что рассказывать другим.						
9.	Что вы делаете, если что-то вас глубоко ранит: а) позволяете себе расслабиться и делаете то, что давно себе						

	не позволяли; б) идете в гости к друзьям; в) сидите дома и жалеете самого себя.						
10.	Когда близкий человек обижает вас, то вы: а) замыкаетесь в себе и ни с кем не общаетесь; б) требуете от него объяснений; в) рассказываете об этом каждому, кто готов вас выслушать.						
11.	О чем вы думаете после ссоры с супругом или любимым человеком, когда ваш гнев уже проходит: а) о том приятном, что у вас было в прошлом; б) мечтаете тайно ему отомстить; в) думаете о том, сколько вы от него (нее) уже вытерпели.						
12.	Со мной ладить очень легко (Да/нет)						
13.	Меня очень раздражают люди, которые сплетничают (Да/нет)						
14.	Мне говорят, что я бываю излишне импульсивным (Да/нет)						
15.	Я всегда стараюсь случайно кого-нибудь не обидеть (Да/нет)						
16.	Даже если я знаю, что я прав, я готов слушать мнения других людей (Да/нет)						
17.	Люди мне никогда не надоедают (Да/нет)						
18.	Я длительное время не замечаю отрицательные черты других людей (Да/нет)						
19.	Я не люблю тех, кто всегда старается быть в центре внимания (Да/нет)						
20.	Я всегда стараюсь хорошо одеваться, чтобы выглядеть более привлекательным (Да/нет)						
21.	Мне трудно себя поставить на место другого человека, чтобы его понять (Да/нет)						

Блок В

№	Вопрос	да	нет	А	Б	В
1.	Часто ли обращаетесь к прошлому опыту, чтобы преодолеть встречающиеся на пути трудности? (Да/нет)					
2.	Можем ли вы радоваться, что живете в такое сложное время? (Да/нет)					
3.	Часто ли вы возвращаетесь мысленно к некрасивым поступкам, которые были когда-то					

	вами совершены: а) часто; б) редко; в) никогда;					
4.	Умеете ли вы прощать человеку, который вас когда то обидел? (Да/нет)					
5.	Ощущаете ли вы себя представителем какой-то национальности? (Да/нет)					
6.	Прививали ли вам с детства ваши родители уважение к родному краю? (Да/нет)					
7.	В вашей семье родители соблюдали народные традиции? (Да/нет)					
8.	Судьба, по вашему мнению: а) вас преследует; б) несправедлива к вам; в) благосклонна к вам.					
9.	В вашей жизни всегда был человек, на которого вам хотелось быть похожим? (Да/нет)					
10.	Я с трудом запоминаю новые фамилии (Да/нет)					
11.	Я мало, что могу вспомнить из своего детства (Да/нет)					
12.	Отмечаете ли вы религиозные праздники? (Да/нет)					
13.	Ошибки, которые вы совершили в прошлом: а) стараюсь о них не вспоминать; б) когда мысленно возвращаюсь к ним мне это мешает радоваться жизни; в) часто их вспоминаю и мне это помогает их не повторять в сходных жизненных ситуациях					
14.	Вы любите вспоминать об удачных моментах в своей жизни: а) мне это помогает быть оптимистичным (ой); б) мне это просто доставляет удовольствие; в) эти воспоминания способствуют их повторению; г) стараюсь о них не вспоминать, чтобы «не спугнуть» удачу					
15.	К людям некоторых национальностей, которые стали инициатором террористических акций вы стали относиться настороженно (Да/нет)					
16.	Вашим идеалом является историческая личность а) человек самоотверженный, целеустремленный; б) человек гуманный, образованный; в) человек творческий неординарный; г) затрудняюсь ответить					
17.	Новые российские государственные праздники: а) отношусь к ним равнодушно; б) полностью их принимаю и праздную; в) категорически не принимаю и не праздную; г) отношусь к ним спокойно как данности					
18.	«Старые» советские праздники: а) продолжаю отмечать почти все; б) отмечаю лишь некоторые, которые мне наиболее близки; в) помню, но не отмечаю из принципа: г)					

	стараюсь не вспоминать, потому что другое время, другие люди, другая страна					
19.	Многое в вашей жизни изменилось и вы сами изменились: а) но всегда помню и ценю свой первый житейский опыт, полученный мной в моей семье; б) и поэтому стараюсь никому, никогда не говорить о своем социальном происхождении; в) для меня важно, то какой (ая) я сегодня есть, а ни какой (ая) был (а) вчера; г) никогда не утруждал (а) себя размышлять об этом, потому что не вижу в этом необходимости					
20.	Вы часто вспоминаете своих школьных товарищей ? (Да/нет)					
21	Ваша первая любовь оставила глубокий след в вашей душе? (Да/нет)					
22	В вашей профессиональной деятельности были наставники, которые учили вас не только профессии, но и каким должен быть человек как личность? (Да/нет)					
23	Среди ваших школьных учителей были преподаватели, которые своим личным примером показывали, что человек должен быть, порядочным, честным, благородным, простым и т.п. (Да/нет)					
24	В вашем взрослении сыграли какую-нибудь роль ваши соседи? (Да/нет)					

Блок Г

№	Вопрос	да	нет	А	Б	В	Г
1.	Я считаю, что наша деятельность должна быть определяема в первую очередь: а) религиозными, политическими, идейными и др. взглядами; б) духовно-нравственными ценностями; в) материальными соображениями; г) затрудняюсь ответить.						
2.	Живете ли вы по принципу, что ни делается в жизни всё к лучшему? а) да; б) нет; в) трудно сказать.						
3.	Когда стремитесь к достижению своих целей можете ли вы пренебречь мнением других? (Да/нет)						
4.	Планируете ли вы свою жизнь: а) на день вперед; б) на месяц вперед; в) на пол года вперед; г) на несколько лет вперед.						
5.	Доставляет ли вам удовольствие преодоления различных трудностей в жизни? а) да; б) нет; в) не задумывался (лась)?						

6.	В минуту счастья вы: а) не думаете о перенесенном несчастье; б) боитесь, что эта минута слишком быстро пройдет; в) не забываете о том, что в жизни есть немало неприятного; г) затрудняюсь ответить.						
7.	Одно из самых больших моих достоинств – это умение владеть собой в любой ситуации а) да; б) нет; в) иногда это мне мешает быть более открытым и непосредственным.						
8.	Я считаю себя исключительно справедливым человеком а) да; б) иногда; в) не мне об этом судить; г) скорее нет.						
9.	Я всегда обращаю внимание на лучшую сторону жизни а) да; б) нет; в) когда бываю в хорошем настроении; г) затрудняюсь ответить.						
10.	Я человек, у которого нет предрассудков а) да; б) скорее, есть; в) верю в некоторые приметы; г) не обращал на это внимание.						
11.	Мне очень трудно расставаться с тем, что мне принадлежит а) да; б) нет; в) смотря, что «принадлежит»; г) если это «что-то» более нужное другому, мне расстаться не так трудно.						
12.	Другие считают меня излишне доверчивым а) да, но меня это не беспокоит; б) не думаю; в) может быть; г) мне это безразлично.						
13.	Люди, которые с помощью скандала добиваются своих целей, вызывают у меня неприятные чувства а) стараюсь держаться от них подальше; б) стараюсь относиться к этому спокойно; в) пытаюсь их остановить; г) делаю вид, что этого не замечаю.						
14.	Плохие мысли о других людях и о себе стараюсь выбросить из головы а) потому что мысль – материальна; б) не хочу портить себе настроение; в) «не выбрасываю», а стараюсь вспомнить или увидеть в других и себе что-то позитивное; г) не только «не выбрасываю» это «плохое», но и стараюсь разглядеть его попристальнее, чтобы понять, почему такие мысли возникают.						
15.	Другие считают, что я равнодушный человек а) может быть; б) скорее нет; в) возможно иногда, когда занят каким-то срочным делом и ничего и никого вокруг не замечаю; г) не могу точно сказать.						
16.	Что-нибудь решив, я часто, тем не менее, в решении сомневаюсь а) да; б) нет.						
17.	Другие говорят, что я избегаю проблем а) очевидно, но я просто их предвижу и не обостряю ситуацию; б) обо мне						

	так никто сказать не может, потому что я скучаю без проблем, сам их ищу и с удовольствием разрешаю; в) не замечал за собой такого; г) иногда лучше «гору обойти».						
18.	Я не люблю карьеристов а) пожалуй, «да», потому что любой карьерист рано или поздно начинает «ходить по головам» других к своей цели; б) потому что мне неприятны люди, которые думают только о себе; в) которые ради своих целей пренебрегают другими людьми, но вынужден признать, что их честолюбие может принести немало пользы человеческому обществу; г) «карьерист» - слово не ругательное, потому что оно означает, что человек, например, в своей профессиональной деятельности осознанно стремится достичь какой-то цели						
19.	У меня не хватает силы-воли для преодоления своих недостатков а) да, и я очень об этом сожалею; б) нет, и несколько об этом не жалею, потому что считаю, что людей без недостатков вообще не бывает; в) должен признаться, что «да», но меня утешает только одно; все наши недостатки – продолжение наших достоинств; г) у меня нет таких недостатков для преодоления которых бы потребовались чрезмерные усилия.						
20.	Больше всего не люблю лицемерных неискренних людей а) да; б) это не самый страшный грех, учитывая то, что и «простота бывает хуже воровства», в) смотря, что подразумевать под лицемерием и неискренностью, ведь каждый из нас ежедневно вынужден пусть немного, но быть неискренним с собой и другими, но это же не лицемерие? г) могу простить неискренность и лицемерие даже близкому человеку, только не политику, чиновнику, начальнику – всем тем, от кого зависят судьбы множества людей.						
21.	Я часто не заканчиваю начатое дело а) потому что все делаю основательно, и не хватает времени закончить дело сразу, предпочитаю отложить его на некоторое время; б) потому что параллельно делаю сразу несколько дел; в) люблю «прерваться» на некоторое время, чтобы основательно продумать как делать что-то дальше; г) сам не знаю как это происходит.						
22.	Мои правила поведения и моральные принципы лучше, чем у большинства моих знакомых а) да, но я предпочитаю об этом не кому не говорить; б) скорее «нет», что потому я в принципе ничем не отличаюсь от других; в) наоборот «нет», и это меня тяготит, я стараюсь как могу исправиться в лучшую сторону; г) не мне об этом судить.						
23.	В споре я лучше владею логикой, чем мои собеседники а) да, но стараюсь этим не щеголять, но при необходимости (например, в споре) уверенно демонстрирую свои способности; б) нет, поэтому больше слушаю, чем						

	говорю; в) нет, и переживаю по этому поводу, стараюсь тщательнее продумывать то, что говорю; г) нет, поэтому стараюсь компенсировать этот свой недостаток в разговоре эмоциональностью, если получится, образностью.							
24.	Когда я встречаю людей, лишенных моральных принципов... а) я их игнорирую; б) я их «ставлю на место»; в) стараюсь от общения с ними оградить своих близких и знакомых; г) избегаю общаться с ними.							
25.	Я излишне субъективен в своих оценках а) так думают некоторые, но я просто стремлюсь на всё иметь свою личную точку зрения; б) мне так кажется, поэтому стараюсь сдерживаться; в) возможно, но дело в том, что нет совершенно субъективных точек зрения, все они в той или иной мере выражают мнение того или иного сообщества; г) такое мнение может создаться от того, что я слишком эмоционально отстаиваю свою точку зрения.							
26.	Убедены ли вы, что повышением своего образования необходимо человеку заниматься всю жизнь? а) да, потому что это помогает сохранить «здравый рассудок» до глубокой старости; б) да, потому что это позволяет постоянно открывать новые смыслы в своей жизни; в) вовсе не обязательно, достаточно получить необходимое образование для качественного выполнения своих профессиональных обязанностей; г) предпочитаю образованию здоровый образ жизни, т.е. занятие спортом, закаливанием, отказ от вредных привычек и т.п.							

Ключ к тесту «Социальный интеллект взрослого человека» (СИЧ)

Блок А: социальная сензитивность

Блок Б: социальная перцепция.

Блок В: социальная память.

Блок Г: социальное мышление.

Показатели позволяющие определить *недостаточный, приемлемый, оптимальный и высокий уровень* социального интеллекта по определенным в диагностике критериям

Социальная сензитивность (блок А)

Недостаточный уровень: 1-нет; 3-А; 6-да; 7-да; 8-да; 10-А; 11-да;; 12-А; 13-нет;15-да; 16-А; 20-А; 21-А; 22-да; 23-В; 24-А.

Приемлемый уровень: 1-да; 2-да; 4-да; 5-да; 9-А; 10-В; 13-да; 14-нет; 16-В; 17—да; 18-да; 19-А; 20-В; 22-нет; 23-Б; 25-А; 26-да.

Оптимальный уровень: 2-нет; 3-Б; 4-нет; 5-нет; 7-нет; 9-Б; 10-Б; 11-нет; 12-Б; 14-нет; 15-нет; 16-Б; 17-нет; 18-нет; 19-Б; 20-Б; 21-Б; 23-А; 24-Б; 26-нет.

Высокий уровень: 3-В; 6-нет; 7-нет; 9-В; 12-В; 19-В; 25-Б.

Социальная перцепция (блок Б)

Недостаточный уровень: 2-Г; 3-Б; 4-нет; 5-В; 6-Б; 7-В; 13-В; 15-Б; 16-нет; 18-В; 19-В; 20-Б; 21-В.

Приемлемый уровень: 1-В; 2-Б; 5-Б; 7-Б; 8-А; 9-А; 10-А; 11-В; 12-А; 13-А4 14-да; 15—В; 17-В; 18-А; 19-А; 21-да.

Оптимальный уровень: 1-Б; 2-в; 3-В; 4-да; 8-Б; 9-Б; 10-В; 11-Г; 12-Б; 13-Б; 17-Б; 18-Б; 19-Б; 20-А.

Высокий уровень: 1-А; 2-А; 3-А; 5-А; 6-А; 7-А; 8-В; 9-А4 10-Г; 11-А; 14-нет; 15-А; 16-да; 21-Б.

Социальная память (блок В)

Недостаточный уровень: 1-В; 3-В; 4-нет; 6-Б; 7-Б; 8-А; 9-нет; 10-да; 11-да; 12-нет; 13-А; 14-Г; 16-Г; 17-А; 18-В; 19-Г; 20-нет; 21-нет; 23-нет.

Приемлемый уровень: 1-Б; 2-нет; 3-Б; 5-Б; 8-Б; 14-Б; 15-да; 16-А; 17-В; 18-Б; 19-Б; 22-нет; 24-нет.

Оптимальный уровень: 3-А; 5-А; 7-А; 8-Г; 9-да; 10-нет; 11-нет; 12-да; 13-Б; 14-А; 15-нет; 16-Б; 17-Б; 18-А; 19-в; 20-да; 24-да.

Высокий уровень: 1-А; 2-да; 4-да; 5-В; 6-А; 8-В; 13-В; 14-В; 16-В; 17-Г; 18-Г; 19-А; 21-да; 22-да; 23-да.

Социальное мышление (блок Г)

Недостаточный уровень: 1-Г; 2-В; 3-А; 4-А; 5-В; 6-Г; 8-А; 9-Б; 10-А; 11-А; 12-Г; 13-А; 14-Б; 15-Г; 17-Г; 19-Г; 20-А; 21-Г; 22-Г; 22-А; 23-А; 24-Г; 25-Г.

Приемлемый уровень: 1-В; 2-Б; 3-В; 4-Б; 5-Б; 6-А; 7-Б; 8-Б; 9-Г; 10-Г; 11-В; 12-Б; 13-Г; 14-А; 15-А; 16-Б; 17-В; 18-Б; 19-Б; 20-Б; 21-Б; 22-Б; 23-Б; 24-А; 25-А; 26-В.

Оптимальный уровень: 1-А; 2-А; 4-В; 5-А; 6-Б; 7-А; 8-Г; 9-В; 10-В; 11-Б; 12-В; 13-Б; 14-В; 15-Б; 16-А; 17-А; 18-В; 19-А; 20-В; 21-А; 22-Г; 23-В; 24-Б; 25-Б; 26-А.

Высокий уровень: 1-Б; 3-Б; 4-Г; 6-В; 7-В; 8-В; 9-А; 10-Б; 11-Г; 12-А; 13-В; 14-Г; 15-В; 17-Б; 18-А; 19-В; 20-Г; 21-В; 22-В; 23-Г; 24-В; 25-В; 26-Б.

Приложение №14

ТЕСТИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ

Автор – Д.Рогозин

В зарубежной литературе базовым концептом, привлекающим внимание социальных психологов, является "счастье" (happiness). Отталкиваясь от вопроса, насколько счастливы люди, живущие в том или ином сообществе, психологи переходят к конструкту

"субъективного благополучия" (subjective wellbeing)²⁸⁸. Измерение этого концепта опирается на личные оценки человеком его собственной жизни по ряду когнитивных (например, удовлетворенность браком) и эмотивных (хорошее настроение, отсутствие негативных эмоций) компонентов или же просто требует согласиться или не согласиться с утверждением, что "в его обыденной жизни все протекает благополучно" [Griffin. 1986. P. 7].

Большинство социальных психологов уделяют основное внимание трем компонентам субъективного благополучия. Это не только детерминанты позитивного - наличие приятных эмоций, таких как радость, удовлетворенность и привязанность, и детерминанты негативного состояния - наличие или отсутствие неприятных эмоций, таких как страх, злость и уныние; а также личные суждения об удовлетворенности чем-либо [Diener, et al. 1999. P. 276; Biswas-Diener, Diener, Tamir. 2004. P. 19]. Выделяется и социальная компонента благополучия - оценка собственной жизни в контексте положения в обществе. В русскоязычной литературе принято использовать нейтральное понятие "социальное самочувствие" [Рубина. 1996. С. 72; Головаха, Панина. 1997. С. 7; Душацкий. 2004. С. 64]. С некоторыми допущениями, вслед за Е.И. Головахой и Н.В. Паниной, а также рядом других авторов [Жукова. 1994. С. 134] можно принять концепты социального самочувствия и субъективного благополучия в качестве синонимов, что позволяет не только проводить взаимодополняющую проблематизацию и выстраивать исследовательские параллели, но и заимствовать стратегии операционализации.

Объект и метод анализа

В индустрии изучения общественного мнения и массовых опросов социальная компонента благополучия оказывается одним из центральных концептов. Например, операциональная схема, использовавшаяся Фондом "Общественное мнение" более десяти лет²⁸⁹, опирается на прямое включение базовых концептов в два анкетных вопроса. В первом определяется место, или положение, человека в обществе через его приспособленность к сегодняшней жизни. В результате возникает различие адаптировавшихся и неадаптировавшихся респондентов.

- Скажите, пожалуйста, удалось или не удалось Вам найти свое место в сегодняшней жизни?

- безусловно удалось
- скорее удалось
- скорее не удалось
- безусловно не удалось
- затрудняюсь ответить

Второй вопрос - вспомогательный. Здесь возникает временная перспектива, соединение концепта адаптации и ожиданий от будущего.

- Как Вы думаете, Вы (Ваша семья) сможете или не сможете в ближайшие год-два повысить свой уровень жизни, жить лучше, богаче, чем сегодня?

- безусловно смогу
- скорее смогу
- скорее не смогу
- безусловно не смогу
- затрудняюсь ответить

²⁸⁸ См.: [Diener. 1994. p. 103; Diener, Sapryta, Suh. 1998. P. 34; Kafka, Kozma. 2002. P. 171; Rask, et al. 2003. P. 130].

²⁸⁹ С 2007 года ФОМ перестал использовать в опросах данную конструкцию вопроса.

На основании пересечения вопросов создается типология, в которой оценки сегодняшнего благополучия дополняются параметром социального оптимизма или пессимизма (см. Таблицу 1).

Таблица 1. Типологические группы по характеру адаптации (по инструментам ФОМа)

	Удалось найти место в жизни	Не удалось найти место в жизни
Смогут жить лучше через год-два	Адаптированные оптимисты	Неадаптированные оптимисты
Не смогут жить лучше через год-два	Адаптированные пессимисты	Неадаптированные пессимисты

В практике ФОМа, однако, присутствуют только три типологические группы, так как из-за недостаточной наполненности категории "неадаптированные оптимисты" людей, попадающих в нее, относят к группе "неадаптированные пессимисты".

Именно эта схема социального самочувствия и стала объектом настоящего исследования.

Нами опрошено 30 респондентов, каждому задавались два вопроса о социальном самочувствии, поэтому мы располагаем 60 единицами наблюдения. Каждая единица - это совокупный ответ на анкетный вопрос. Этот ответ, кроме адекватных реплик, содержит также уточняющие вопросы, сигналы непонимания или неуместные для данного контекста высказывания.

В ходе опроса обмен репликами фиксировался на пленку, а затем аудиозапись расшифровывалась. В качестве основы для кодирования выбран свободный ассоциативный метод, построенный на присвоении некоторому отрезку текста свободных понятий, формулируемых исследователем в ходе чтения и прослушивания аудиозаписи.

Понятие не определялось заранее, кодировалось adhoc (обнаружено новое значение – проверка соответствия уже существующим кодам – введение нового кода). Фактически процедура является составлением перечня конструктивных компонентов, которые проявляются в ходе реальной вопросно-ответной коммуникации с использованием описанной выше вопросной схемы.

Оговоримся, что тестируемые вопросы несколько различаются по характеристикам коммуникативной адекватности. Вопрос в том, удалось ли респонденту найти место в жизни, оказался лидером – в половине ответов на него никаких смещений не зафиксировано. А вот ситуация с вопросом о благополучии – предположительном уровне жизни в будущем – несколько хуже: доля ответов без смещений – 43%. Он третий по уровню возникающих затруднений.

Два вопроса о социальном самочувствии тестировались наряду с другими социально-демографическими вопросами - образование, род занятий, профессиональный статус, доход. Подробнее см.: [Рогозин. 2006; Рогозин, Климов, Мануильская. 2006; Рогозин, Мануильская. 2006].

Подробнее о смещениях в тестируемых вопросах см.: [Рогозин. 2006].

Вопросы различаются и по характеру обнаруженных трудностей и смещений. Вопрос о том, удалось ли респонденту найти место в жизни, содержит два типа смещений: как правило, это отказ от ответа или же изменение своей точки зрения по ходу подготовки ответа.

В вопросе о возможности достичь большего благополучия также фиксируется значительная доля отказов от ответа (40% от числа всех смещений), а кроме того - активный обмен репликами и произвольные, не предусмотренные вопросом высказывания (30%).

Таким образом, оба вопроса относятся к категории сравнительно благополучных - в том, что касается смещающих эффектов ответа. Тем не менее признаки проблемности все равно присутствуют. Сомнения в ответе, большой объем дискурса, не связанного с выполнением вопросного задания, изменение своего мнения в ходе подготовки ответа - все это закономерно приводит к основной проблеме: к отказу от ответа.

Так что же происходит с диалогом, когда респондентам задаются вопросы о благополучии и их месте в жизни?

Компонентный анализ

Кодирование и анализ выявили восемь компонентов социального самочувствия, которые присутствуют в рассказе о сегодняшней жизни и в представлениях о будущем (Табл. 4).

Безусловными лидерами по частоте упоминаний оказываются "работа" и "материальное положение". Второй эшелон составляют сразу три концепта: "возраст", "семья" и "личные желания, устремления". Остальные тематические фрагменты ответов оказались слабо представленными.

Все коды, за исключением номинации "социальный статус", представляют собой метаописания, то есть обобщающие имена, присваивавшиеся высказываниям, которые семантически подходили (с точки зрения кодировщика) под выбранный код и не обязательно включали присутствующую в нем словоформу. Слова "социальный статус" произносили сами респонденты, однако осталось совершенно непонятным, референт ли это типичного вопроса при устройстве на работу либо при оформлении ссуды - или же обобщенная категория быденного языка

Приложение №15

ДИАГНОСТИКА САМОАКТУАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ Методика А.В. Лазукина в адаптации Н.Ф. Калина (САМОАЛ)

Само понятие «самоактуализация» интерпретируется как стремление человека к наиболее полному раскрытию и реализации своего личностного потенциала. Наиболее полная самореализация состоит в реализации смыслозначимых и ценностных ориентации, то есть имеет место сущностная, аутентичная самореализация - осуществление потребности в самоактуализации как стремление реализовать свои способности и таланты. Такую самореализацию называют самоотдачей, самоосуществлением. Нередки случаи, когда самореализующаяся личность может быть названа самоактуализированной. Такое синонимичное употребление в большей мере может касаться наивысшего уровня.

Инструкция. из двух вариантов утверждений выберите тот, который вам больше нравится или лучше согласуется с вашими представлениями, точнее отражает ваши мнения. Здесь нет хороших или плохих, правильных или неправильных ответов, самым лучшим будет тот, который дается по первому побуждению.

Опросник

1. а) Придет время, когда я заживу по-настоящему, не так, как сейчас. б) Я уверен, что живу по-настоящему уже сейчас.

2. а) Я очень увлечен своим профессиональным делом. б) Не могу сказать, что мне нравится моя работа и то, чем я занимаюсь.
3. а) Если незнакомый человек окажет мне услугу, я чувствую себя ему обязанным. б) Принимая услугу незнакомого человека, я не чувствую себя обязанным ему.
4. а) Мне бывает трудно разобраться в своих чувствах. б) Я всегда могу разобраться в собственных чувствах.
5. а) Я часто задумываюсь над тем, правильно ли я вел себя в той или иной ситуации. б) Я редко задумываюсь над тем, насколько правильно мое поведение.
6. а) Я внутренне смущаюсь, когда мне говорят комплименты. б) Я редко смущаюсь, когда мне говорят комплименты.
7. а) Способность к творчеству – природное свойство человека. б) Далеко не все люди одарены способностью к творчеству.
8. а) У меня не всегда хватает времени на то, чтобы следить за новостями литературы и искусства. б) Я прилагаю силы, стараясь следить за новостями литературы и искусства.
9. а) Я часто принимаю рискованные решения. б) Мне трудно принимать рискованные решения.
10. а) Иногда я могу дать собеседнику понять, что он кажется мне глупым и неинтересным. б) Я считаю недопустимым дать понять человеку, что он мне кажется глупым и неинтересным.
11. а) Я люблю оставлять приятное «на потом». б) Я не оставляю приятное «на потом».
12. а) Я считаю невежливым прерывать разговор, если он интересен только моему собеседнику. б) Я могу быстро и непринужденно прервать разговор, интересный только одной стороне.
13. а) Я стремлюсь к достижению внутренней гармонии. б) Состояние внутренней гармонии, скорее всего, недостижимо.
14. а) Не могу сказать, что я себе нравлюсь. б) Я себе нравлюсь.
15. а) Я думаю, что большинству людей можно доверять. б) Думаю, что без крайней необходимости людям доверять не стоит.
16. а) Плохо оплачиваемая работа не может приносить удовлетворения. б) Интересное, творческое содержание работы – само по себе награда.
17. а) Довольно часто мне бывает скучно. б) Мне никогда не бывает скучно.
18. а) Я не стану отступать от своих принципов даже ради полезных дел, которые могли бы рассчитывать на людскую благодарность. б) Я бы предпочел отступить от своих принципов ради дел, за которые люди были бы мне благодарны.
19. а) Иногда мне трудно быть искренним. б) Мне всегда удается быть искренним.
20. а) Когда я нравлюсь себе, мне кажется, что я нравлюсь и окружающим. б) Даже когда я себе нравлюсь, я понимаю, что есть люди, которым я неприятен.
21. а) Я доверяю своим внезапно возникшим желаниям. б) Свои внезапные желания я всегда стараюсь обдумать.
22. а) Я должен добиваться совершенства во всем, что я делаю. б) Я не слишком расстраиваюсь, если мне это не удается.
23. а) Эгоизм – естественное свойство любого человека. б) Большинству людей эгоизм не свойственен.
24. а) Если я не сразу нахожу ответ на вопрос, то могу отложить его на неопределенное время. б) Я буду искать ответ на интересующий меня вопрос, не считаясь с затратами времени.
25. а) Я люблю перечитывать понравившиеся мне книги. б) Лучше прочесть новую книгу, чем возвращаться к уже прочитанной.
26. а) Я стараюсь поступать так, как ожидают окружающие. б) Я не склонен задумываться о том, чего ждут от меня окружающие.

27. а) Прошлое, настоящее и будущее представляются мне единым целым. б) Думаю, мое настоящее не очень-то связано с прошлым или будущим.
28. а) Большая часть того, что я делаю, доставляет мне удовольствие. б) Лишь немногие из моих занятий по-настоящему меня радуют.
29. а) Стремясь разобраться в характере и чувствах окружающих, люди часто бывают бестактным. б) Стремление разобраться в окружающих людях вполне естественно и оправдывает некоторую бестактность.
30. а) Я хорошо знаю, какие чувства я способен испытывать, а какие нет. б) Я еще не понял до конца, какие чувства я способен испытывать.
31. а) Я чувствую угрызения совести, если сержусь на тех, кого люблю. б) Я не чувствую угрызений совести, когда сержусь на тех, кого люблю.
32. а) Человек должен спокойно относиться к тому, что он может услышать о себе от других. б) Вполне естественно обидеться, услышав неприятное мнение о себе.
33. а) Усилия, которых требует познание истины, стоят того, ибо приносят пользу. б) Усилия, которых требует познание истины, стоят того, ибо доставляют удовольствие.
34. а) В сложных ситуациях надо действовать испытанными способами – это гарантирует успех. б) В сложных ситуациях надо находить принципиально новые решения.
35. а) Люди редко раздражают меня. б) Люди часто меня раздражают.
36. а) Если бы была возможность вернуть прошлое, я бы там многое изменил. б) Я доволен своим прошлым и не хочу в нем ничего менять.
37. а) Главное в жизни – принести пользу и нравиться людям. б) Главное в жизни – делать добро и служить истине.
38. а) Иногда я боюсь показаться слишком нежным. б) Я никогда не боюсь показаться слишком нежным.
39. а) Я считаю, что выразить свои чувства обычно важнее, чем обдумывать ситуацию. б) Не стоит необдуманно выражать свои чувства, не взвесив ситуацию.
40. а) Я верю в себя, когда чувствую, что способен справиться с задачами, стоящими передо мной. б) Я верю в себя даже тогда, когда неспособен справиться со своими проблемами.
41. а) Совершая поступки, люди руководствуются взаимными интересами. б) По своей природе люди склонны заботиться лишь о собственных интересах.
42. а) Меня интересуют все новшества в моей профессиональной сфере. б) Я скептически отношусь к большинству нововведений в своей профессиональной области.
43. а) Я думаю, что творчество должно приносить пользу людям. б) Я полагаю, что творчество должно приносить человеку удовольствие.
44. а) У меня всегда есть своя собственная точка зрения по важным вопросам. б) Формируя свою точку зрения, я склонен прислушиваться к мнениям уважаемых и авторитетных людей.
45. а) Секс без любви не является ценностью. б) Даже без любви секс – очень значимая ценность.
46. а) Я чувствую себя ответственным за настроение собеседника. б) Я не чувствую себя ответственным за это.
47. а) Я легко мирюсь со своими слабостями. б) Смириться со своими слабостями мне нелегко.
48. а) Успех в общении зависит от того, насколько человек способен раскрыть себя другому. б) Успех в общении зависит от умения подчеркнуть свои достоинства и скрыть недостатки.
49. а) Мое чувство самоуважения зависит от того, чего я достиг. б) Мое самоуважение не зависит от моих достижений.
50. а) Большинство людей привыкли действовать «по линии наименьшего сопротивления». б) Думаю, что большинство людей к этому не склонны.

51. а) Узкая специализация необходима для настоящего ученого. б) Углубление в узкую специализацию делает человека ограниченным.
52. а) Очень важно, есть ли у человека в жизни радость познания и творчества. б) В жизни очень важно приносить пользу людям.
53. а) Мне нравится участвовать в жарких спорах. б) Я не люблю споров.
54. а) Я интересуюсь предсказаниями, гороскопами, астрологическими прогнозами. б) Подобные вещи меня не интересуют.
55. а) Человек должен трудиться ради удовлетворения своих потребностей и блага своей семьи. б) Человек должен трудиться, чтобы реализовать свои способности и желания.
56. а) В решении личных проблем я руководствуюсь общепринятыми представлениями. б) Свои проблемы я решаю так, как считаю нужным.
57. а) Воля нужна для того, чтобы сдерживать желания и контролировать чувства. б) Главное назначение воли – подхлестывать усилия и увеличивать энергию человека.
58. а) Я не стесняюсь своих слабостей перед друзьями. б) Мне нелегко обнаруживать свои слабости даже перед друзьями.
59. а) Человеку свойственно стремиться к новому. б) Люди стремятся к новому лишь по необходимости.
60. а) Я думаю, что неверно выражение «Век живи – век учись». б) Выражение «Век живи – век учись» я считаю правильным.
61. а) Я думаю, что смысл жизни заключается в творчестве. б) Вряд ли в творчестве можно найти смысл жизни.
62. а) Мне бывает непросто познакомиться с человеком, который мне симпатичен. б) Я не испытываю трудностей, знакомясь с людьми.
63. а) Меня огорчает, что значительная часть жизни проходит впустую. б) Не могу сказать, что какая-то часть моей жизни проходит впустую.
64. а) Одаренному человеку непростительно пренебрегать своим долгом. б) Талант и способности значат больше, чем долг.
65. а) Мне хорошо удастся манипулировать людьми. б) Я полагаю, что манипулировать людьми неэтично.
66. а) Я стараюсь избегать огорчений. б) Я делаю то, что полагаю нужным, не считаясь с возможными огорчениями.
67. а) В большинстве ситуаций я не могу позволить себе дурачиться. б) Существует множество ситуаций, где я могу позволить себе дурачиться.
68. а) Критика в мой адрес снижает мою самооценку. б) Критика практически не влияет на мою самооценку.
69. а) Зависть свойственна только неудачникам, которые считают, что их обошли. б) Большинство людей завистливы, хотя и пытаются это скрыть.
70. а) Выбирая для себя занятие, человек должен учитывать его общественную значимость. б) Человек должен заниматься прежде всего тем, что ему интересно.
71. а) Я думаю, что для творчества необходимы знания в избранной области. б) Я думаю, что знания для этого совсем не обязательны.
72. а) Пожалуй, я могу сказать, что живу с ощущением счастья. б) Я не могу сказать, что живу с ощущением счастья.
73. а) Я думаю, что люди должны анализировать себя и свою жизнь. б) Я считаю, что самоанализ приносит больше вреда, чем пользы.
74. а) Я пытаюсь найти основания даже для тех своих поступков, которые совершаю просто потому, что мне этого хочется. б) Я не ищу оснований для своих действий и поступков.
75. а) Я уверен, что любой может прожить свою жизнь так, как ему хочется. б) Я думаю, что у человека мало шансов прожить свою жизнь, как хотелось бы.
76. а) О человеке никогда нельзя сказать с уверенностью, добрый он или злой. б) Обычно оценить человека очень легко.

77. а) Для творчества нужно очень много свободного времени. б) Мне кажется, что в жизни всегда можно найти время для творчества.
78. а) Обычно мне легко убедить собеседника в своей правоте. б) В споре я пытаюсь понять точку зрения собеседника, а не переубедить его.
79. а) Если я делаю что-либо исключительно для себя, мне бывает неловко. б) Я не испытываю неловкости в такой ситуации.
80. а) Я считаю себя творцом своего будущего. б) Вряд ли я сильно влияю на собственное будущее.
81. а) Выражение «Добро должно быть с кулаками» я считаю правильным. б) Вряд ли верно выражение «Добро должно быть с кулаками».
82. а) По-моему, недостатки людей гораздо заметнее, чем их достоинства. б) Достоинства человека увидеть гораздо легче, чем его недостатки.
83. а) Иногда я боюсь быть самим собой. б) Я никогда не боюсь быть самим собой.
84. а) Я стараюсь не вспоминать о своих былых неприятностях. б) Время от времени я склонен возвращаться к воспоминаниям о прошлых неудачах.
85. а) Я считаю, что целью жизни должно быть нечто значительное. б) Я вовсе не считаю, что целью жизни непременно должно быть что-то значительное.
86. а) Люди стремятся к тому, чтобы понимать и доверять друг другу. б) Замыкаясь в кругу собственных интересов, люди не понимают окружающих.
87. а) Я стараюсь не быть «белой вороной». б) Я позволяю себе быть «белой вороной».
88. а) В доверительной беседе люди обычно искренни. б) Даже в доверительной беседе человеку трудно быть искренним.
89. а) Бывает, что я стыжусь проявлять свои чувства. б) Я никогда этого не стыжусь.
90. а) Я могу делать что-либо для других, не требуя, чтобы они это оценили. б) Я вправе ожидать от людей, что они оценят то, что я для них делаю.
91. а) Я проявляю свое расположение к человеку независимо от того, взаимно ли оно. б) Я редко проявляю свое расположение к людям, не будучи уверенным, что оно взаимно.
92. а) Я думаю, что в общении нужно открыто проявлять свое недовольство другими. б) Мне кажется, что в общении люди должны скрывать взаимное недовольство.
93. а) Я мирюсь с противоречиями в самом себе. б) Внутренние противоречия снижают мою самооценку.
94. а) Я стремлюсь открыто выражать свои чувства. б) Думаю, что в открытом выражении чувств всегда есть элемент несдержанности.
95. а) Я уверен в себе. б) Не могу сказать, что я уверен в себе.
96. а) Достижение счастья не может быть главной целью человеческих отношений. б) Достижение счастья – главная цель человеческих отношений.
97. а) Меня любят, потому что я этого заслуживаю. б) Меня любят, потому что я сам способен любить.
98. а) Неразделенная любовь способна сделать жизнь невыносимой. б) Жизнь без любви хуже, чем неразделенная любовь в жизни.
99. а) Если разговор не удался, я пробую выстроить его по-иному. б) Обычно в том, что разговор не сложился, виновата невнимательность собеседника.
100. а) Я стараюсь производить на людей хорошее впечатление. б) Люди видят меня таким, каков я на самом деле.

Обработка результатов и интерпретация

Стремление к самоактуализации выражается следующими пунктами теста:

Таблица

1б	26б	51б	76а
2а	27а	52а	77б
3б	28а	53а	78б
4б	29б	54б	79б
5б	30а	55б	80а
6б	31б	56б	81б
7а	32а	57б	82б
8б	33б	58а	83б
9а	34б	59а	84а
10а	35а	60б	85а
11а	36б	61а	86а
12б	37б	62б	87б
13а	38б	63б	88а
14б	39а	64б	89б
15а	40б	65б	90а
16б	41а	66б	91а
17б	42а	67б	92а
18а	43б	68б	93а
19б	44а	69а	94а
20б	45а	70б	95а
21а	46б	71б	96б
22б	47а	72а	97б
23б	48а	73а	98б
24б	49б	74б	99а
25а	50б	75а	100б

Отдельные шкалы вопросника САМОАЛ представлены следующими пунктами:

- Ориентация во времени: 1б, 11а, 17б, 24б, 27а, 36б, 54б, 63б, 73а, 80а
- Ценности: 2а, 16б, 18а, 25а, 28а, 37б, 45а, 55б, 61а, 64б, 72а, 81б, 85а, 96б, 98б
- Взгляд на природу человека: 7а, 15а, 23б, 41а, 50б, 59а, 69а, 76а, 82б, 86а
- Потребность в познании: 8б, 24б, 29б, 33б, 42а, 51б, 53а, 54б, 60б, 70б
- Креативность (стремление к творчеству): 9а, 13а, 16б, 25а, 28а, 33б, 34б, 43б, 52а, 55б, 61а, 64б, 70б, 71б, 77б
- Автономность: 5б, 9а, 10а, 26б, 31б, 32а, 37б, 44а, 56б, 66б, 68б, 74б, 75а, 87б, 92а
- Спонтанность: 5б, 21а, 31б, 38б, 39а, 48а, 57б, 67б, 74б, 83б, 87б, 89б, 91а, 92а, 94а
- Самопонимание: 4б, 13а, 20б, 30а, 31б, 38б, 47а, 66б, 79б, 93а
- Аутосимпатия: 6б, 14б, 21а, 22б, 32а, 40б, 49б, 58а, 67б, 68б, 79б, 84а, 89б, 95а, 97б
- Контактность: 10а, 29б, 35а, 46б, 48а, 53а, 62б, 78б, 90а, 92а
- Гибкость в общении: 3б, 10а, 12б, 19б, 29б, 32а, 46б, 48а, 65б, 99а

Примечание:

Шкалы № 1, 3, 4, 8, 10 и 11 содержат по 10 пунктов, в то время как остальные – по 15. Для получения сопоставимых результатов количество баллов по указанным шкалам следует умножить на 1,5.

Можно получить результаты в процентах, решив следующую пропорцию:

15 баллов (максимум по каждой шкале) составляют 100%, а число набранных баллов составляет х%.

1. **Шкала ориентации** во времени показывает, насколько человек живет настоящим, не откладывая свою жизнь «на потом» и не пытаясь найти убежище в прошлом. Высокий результат характерен для лиц, хорошо понимающих экзистенциальную ценность жизни «здесь и теперь», способных наслаждаться актуальным моментом, не сравнивая его с прошлыми радостями и не обесценивая предвкушением грядущих успехов. Низкий результат – это люди, невротически погруженные в прошлые переживания, с завышенным стремлением к достижениям, мнительные и неуверенные в себе.

2. **Шкала ценностей.** Высокий балл по этой шкале свидетельствует, что человек разделяет ценности самоактуализирующейся личности, к числу которых А. Маслоу относил такие, как истина, добро, красота, целостность, отсутствие раздвоенности, жизненность, уникальность, совершенство, свершения, справедливость, порядок, простота, легкость без усилия, игра, самодостаточность. Предпочтение этих ценностей указывает на стремление к гармоничному бытию и здоровым отношениям с людьми, далекое от желания манипулировать ими в своих интересах.

3. Взгляд на **природу человека** может быть положительным (высокая оценка) или негативным (низкая). Эта шкала описывает веру в людей, в могущество человеческих возможностей. Высокий показатель может интерпретироваться как устойчивое основание для искренних и гармоничных межличностных отношений, естественная симпатия и доверие к людям, честность, непредвзятость, доброжелательность.

4. Высокая **потребность в познании** характерна для самоактуализирующейся личности, всегда открытой новым впечатлениям. Эта шкала описывает способность к бытийному познанию – бескорыстную жажду нового, интерес к объектам, не связанный прямо с удовлетворением каких-либо потребностей. Такое познание, считает А. Маслоу, более точно и эффективно, поскольку его процесс не искажается желаниями и влечениями, человек при этом не склонен судить, оценивать и сравнивать. Он просто видит то, что есть и ценит это.

5. **Стремление к творчеству или креативность** – непрменный атрибут самоактуализации, которую попросту можно назвать творческим отношением к жизни.

6. **Автономность**, по мнению большинства гуманистических психологов, является главным критерием психического здоровья личности, ее целостности и полноты. Это понятие тяготеет к таким чертам, как жизненность (aliveness) и самоподдержка (self-support) у Ф.Перлза, направляемость изнутри (inner-directed) у Д.Рисмена, зрелость (ripeness) у К.Роджерса. Самоактуализирующаяся личность автономна, независима и свободна, однако это не означает отчуждения и одиночества. В терминах Э.Фромма автономность – это позитивная «свобода для» в отличие от негативной «свободы от».

7. **Спонтанность** – это качество, вытекающее из уверенности в себе и доверия к окружающему миру, свойственных самоактуализировавшимся людям. Высокий показатель по шкале спонтанности свидетельствует о том, что самоактуализация стала образом жизни, а не является мечтой или стремлением. Способность к спонтанному поведению фрустрируется культурными нормами, в естественном виде ее можно наблюдать разве что у маленьких детей. Спонтанность соотносится с такими ценностями, как свобода, естественность, игра, легкость без усилия.

8. **Самопонимание.** Высокий показатель по этой шкале свидетельствует о чувствительности, сензитивности человека к своим желаниям и потребностям. Такие люди свободны от психологической защиты, отделяющей личность от собственной сущности, они не склонны подменять собственные вкусы и оценки внешними социальными стандартами. Показатели по шкалам самопонимания, спонтанности и аутосимпатии, как правило, связаны между собой. Низкий балл по шкале самопонимания свойственен людям неуверенным, ориентирующимся на мнение окружающих. Д.Рисмен называл таких людей «ориентированными извне» в отличие от «ориентированных изнутри».

9. **Аутосимпатия** – естественная основа психического здоровья и цельности личности. Низкие показатели имеют люди невротичные, тревожные, неуверенные в себе. Аутосимпатия вовсе не означает тупого самодовольства или некритичного самовосприятия, это просто хорошо осознаваемая позитивная «Я-концепция», служащая источником устойчивой адекватной самооценки.

10. **Шкала контактности** измеряет общительность личности, ее способность к установлению прочных и доброжелательных отношений с окружающими. В вопроснике САМОАЛ контактность понимается не как уровень коммуникативных способностей личности или навыки эффективного общения, но как общая предрасположенность к взаимно полезным и приятным контактам с другими людьми, необходимая основа синергической установки личности.

11. **Шкала гибкости в общении** соотносится с наличием или отсутствием социальных стереотипов, способностью к адекватному самовыражению в общении. Высокие показатели свидетельствуют об аутентичном взаимодействии с окружающими, способности к самораскрытию. Люди с высокой оценкой по этой шкале ориентированы на личностное общение, не склонны прибегать к фальши или манипуляциям, не смешивают самораскрытие личности с самопредъявлением – стратегией и тактикой управления производимым впечатлением. Низкие показатели характерны для людей ригидных, не уверенных в своей привлекательности, в том, что они интересны собеседнику и общение с ними может приносить удовольствие.

Приложение №16

ТРИ ФАЗЫ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

Структура педагогической технологии развития критического мышления посредством чтения и письма стройна и логична, так как ее этапы соответствуют закономерным этапам когнитивной деятельности личности.

Важным в данной технологии является **следование трем фазам:**

- evocation (*вызов, пробуждение*),
- realization (*осмысление новой информации*),
- reflection (*рефлексия*).

Первая стадия (фаза) - вызов, когда ставится задача не только активизировать, заинтересовать учащегося, мотивировать его на дальнейшую работу, но и «вызвать» уже имеющиеся знания либо создать ассоциации по изучаемому вопросу, что само по себе станет серьезным активизирующим и мотивирующим фактором для дальнейшей работы.

Вторая стадия (фаза) - осмысление (реализация смысла). На этой стадии идет непосредственная работа с информацией, причем приемы и методы ТРКМ позволяют сохранить активность ученика, сделать чтение или слушание осмысленным.

Третья стадия (фаза) - рефлексия (размышление). На этой стадии информация анализируется, интерпретируется, творчески перерабатывается

ПРИЕМЫ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

ПРИЕМЫ СТАДИИ ВЫЗОВА

1. Прием «*Выглядит, как... Звучит, как ...*»¹

Этот прием направлен на «присвоение» понятий, терминов. На стадии вызова учащимся предлагается вписать в соответствующие графы зрительные и слуховые ассоциации, которые у них возникают при данном слове или в связи с данным понятием. Например, понятие «технология» (табл. 1).

Таблица 1

Выглядит, как...	Звучит, как...
Часы	Металлический скрежет
Конвейер	«Это ново!»
Ступеньки лестницы	«Это интересно!»
Яркая картинка	Песня: куплет – припев

На стадии рефлексии, после знакомства с основной информацией, можно вернуться к данной таблице.

2. Таблица «ПМИ» и «ПМ?»

На стадии вызова работает и прием «ПМИ» - таблица «Плюс-минус-интересно» либо модификация данной таблицы «ПМ?» - «Плюс — минус — вопрос» (создатель Э. де Боно).

Подробнее см.: *Богатенкова Н. В., Муштавинская И. В.* Технология развития критического мышления на уроках истории и краеведения. - СПб., 2001; *Заир-Бек С. И., Муштавинская И. В.* Развитие критического мышления на уроке. — М.: Просвещение, 2004. С. 62-63

Например, нам необходимо выяснить, является ли атомная энергия энергией будущего? Занесем имеющуюся у нас информацию в таблицу «ПМ?». Учащиеся систематизируют свой информационный запрос в виде вопросов и заносят их в третью графу (табл. 2). Теперь таблица выглядит так.

Таблица 2

Плюс	минус	Интересно
Самый экономичный Вид энергии Энергия будущего	Радиация Аварии на АЭС	Сколько АЭС в мире? Каковы основные причины аварий на АЭС?

Заполнение таблицы помогает организовать работу с информацией и на стадии осмысления содержания. По ходу чтения параграфа или прослушивания лекции новая информация заносится в таблицу: заполняются соответствующие графы. При чтении текста предлагается фиксировать в соответствующих графах таблицы информацию, отражающую:

- *положительные стороны явления - П «+»,*
 - *отрицательные стороны явления - М «-»,*
 - *а также информацию, которая просто заинтересовала - «И». Или вопросы, возникающие по ходу чтения текста.*

Этот прием можно использовать и на стадии рефлексии. Так или иначе, пошаговое знакомство с новой информацией, увязывающей ее с уже имеющейся, - это способ активной работы с текстом. Данный прием нацелен на актуализацию эмоциональных отношений в связи с текстом.

При использовании данного приема информация не только более активно воспринимается (*прослушивается, записывается*), систематизируется, но и оценивается. Подобная форма организации материала позволяет провести обсуждение, дискуссию по спорным вопросам.

3. Таблица «Верные - неверные утверждения»

Как организовать работу в режиме технологии, если в опыте учащихся информации по изучаемой теме нет?

Началом урока по теме «Творческие искания Брейгеля» (учебник Г. И. Даниловой «Мировая художественная культура: от истоков до XVII века») могут быть следующие высказывания:

- *прозвищем Брейгеля было «мужицкий художник»;*
- *в своих полотнах Брейгель «оживил» более ста народных пословиц;*
- *большое место в его творчестве занимают евангельские сюжеты;*
- *Брейгель утверждал: «Дело художника - угождать и писать по указке» и т. д.*

Работа с этим приемом может быть оформлена в таблицу «Верные - неверные утверждения» (табл. 3).

Таблица 3

Утверждения	До	После
	чтения текста	
прозвищем Брейгеля было «мужицкий художник»		
В своих полотнах Брейгель «оживил» более ста народных пословиц		

большое место в его творчестве занимают евангельские сюжеты		
он утверждал: «Дело художника - писать по указке»		

Затем попросите учащихся установить, верны ли данные утверждения. Если ученик согласен с предложенным утверждением, мы просим его поставить в графе «До чтения текста» знак «+», если не согласен - «-».

После знакомства с основной информацией (текст параграфа, лекция по данной теме) возвращаемся к данным утверждениям и просим учащихся оценить их достоверность, используя полученную на уроке информацию, и заполнить графу таблицы «После чтения текста». Можно расширить задание на стадии рефлексии, попросив учащихся дополнить список утверждений, которые могли бы стать основой таблицы, если бы учителями были они сами. Таким образом, мы вернем учащихся к тексту, сделав его чтение более внимательным, и усилим рефлексивные умения учащихся.

Таблица «Верные - неверные утверждения» - универсальный прием технологии развития критического мышления, позволяющий работать с любыми видами текста. Часто нас спрашивают: «Как организовать работу со сложными научными, насыщенными новыми идеями и понятиями текстами? Если учащиеся в работе на стадии вызова должны опираться на собственный опыт, а при изучении сложных физических, математических и других явлений его просто не может быть, как организовать стадию вызова, как, не доходя до абсурда вопросами типа: "Что вам известно об этом явлении?", как вызвать интерес к изучаемому?» Примером работы в таком режиме может служить приведенная выше таблица 3.

4. Кластеры

Наиболее известным приемом технологии можно назвать прием «Кластеры» (Основы критического мышления: междисциплинарная программа/ Сост. Дж. Л. Стил, К. Мередит, Ч. Темпл, С. Уолтер. Пособие 1. - М.: Изд-во ИОО, 1997.).

Прием заключается в выделении смысловых единиц текста и графическом оформлении их в определенном порядке в виде «грозди». «Грозди» (кластеры) могут стать как ведущим приемом на стадиях вызова и рефлексии, так и стратегией урока в целом.

Делая какие-то записи, зарисовки для памяти, мы часто интуитивно распределяем их особым образом по категориям. «Грозди» - графический приём систематизации материала. Наши мысли уже не громоздятся, а гроздятся», то есть располагаются в определенном порядке.

Правила очень простые. Рисуем модель Солнечной системы: звезду, планеты и их спутники. Звезда в центре - наша тема, вокруг нее планеты - крупные смысловые единицы, соединяем их прямой линией со звездой; у каждой, планеты есть спутники, у них - свои спутники. Система кластеров охватывает большее количество информации,¹ вы получаете при обычной письменной работе.

Этот прием может быть применен на стадии вызова, когда мы до знакомства с основным источником (текстом) систематизируем информацию в виде вопросов или заголовков смысловых блоков.

Например, при изучении темы «Латинская Америка во 2-й половине XX века» просим учащихся предположить, по каким смысловым блокам будем изучать страны этого региона (часть блоков может быть предложена учителем). На данном уроке учащиеся предполагают, что главными вопросами изучаемой темы станут: внутренняя политика,

экономика, внешняя политика, особенности развития региона. Таким образом, учащиеся выходят на собственное целеполагание, на выбор направлений изучения темы. Мы распределяем эти заголовки смысловых блоков вокруг основной темы.

«Вызов» состоялся, учащиеся самостоятельно или с помощью учителя определили основные направления изучения темы. Теперь на смысловой стадии они начнут поиск запрошенной информации.

Можно усилить стадию вызова. Выбрав направления изучения темы, попросить обсудить в группах и сделать предположения о развитии региона по данным направлениям. Информация записывается. Чтобы разрешить противоречия, которые неизбежно возникнут в ходе записи предположений, и ответить на все вопросы, возникшие при систематизации, подтвердить или опровергнуть наши предположения, расширить знания по данной теме, предлагается текст «Латинская Америка».

Продолжается работа с данным приемом и на стадии осмысления, по ходу работы с текстом вносятся исправления и дополнения в «грозди».

Большой потенциал имеет этот прием на стадии рефлексии: это исправление неверных предположений в «предварительных кластерах», заполнение их на основе новой информации, установление причинно-следственных связей между отдельными смысловыми блоками (работа может вестись индивидуально, в группах, по всей теме или по отдельным смысловым блокам).

Очень важным моментом является презентация новых кластеров. Можно дать дополнительное задание - установить причинно-следственные связи между «гроздьями». Заданием может стать и укрупнение одной или нескольких «гроздей», выделение новых.

На данном уроке подобное задание может звучать так: *«Рассмотрите подробно материал об особенностях региона или выделите характерные черты латиноамериканского менталитета»*. На стадии рефлексии работа с кластерами завершится. Учитель может усилить эту фазу, предоставив учащимся возможность продолжить исследование по теме или выполнить творческое задание.

Графические, визуальные методы в технологии развития критического мышления не только помогают систематизировать материал, структурировать его до, во время и после изучения новой информации, эти приемы делают зримыми процессы мышления, наглядно демонстрируют, как изменилось, обогатилось наше знание об изучаемом предмете.

5. Таблица «толстых» и «тонких» вопросов

Большое значение в технологии развития критического мышления отводится приемам, формирующим умение работать с вопросами. В то время как традиционное преподавание строится на готовых ответах, которые преподносятся ученикам, технология развития критического мышления ориентирована на вопросы как основную движущую силу мышления.

Учащихся необходимо обращать к их собственной интеллектуальной энергии. *Мысль остается живой только при условии, что ответы стимулируют дальнейшие вопросы.* Только ученики, которые задают вопросы, по-настоящему думают и стремятся к знаниям. *Уровень вопросов определяет уровень нашего мышления.* Начнем с простых приемов. Таблица «толстых» и «тонких» вопросов может быть использована на любой из трех фаз урока.

Если мы пользуемся этим приемом на стадии вызова, то это вопросы, на которые наши учащиеся хотели бы получить ответы при изучении темы.

На стадии осмысления это способ активной фиксации вопросов по ходу чтения, слушания, **при размышлении** — демонстрация понимания пройденного (табл. 4)

Таблица 4

«Тонкие» вопросы	«Толстые» вопросы
Кто...? Что...? Когда...? Может...?	Дайте три объяснения, почему... Объясните почему... Почему вы думаете

«Тонкие» вопросы	«Толстые» вопросы
Будет... ? Могли... ? Как звать... ? Было ли... ? Согласны ли вы ... ? Верно ли... ?	Почему вы считаете ... ? В чем различие ... ? Предположите, что будет, если ...? Что, если... ?

По ходу работы с таблицей в левую колонку записываются вопросы, требующие простого, односложного ответа. В правую колонку — вопросы, требующие подробного, развернутого ответа.

Например, на уроке истории по теме «Возникновение средневековых городов» на стадии вызова учащимся предлагается сформулировать вопросы к теме в форме «тонких» и «толстых» вопросов. Это может выглядеть так (табл. 5).

Таблица 5

«Тонкие»- вопросы	«Толстые» вопросы
Когда в Европе стали возникать Города?	Чем отличается средневековый город от античного?
Сколько городов существовало в средневековой Европе?	Кто (какие категории населения) жил в средневековом городе?
Кто строил средневековые города?	Почему стали возникать средневековые города?

6. Игра «Верите ли вы?»

Стадию вызова может продолжить следующая игра.

Учитель записывает на доске ряд вопросов и просит учащихся (индивидуально или в группах) попробовать на них ответить, аргументируя свои предположения.

Например: Верите ли вы, что...:

- возникновению и росту городов способствовали успехи в сельском хозяйстве;
- деревенские кузнецы, плотники, гончары и другие ремесленники стали меньше времени уделять сельскому хозяйству;
- в первые столетия Средневековья в Европе было мало городов;
- новые города возникали у стен больших монастырей замков феодалов, среди развалин римских крепости
- раньше всего, уже в IX веке, возродились древние возникли новые города в Италии и на юге Франции.

После того, как прозвучат ответы на данные вопросы учащимся предлагается прочитать текст параграфа, найти подтверждения своим предположениям и ответы на свои вопросы.

7. «Ромашка Блума»

Систематика вопросов, основанная на созданной Б. Блумом таксономии учебных целей по уровням познавательной деятельности (знание, понимание, применение, анализ, синтез и оценка), соответствует вопросам различного типа.

Учитывая, что «Блум» можно перевести с немецкого языка как «цветок», мы сделали теоретические построения учёного более наглядными, привлекательными и предложили новый прием - «Ромашка Блума». Шесть лепестков - шесть типов вопросов (Загашев И. О. Умение задавать вопросы // Перемена (Международный журнал о развитии мышления через чтение и пис мо). - 2001. № 4.).

Уточнялись формулировки вопросов, придумывали различные способы использования на занятиях самой формы «Ромашки». В результате нами была создана «Ромашка вопросов», которую в России по-прежнему упорно называют «Ромашкой Блума». Сам же перечень вопросов на лепестках был заимствован из выступления американских коллег Джеймса и Кэрл Бирс.

Шесть лепестков - шесть типов вопросов.

Простые вопросы. Это вопросы, отвечая на которые, нужно назвать какие-то факты, вспомнить и воспроизвести определенную информацию. Их часто используют при традиционных формах контроля: на зачетах, в тестах, при проведении терминологических диктантов и т. д.

Уточняющие вопросы. Они обычно начинаются со слов: «То есть ты говоришь, что?..», «Если я правильно понял, то?..», «Я могу ошибаться, но, по-моему, вы сказали о?..». Целью этих вопросов является предоставление человеку возможностей для обратной связи относительно того, что он только что сказал. Иногда их задают с целью получения информации, отсутствующей в сообщении, но подразумеваемой. Очень важно задавать эти вопросы без негативной мимики. В качестве пародии на уточняющий вопрос можно привести всем известный пример (поднятые брови, широко раскрытые глаза): «Ты действительно думаешь, что?..»

Интерпретационные (объясняющие) вопросы. Они обычно начинаются со слова «Почему?». В некоторых ситуациях (об этом говорилось выше) такие вопросы могут восприниматься негативно - как принуждение к оправданию. В других случаях они направлены на установление причинно-следственных связей: «Почему листья на деревьях осенью желтеют?». Если ответ на этот вопрос известен, он из интерпретационного превращается в простой. Следовательно, данный тип вопроса срабатывает тогда, когда в ответе присутствует элемент самостоятельности.

Творческие вопросы. Если в вопросе есть частица «бы», элементы условности, предположения, прогноза, мы называем его творческим: «Что изменилось бы в мире, будь у людей не пять пальцев на каждой руке, а три?», «Как вы думаете, как будет развиваться сюжет фильма после рекламы?» и т. д.

Оценочные вопросы. Эти вопросы направлены на выяснение критериев оценки тех или иных событий, явлений, фактов: «Почему что-то хорошо, а что-то плохо?», «Чем один урок отличается от другого?» и т. д.

Практические вопросы. Если вопрос направлен на установление взаимосвязи между теорией и практикой, мы называем его практическим: «Где вы в обычной жизни можете наблюдать диффузию?», «Как бы вы поступили на месте героя рассказа?» и т. д.

Стратегия работы с вопросами может вывести учащихся за рамки когнитивных умений - в поле метакогнитивного опыта.

8. Стратегия решения проблем «ИДЕАЛ» Джеймса Брэмсфорда

Дж. Брэмсфорд разработал стратегию решения проблем, которая может быть применима для работы с текстами и анализа ситуаций (Заир-Бек С. И., Муштавинская И. В. Развитие... — М.: Просвещение, 2004. С. 116-119).

Основные этапы работы в данной стратегии строго технологичны, учитывают опыт участников, позволяют расширить представления по обсуждаемой теме. Основные этапы работы в данной стратегии таковы:

1. *Сформулируйте проблему в виде вопроса.* Вопрос должен быть предельно уточненным, конкретным, начинаться со слова «Как?», в нем должно отсутствовать отрицание (частица «не»).

2. *Расскажите, какой важной информацией по обсуждаемому вопросу вы владеете?*

3. *Генерируйте как можно больше вариантов решения проблемы.* Этот этап осуществляется посредством использования «мозговой атаки». Любая критика здесь запрещена. Важно количество — чем больше, тем лучше.

4. *Выберите три главных способа решения проблемы.*

5. *Определите, какой из выбранных вами способов наилучший? Почему?*

Работая с художественным текстом, можно использовать следующую таблицу (табл. 6)

Таблица 6

1. Какую главную проблему должны решить герои?	
2. Какой важной информацией снабдил вас автор?	
3. Что еще вы знаете, что помогло бы решить проблему?	
4. Каковы три главных способа решения проблемы?	
5. Какой из выбранных вами способов наилучший? Почему?	

Если в тексте приведено решение проблемы, то оно озвучивается после заполнения таблицы. Учащиеся сравнивают предложенные ими способы решения и то, что предлагает автор.

Стадию вызова на уроках можно осуществить многими методами, в том числе и хорошо знакомыми, например, ключевые слова, по которым можно придумать рассказ или

расставить их в определенной последовательности, а затем, на стадии осмысления, искать подтверждение своим предположениям, расширяя материал.

ПРИЕМЫ СТАДИИ ОСМЫСЛЕНИЯ

Не менее важным в рефлексивном обучении станет стадия осмысления. Важно, чтобы работа на втором этапе урока была тесно связана с деятельностью учителя и учащихся на стадии вызова. Нельзя «забыть» о поставленных учениками целях, заданных вопросах, предъявленном опыте. Изучение нового материала накладывается на знания, опыт или вопросы, вызванные на первом этапе урока. Существуют отдельные приемы, работающие на стадии осмысления.

1.«Инсерт»

«Инсерт» - это маркировка текста значками по мере его чтения «Инсерт» (авторы приема Воган и Эстес, модификация Мередит и Стил) (Заир-Бек С. И., Муштавинская И. В. Указ. соч. С. 31-38).

ИНСЕРТ

I - interactive	
N – noting	самоактивизирующая
S – system	системная разметка
E – effective	для эффективного
R - reading and	чтения
T - thinking	и размышления
«V» - уже знал	
«+» - новое	
«-» - думал иначе	
«?» - не понял, есть вопросы	

Во время чтения текста необходимо попросить учащихся делать на полях пометки, а после прочтения текста заполнить таблицу, где значки станут заголовками граф таблицы. В таблицу тезисно заносятся сведения из текста.

Сформулируем некоторые **правила «Как читать текст, сохраняя интерес к теме?»**.

1. **Делайте пометки.** Мы предлагаем вам несколько вариантов пометок: два значка: «+» и «V», три значка: «+», «V», «?» или четыре значка: «+», «V»,

«-», «?». Ставьте значки по ходу чтения текста на полях. Прочитав один раз, вернитесь к своим первоначальным предположениям, вспомните, что вы знали или предполагали по данной теме раньше, возможно, количество значков увеличится.

2. Следующим шагом может стать заполнение таблицы «Инсерт», количество граф которой соответствует числу значков маркировки. Для заполнения таблицы вам понадобится снова вернуться к тексту.

Таким образом, мы обеспечим вдумчивое, внимательное чтение. *Технологический прием «Инсерт» и таблица «Инсерт» сделают зримым процесс накопления информации, путь от*

старого знания к новому. Важным этапом работы станет обсуждение записей, внесенных в таблицу.

2. «Бортовые журналы»

В «бортовые журналы» (Галактионова Т. А., Загашев И.О., Заир-Бек С. И., Муштавинская И. В. и др. Современный студент в поле информации и коммуникации. - СПб., 1999) учащиеся записывают свои размышления до начала изучения темы и после знакомства с материалом.

«Бортовой журнал» можно оформить, например, как указано в таблице 7.

Таблица 7

Что мне известно по данной теме?/ Предположения	Что нового я узнал из текста? / Новая информация

При чтении, во время пауз и остановок, учащиеся заполняют правую графу «бортового журнала», связывая полученную информацию со своим видением мира, со своим личным опытом.

«Бортовой журнал» - основной прием стратегии *эффективная лекция*. Материал лекции делится на смысловые единицы, передача каждой из них строится в технологическом цикле *«вызов-осмысление содержания-рефлексия»*. Для организации деятельности используется этот прием.

Стадия вызова по каждой смысловой единице осуществляется уже известными вам методами:

- список известно информации,
- ее систематизация,
- ответы на вопросы преподавателя,
- ключевые слова и т. д.

Информация, полученная на стадии вызова, обсуждается в парах и заносится в левую часть «бортового журнала».

На смысловой стадии работа может быть организована так:

- один из членов пары работает со списком в графе «предположения», ставит знаки «+» и «-», в зависимости от правильности предположений;
- второй записывает только новую информацию. Учащиеся работают индивидуально.

На стадии рефлексии (размышления) идет предварительное подведение итогов: сопоставление двух частей «бортового журнала», суммирование информации, ее запись и подготовка к обсуждению в классе. Организация записей может носить индивидуальный характер, то есть каждый член пары ведет записи в обеих частях таблицы самостоятельно, результаты работы обсуждаются в паре.

Затем следует новый цикл работы со следующей частью текста.

Очень важной является итоговая рефлексия или окончательное подведение итогов, которое может стать выходом на новое задание: исследование, эссе и т. д.

3. Дневники

Двухчасный дневник. Интересным приемом является ведение двухчасного дневника (табл. 8). Этот прием также дает возможность читателю увязать содержание текста со своим

личным опытом. Двойные дневники могут использоваться при чтении текста на уроке, но особенно продуктивна работа с этим приемом, когда учащиеся получают задание прочитать текст большого объема дома.

Таблица 8

Цитата	Комментарии

В левой части дневника учащиеся записывают те моменты из текста, которые произвели на них наибольшее впечатление, вызвали какие-то воспоминания, ассоциации с эпизодами из их собственной жизни, озадачили их, вызвали протест или, наоборот, восторг, удивление. Короче, такие цитаты, на которых они «споткнулись».

Справа они должны дать комментарий: что заставило записать именно эту цитату. На стадии рефлексии учащиеся возвращаются к работе с двойными дневниками, с их помощью текст последовательно разбирается, учащиеся делятся замечаниями, которые они сделали к каждой странице. Если учитель хочет привлечь внимание к тем эпизодам в тексте, которые не прозвучали в ходе обсуждения, он знакомит учащихся с собственными комментариями.

Трехчастный дневник (табл. 9) имеет третью графу - «Письма (вопросы) к учителю». Этот прием позволяет не только работать с текстом, но и обращаться к учителю по поводу прочитанного.

Таблица 9

Цитата	Комментарии. Почему эта цитата привлекла ваше внимание?	Вопросы к учителю

Трехчастный дневник может быть оформлен и иным образом (табл. 10).

Таблица 10

Цитата	Почему эта цитата привлекла ваше внимание? (вопросы)	Комментарии по прошествии некоторого времени (ответы)

Дневник будет служить для более вдумчивого, «длительного» чтения. Учащиеся сами отвечают на свои вопросы по прошествии некоторого времени.

ПРИЕМЫ СТАДИИ РЕФЛЕКСИИ

Для данного пособия более важным является описание приемов, работающих на стадии рефлексии. Они могут способствовать развитию рефлексивных умений как в трехфазовой структуре урока, так и в качестве отдельных методических приемов, направленных на развитие рефлексии.

1. Синквейн

Самым популярным приемом, применяемым на стадии рефлексии, стал синквейн (пястистишие) (Основы критического мышления: междисциплинарная программа/ Сост. Дж. Л. Стил, К. Мередит, Ч. Темпл, С. Уолтер. Пособие 1. - М.: Изд-во ИОО, 1997).

Синквейн - стихотворение, представляющее собой синтез информации в лаконичной форме, что позволяет описывать суть понятия или осуществлять рефлексию на основе полученных знаний.

Правилами написания этого стихотворения является определенное количество слов в строке и назначение каждой строки:

1-я строка - название стихотворения, тема (обычно существительное);

2-я строка - описание темы (два прилагательных);

3-я строка - действие (обычно три глагола, относящихся к теме);

4-я строка - чувство (фраза из четырех слов, выражающих отношение автора к теме);

5-я строка - повторение сути, синоним первой строки (обычно существительное).

Отработка понятий	Рефлексивная оценка пройденного материала
<p>Метафора</p> <p>Загадочная, необычная. Волнует, переворачивает, удивляет. Жизнь становится интереснее, красочнее. Новый мир.</p> <p>Иго</p> <p>Страшное, кровавое, Убивает, сжигает, собирает дань. Татарское иго - тяжелая ноша. Страшно!</p>	<p>Сказки Пушкина</p> <p>Знакомые и незнакомые. Читаю, думаю, удивляюсь. Что за прелесть эти сказки! - Чудо!</p> <p>Семинар</p> <p>Яркий, интересный Учит, вдохновляет, задает вопросы Критическое мышление – путь к самообразованию. Открытие.</p>

Учащиеся учатся писать подобные стихотворения в парах, напоминая друг другу правила написания, подбирая лексику. Затем синквейн пишется индивидуально. Целью написания подобного стихотворения может быть отработка понятий, рефлексивная оценка пройденного.

Синквейн может помочь организовать итоговое повторение, резюмировать полученную информацию, оценить понятийный багаж учащихся, научить излагать сложные чувства и представления в краткой форме.

2. Прием «Общее-уникальное»

Это прием, который способствует развитию важного метапредметного умения - способности выделять и кратко представлять общие и особенные черты при сравнении двух и более предметов, явлений, фактов и т. д. По таксономии Б. Блума, используя данный прием, мы способствуем развитию аналитических способностей, работаем на уровне и синтеза, и сравнительной оценки. Работа с этим приемом на стадии рефлексии может быть индивидуальной, парной, групповой. Задание обычно формулируется так: «Используя графические методы (Кольца Венна, Эллера), представьте (назовите, выпишите) общие и уникальные черты двух изученных явлений (персоналий, объектов и т. п.)».

Примером применения данного приема на уроке может служить итоговое занятие по теме «Эпоха Просвещения» (обществознание), когда по завершении изучения взглядов мыслителей Просвещения - Монтескье, Руссо, Вольтера, Дидро, Мелье, - мы просим учащихся, используя прием «Общее-уникальное», в графической форме представить их взгляды. В центре «Общее» мы должны увидеть основные идеи эпохи Просвещения (общие черты, характеризующие идеи мыслителей), в секторах «Уникальное» будут представлены уникальные черты философии отдельного мыслителя.

3. Перекрестная дискуссия

В технологиях, связанных с дискуссионными методами, большое внимание уделяется правилам ведения самой дискуссии, что, несомненно, важно, но в работе с информацией не это умение является ведущим. Как с помощью несложного приема научиться не только вести себя цивилизованно в момент дискуссии, внимательно выслушивать оппонента, но и выдвигать и формулировать аргументы в защиту своей позиции, отбирать наиболее сильные доводы, превосходить аргументы оппонентов?

Этому можно научиться с помощью приема «Перекрестная дискуссия». В материалах проекта «Чтение и письмо для развития критического мышления» этот прием носил название «Паутинная дискуссия» (Д. Олверманн, 1991) (Популяризация критического... — М.: Изд-во ИОО, 1997). Мы изменили название. Этот прием дает возможность работать с темой в целом - на уровне ее идеи и проблематики. Само слово «перекрестная» предполагает столкновение противоположных точек зрения. Таким образом, такая дискуссия уместна, если по обсуждаемому вопросу возможно возникновение противоположных суждений.

Вопрос или спорное утверждение могут быть предложены организатором дискуссии или самими ее участниками. В основе организации работы лежит следующая таблица (табл. 11).

Таблица 11

Аргументы «за»	Вопрос / утверждение	Аргументы «против»
Вывод:		

Участникам дискуссии предлагается заполнить таблицу. Они работают в парах, последовательно записывая несколько аргументов «за» (4-5 суждений) и несколько аргументов «против». Затем аргументы «за» и «против» последовательно озвучиваются. Дальнейшая работа может быть организована по-разному.

Вариант 1. Учащиеся по ходу работы, пользуясь правилом, отмечают уже прозвучавшие аргументы и дописывают в обе графы наиболее значимые из прозвучавших в классе, те, которые затронули их, укрепили или поколебали их первоначальное мнение по дискутируемому

вопросу/утверждению. Таким образом, разнообразие мнений в аудитории позволит увеличить количество аргументов, иногда поможет изменить первоначальную точку зрения и приведет к итогу работы. В итоге необходимо прийти к одной из позиций, выбрать между «да» и «нет», «за» и «против». Завершив заполнение таблицы, необходимо записать аргументированный вывод.

С таблицей «Перекрестной дискуссии» можно работать по-другому.

Вариант 2. Тема урока: «Каким мы видим Пьера Безухова в 1-м томе романа?» (фрагмент). Текст: Л. Н. Толстой, роман «Война и мир», т. 1, ч. 3, гл. 1-2.

Подготовка к перекрестной дискуссии начинается с краткого обмена мнениями по вопросу: виновен ли Пьер в своем браке не по любви?

Просим учащихся подготовиться к перекрестной дискуссии, записав в тетрадах и положительные, и отрицательные аргументы по предложенной теме. Перекрестная дискуссия проводится следующим образом: высказывается тезис «за» (да), потом заслушивается тезис опровержения и высказывается тезис «против» (нет); обмен тезисами продолжается по той же схеме, пока не закончатся аргументы.

Через 10-15 минут останавливаем работу, просим еще раз перечитать свои аргументы и принять однозначное решение, записав его после таблицы.

В зависимости от ответа «да» или «нет» учащиеся делятся на группы: команда утверждения и команда отрицания. В группах обсуждают результаты перекрестной дискуссии, отбирая наиболее значимые аргументы и контраргументы.

Аргументы оглашаются поочередно представителями каждой из групп и фиксируются в тетради. В результате может получиться следующая таблица (табл. 12).

В конце урока можно предложить учащимся прочитать свои работы и ответить на вопросы одноклассников.

Таблица 12

Виновен ли Пьер в своем браке не по любви?	
ДА	НЕТ
<p>Пьер, хоть и не без некоторого испуга, принял новую жизнь, научил себя верить ничего не значащим словам.</p> <p>Он принял как должное внезапное изменение отношения к нему в салоне А. П. Шерер.</p> <p>Пьер привык к ясной и красивой улыбке Элен.</p> <p>Он знал, что Элен глупа, в чувстве, которое она в нем возбуждала, осознавал что-то гадкое, но, думая о ее ничтожестве, мечтал, как она будет его женой.</p> <p>Решив, что женитьба на Элен была бы несчастьем, Пьер все-таки не переезжал от князя Василия.</p> <p>«Нечего спрашивать, хорошо это или дурно? Хорошо, потому что определенно, и нет прежнего мучительного сомнения», — такова заключительная мысль Пьера о браке.</p> <p>Его признание на французском, прозвучавшее так бедно, потому что он с трудом вспомнил, что</p>	<p>Пьеру как человеку искреннему и честному казалось, что все его искренне любят, раз устаивают вниманием и лаской.</p> <p>Он, чувствуя, что между ним и Элен образовалась какая-то связь, воспринимал это как некое обязательство, которое он не мог не сдерживать.</p> <p>Пьеру свойственна «чистота нравственного чувства», поэтому, однажды почувствовав близость Элен, ее плеч, шеи, глаз, он не мог думать о ней иначе, как о своей жене.</p> <p>Он не мог обмануть ожидания всех.</p> <p>«Теперь все кончено, да, я люблю ее», — так оправдывался Пьер в своих глазах, прежде чем сделать на французском языке признание.</p>

вообще говорят в таких случаях, отозвалось в Пьере жгучим стыдом за себя.	
По результатам полемики учащиеся пишут сочинение-миниатюру с одним из предложенных вступлений: «Да, Пьер виновен, потому что...» «Нет, Пьер не виновен, потому что...» «Я не могу дать однозначного ответа, потому что...»	

4. Стратегия «Рамка», или «Статья»

Цель данной стратегии - собрать, систематизировать, отобрать и логически выстроить необходимую информацию на заданную тему.

Группе дается тема будущей статьи; если групп несколько, можно выбрать разные жанры работы: статья, тезисы доклада, лекция для студентов и т. д.

На первом этапе работы учащиеся получают задание составить план (простой или сложный) будущей статьи и презентовать его. Работа может быть оформлена на листе ватмана.

На втором этапе учащиеся получают разнообразные источники по заданной теме (это может быть текст, набор текстов, вырезки из статей, фотографии, рисунки, схемы), ножницы, клей, маркеры. Задача этого этапа - прочитать и проанализировать все источники, выбрать наиболее значимую информацию, раскрывающую заявленные пункты плана. Отобранная информация наклеивается на листе ватмана, недостающую информацию можно дописать.

По ходу работы ведется следующая таблица.

Наиболее ценная информация	«Белые пятна»	«Корзина»
Перечисляются наиболее ценные источники, факты, мнения, называются авторы	Фиксируется, каких сведений было недостаточно, почему некоторые пункты плана не раскрыты	Называются (или наклеиваются) источники или факты, которые не понадобились в работе

На третьем этапе идет презентация работы. При наличии времени можно прочитать получившуюся статью, а можно ограничиться комментариями, содержащимися в таблице.

На стадии рефлексии работают все вышеперечисленные приемы. Таблицы, схемы становятся основой для дальнейшей работы: обмена мнениями, эссе, исследований, дискуссий и т. д. Эти приемы и вне технологии способствуют развитию рефлексивных умений, вооружают ученика инструментами его будущей самостоятельной деятельности.

Говоря о метакогнитивных умениях, формируемых в процессе работы в режиме технологии, необходимо остановиться на ряде приемов, которые, с нашей точки зрения, в большей мере помогают эти умения сформировать. Это приемы, развивающие самооценку (например, «Лист самооценки»), приемы, направленные на самостоятельное планирование собственной деятельности (например, создание портфолио), приемы, позволяющие провести многоуровневую рефлексию (например, «Двухрядный круглый стол»).

5. Прием «Двухрядный круглый стол»

На этот прием мы хотим обратить особое внимание. Он имеет своей целью обмен мнениями по наиболее актуальной для участников проблеме. В процессе проведения «Двухрядного круглого стола» преподаватель делит участников на две группы.

Первая образует «внутренний круг». **Участники этой группы имеют возможность свободно высказываться по обсуждаемой проблеме. При этом важно, чтобы участники не критиковали точку зрения других, а коротко и четко высказывали собственное мнение.**

Участники второй группы («внешний круг») фиксируют высказывания участников внутреннего круга, готовя свои комментарии и вопросы. **Комментарии могут касаться: сути обсуждаемого вопроса, процесса обсуждения во внутреннем круге, закономерностей в высказываемых позициях, возможных причин подобных высказываний.**

Участники внутреннего круга должны кратко выразить свое мнение по обсуждаемой теме (проблеме), связывая его с предыдущими мнениями. Преподаватель осуществляет координацию работы, не вмешиваясь в содержание высказываний, направляя диалог в рамки обсуждаемой проблемы, фиксируя различные точки зрения. После окончания работы внутреннего круга преподаватель обращается к группе, образуя внешний круг. Участники внешнего круга работают в соответствии с правилами, описанными выше. В заключение работы преподаватель просит участников сформулировать выводы в устной или письменной форме, после чего представляет свои замечания и комментарии. Обобщая разговор о «Двухрядном круглом столе», необходимо остановить внимание на одной чрезвычайно важной проблеме, относящейся к развитию рефлексивного мышления. Мы имеем в виду, что развитие - это результат двунаправленного процесса: - с одной стороны, человек осознает и оценивает собственные действия и мысли, использует при решении задач метакогнитивные умения, сформированные у него ранее;- с другой стороны, сама эта рефлексивная саморегуляция подвергается вторичной рефлексии более высокого уровня, становясь специальным предметом анализа и оценки другими людьми, выступающими в функции своеобразных «наблюдателей». В той мере, в какой индивид учитывает эти оценки, он и получает возможность осознавать собственные метакогнитивные качества и при необходимости их корректировать (например, открытость своего мышления, степень терпимости к критике, умение постигать смысл деятельности, адекватность самооценки и т. д.). Подобного рода ситуации многоуровневой рефлексии довольно часто возникают в технологиях рефлексивного характера. Так, в технологиях, связанных с разработкой педагогических проектов, нередко деятельность большой «команды» распределяется по малым группам проектов, которые разрабатывают отдельные подпроекты; затем их результаты выносятся на общее обсуждение, в процессе которого проводится их рефлексивный анализ, осмысление и оценка. Таким образом, результаты первичной рефлексии становятся предметом рефлексии более высокого уровня.

ЧЕТЫРЕ ЮРИДИЧЕСКИХ ФАКТА ОТСУТСТВИЯ ПОЛНОГО СУВЕРЕНИТЕТА У РОССИИ:

1.) 9 статья Конституции РФ, пункт 2:

«2. Земля и другие природные ресурсы могут находиться в частной, государственной, муниципальной и иных формах собственности»

Пояснение

Не в одной западной стране (США, страны ЕС) НЕ РАЗРЕШЕНА частная собственность на природные ресурсы. Во всех «современных и демократических» государствах природные ресурсы принадлежат проживающему на этой территории населению (именно поэтому, корпорации вынуждены платить ренту местному населению своих стран). Но у нас всё иначе. О чем это говорит? О том, что Россияне не являются собственниками своих ресурсов (в конституции СССР все ресурсы принадлежали народу).

Этот факт говорит об отсутствии полного суверенитета у России, нас рассматривают как сырьевую колонию Запада.

2.) Статья 15 Конституции РФ:

«4. Общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы. Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора»

Пояснение

Если РФ был подписан договор о ПРИЗНАНИИ решений международных судов (например, Гаагского третейского суда), то, в случае вынесения им решения, Россия ОБЯЗАНА выполнить его решение.

Что получается? Какой-то суд, даже не находящийся в России, может указывать целой стране, что и как делать. В качестве примера, приведем подачу бывшими акционерами «ЮКОСа» иска в Гаагский третейский суд с просьбой взыскать с России 50 млрд. долларов. В случае принятия решения о взыскании, РФ (а значит мы все) будем обязаны выплатить эти 50 миллиардов.

Как известно такое решение по ЮКОСу было принято. Россия вынуждена оспаривать это решение!

3.) Статья 75 Конституции РФ, пункт 2.

«2. "Защита и обеспечение устойчивости рубля – основная функция Центрального банка Российской Федерации, которую он осуществляет независимо от других органов государственной власти»

Пояснение

Как мы видим, ПРЯМО В ОСНОВНОМ ЗАКОНЕ страны сказано, что ЦБ не от кого не зависит. Почему в РФ выдают кредиты под 25-30%, а в США под 5-6% годовых? Потому что ЦБ РФ специально завышает ключевую ставку, чтобы сделать кредит более дорогим и, таким образом, не давать развиваться РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ. Зачем ЦБ это нужно?

После 1991 года Западу больше не нужны экономически сильные конкуренты, поэтому через механизм НЕЗАВИСИМОГО Центрального банка Запад СПЕЦИАЛЬНО ТОРМОЗИТ развитие России. Наша задача - подчинить ЦБ государству и дать возможность президенту и правительству влиять на монетарную политику в России.

4.) Статья 107 Конституции РФ, пункт 3:

«3. Если Президент Российской Федерации в течение четырнадцати дней с момента поступления федерального закона отклонит его, то Государственная Дума и Совет Федерации в установленном Конституцией Российской Федерации порядке вновь рассматривают данный закон. Если при повторном рассмотрении федеральный закон будет одобрен в ранее принятой редакции большинством не менее двух третей голосов от общего числа членов Совета Федерации и депутатов Государственной Думы, он

подлежит подписанию Президентом Российской Федерации в течение семи дней и обнародованию».

Пояснение

Таким образом, даже при ОТКЛОНЕНИИ президентом АНТИНАРОДНОГО закона, при повторном принятии, ПРЕЗИДЕНТ ОБЯЗАН ЕГО ПОДПИСАТЬ, даже если категорически с ним не согласен, либо он нарушит конституцию России.

Именно так появляются «законы» об образовании, МОНЕТИЗАЦИИ льгот, ведь президент просто не может отклонить их более 1-го раза.

Узнай БОЛЬШЕ на сайтах: ЗА СВОБОДУ.РФ WWW.ФАКТЫ-ОККУПАЦИИ.РФ
WWW.IRK-NOD.RU vk.com/nodirk

Приложение №18

Автор данного пособия неоднократно участвовал в создании подобных клубов по интересам. Клуб творческой молодёжи г.Усолье-Сибирское Иркутской области (1983-87 гг.) объединял молодых художников, литераторов, театралов, кино-фотолюбителей, журналистов. Многим из его участников встречи в клубе помогли в дальнейшем творчески самореализоваться в различных профессиях (профессиональная социализация), которые тесно соприкасались с их увлечениями.

Литературное объединение «Ангара» г.Усолье-Сибирское при газете «Ленинский Путь» (1985-88 гг.). Этот клуб объединял самодеятельных писателей города и района, причём, разного возраста. Занятия проходили в форме презентации и последующего обсуждения новых стихов и рассказов участников клуба. Т.е. в рамках его так же велась неформальная образовательная деятельность. В последствие большинство литобъединенцев выпустила в свет свои книги, а в период активной деятельности литературного объединения их произведения печатались в литературной странице, которая периодически выходила в газете.

Клуб по интересам при Молодёжно-жилищном комплексе «Энтус» г. Усолье-Сибирское (1988-91 гг.). Объединял равнодушных молодых людей, которые организовывали проводили многочисленные культурно-просветительные вечера, фестивали, активно сотрудничали с кабельным телевидением «Эхо», где выступали в качестве дикторов, ведущих телевизионных программ, телевизионных шоу.

Пресс-центр гимназии №1 г. Усолье-Сибирское (1993-1997 гг.). Объединял детей и подростков учебного заведения, которые готовили выпускали стенные и рукописные газеты, радиопередачи для школьного радио. Многие из ребят заинтересовались профессией журналиста и, в последствие, поступили и закончили отделение журналистики Иркутского государственного университета. Ими была создана в своё время детско-юношеская газета «Будущел», о деятельности которой мы немного расскажем далее в нашем пособии.

Приложение №19

Детско-юношеская газета «Будущел»²⁹⁰, была создана в пресс-центре гимназии №1 г. Усолье-Сибирское в 1995 году как рукописное издание. Просуществовала в разных формах, в том числе, и в качестве печатного издания до 2003 года.

Региональная сибирская литературная народная газета «Александровский Централ» (2001-2003 гг.) выходила в свет в г.Иркутске. Объединяла людей разных возрастов,

²⁹⁰ Будущел – человек идущий в будущее, неологизм В.Хлебникова

увлекающихся литературным творчеством и проживающих на территории Иркутской области. О том что газетой было на относительно короткий период создано уникальное информационно-ценностное пространство в рамках которого творческие люди объединились в дискурсивное сообщество, свидетельствует тот факт, что за короткую свою она успела стать лауреатом Седьмого Всероссийского фестиваля прессы «Вся Россия-2002» в номинации «Освещение проблем национальной культуры и духовного возрождения» (г. Москва, 2002 г.), победителем межрегионального конкурса «Сибирь – территория надежд» в номинации «Лучшее СМИ Сибири» (г. Новосибирск, 2003 г.), дипломантом Всероссийского конкурса на ежегодную премию за лучшее и систематическое освещение в электронных и печатных СМИ темы патриотического воспитания граждан (г. Москва, 2003 г.). Газета награждена на этом конкурсе специальным дипломом «Патриот России».

Авторы газеты профессор Иркутского государственного университета Л. Л. Ермолинский – победитель межрегионального конкурса «Сибирь – территория надежд» в номинации «Лучший очерк» за цикл очерков «А. П. Чехов в Сибири», опубликованный в «АЦ» (г. Новосибирск, 2003 г.), П. Мигалев – лауреат областного конкурса профессионального журналистского мастерства за статью «Гайны подземного Иркутска», опубликованную в «АЦ» (г. Иркутск, 2003 г.), профессор Иркутского государственного университета В. И. Зоркин – награжден денежной премией и знаком «Серебряная запятая» на фестивале областной прессы за очерк «Сибирские землепроходцы и мореходы» (г. Иркутск, 2004 г.).

Общественно-литературная газета «Народно *обозрение*» (2007-2012 гг.) выходила в свет в г. Иркутске и осуществляла информационное сопровождение неформальной образовательной деятельности Высшей народной школы²⁹¹ (ВНШ) при «Восточно-Сибирской государственной академии образования».

Литературно-художественный альманах «Родные берега» (2014 г.) издан литературным клубом ВНШ. Так же издается литературным клубом ВНШ научно-популярный, литературно-художественный альманах «Народное *обозрение*» (2014, 2015 гг.). Главной целью альманахов является дать возможность творчески самовыразиться слушателям ВНШ и рассказать жителям и гостям Иркутска о жизни, творчестве всех кто участвует в общественно-образовательной деятельности школы.

²⁹¹ Высшая народная школа (ВНШ) г.Иркутска – общественная инициатива, которая возникла в 2009 году при Педагогическом институте сначала Иркутского педагогического университета, который затем был преобразован в Восточно-Сибирскую государственную академию, а затем в 2015 году вошёл в состав Иркутского государственного университета. Состав около трёхсот слушателей и более 10 преподавателей-добровольцев. Принципы деятельности: неформальное, бесплатное, гибкое образование.

Краткие сведения об авторе

Гордин Александр Иннокентьевич, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной педагогики и психологии «Восточно-Сибирской государственной академии образования», доцент кафедры журналистики и медиаменеджмента Иркутского государственного университета, член Союза журналистов России. Автор более шестидесяти научных публикаций, в т. ч. монографий «Себя забывший бог: педагогический потенциал поэзии М. Волошина» (2007 г.), «Ценностное самоопределение взрослых средствами общественно-литературной газеты в процессе информального образования» (2008 г.), «Информальное и неформальное образование взрослых: вопросы практики и теории» (2010 г.), «Социально-педагогические эффекты общественно-образовательной деятельности сибирской литературной газеты» (2012 г.) и учебно-методических пособий «Социализация личности в информационно-ценностном пространстве средств массовой коммуникации» (2006 г.), «Освещение национальных проблем и связь с общественностью в деятельности СМИ: социально-педагогический аспект» (2012 г.), «Социально-педагогические качественные полевые исследования» (2012 г.), «Искусство мыслить» (2015 г.), «Педагогические стратегии формирования социального капитала личности» (2016 г.).

Имеет многолетний опыт работы в сфере неформального и информального образования взрослых. В разные времена возглавлял литературное объединение г. Усолья-Сибирского (1986–89 гг.), молодёжную редакцию «Будущел» (1993–2000 гг.), усольское отделение Союза журналистов России (2000–2006 гг.). Был литературным сотрудником газеты «Ленинский Путь» (1985–88 гг.), главным редактором кабельного телевидения «Эхо» г. Усолья-Сибирского» (1989–1991 гг.), а также редактором и издателем газет, выходящих в свет на территории Иркутской области: «Свеча» (усольский вариант, 1997–2000 гг.), «Усольские новости и мировые репортажи» (2000–2003 гг.), сибирской литературной народной газеты «Александровский Централ» (2001–2003 гг.), которая является лауреатом и победителем нескольких всероссийских и межрегиональных конкурсов профессионального журналистского мастерства.

С 2005 г. Александр Иннокентьевич участник сетевого проекта «Обучающийся регион». При поддержке Российского гуманитарного научного фонда осуществлял исследовательский проект «Традиции неформального образования взрослых в сибирской печати и пути их актуализации в современной России» (2007–2009 гг.). Один из региональных координаторов организации акции ЮНЕСКО «Неделя образования взрослых» в России (г. Иркутск – 2007 г.).

Один из создателей и в настоящее время член совета директоров Высшей народной школы г. Иркутска, руководитель литературного клуба при этой школе, редактор художественно-публицистического альманаха «Родные берега» (2014 г.) и научно-популярного, художественно-публицистического альманаха «Народное обозрение» (2014, 2015 гг.).

А.И. Гордин

Информационная социализация

Учебно-методическое пособие

Подписано в печать 28.04.2016.

Формат 90х60 1/16. Усл. печ. л. 21,39. Тираж 100 экз. Заказ № .
Отпечатано в ООО «Типография «Иркут», 664020, ул. Новаторов, 3,
664007, ул. Франк-Каменецкого, 24, офис 204, тел. 203-523.

