

учебной группе являются: социально-образовательные проекты и акции, коллективные творческие дела, аукционы, тренинги, проблемно-ценностное общение (диспуты, дебаты, дискуссии) и пр.

Следовательно, социализирующее влияние учебной группы на творческое развитие личности – это учет индивидуальных возможностей и творческих способностей студентов, их включение в активную совместную творческую деятельность; учет социальных условий, в которых живет студент и реализует себя как личность; учет социально-педагогических возможностей малой социальной группы в адаптации и обособлении человека к окружающей среде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Андреева Г. М.** Социальная психология. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 363 с.
2. **Философский словарь** / под ред. М. М. Розенталя, П. Ф. Юдина. – М. : Политиздат, 1963. – 554 с.
3. **Философия.** Основные идеи и принципы / под ред. А. И. Ракитова. – М. : Политиздат, 1990. – 368 с.
4. **Мудрик А. В.** Социальное воспитание в воспитательных организациях // Вопросы воспитания. – 2010. – № 4 (5). – С. 38–43.
5. **Новикова Л. И.** Педагогика воспитания: избранные педагогические труды / под ред. Н. Л. Селивановой, А. В. Мудрика ; сост. Е. И. Соколова. – М. : ПЕРСЭ, 2010. – 336 с.
6. **Педагогика** : учеб. пособ. / под ред. П. И. Пидкасистого. – М. : Пед. об-во России, 2001. – 640 с.
7. **Фролов С. С.** Социология. – 3-е изд., доп. – М. : Гардарики, 1999. – 344 с.
8. **Волков Ю. Г.** Социология / под ред. В. И. Добренькова. – М. : Дашков и К ; Ростов н/Д : Наука-Пресс, 2007. – 384 с.
9. **Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М.** Социальная психология малой группы. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 318 с.
10. **Психология** : словарь / под ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М. : Политиздат, 1990. – 494 с.
11. **Мудрик А. В.** Социальная педагогика / под ред. В. А. Сластенина. – М. : Академия, 2005. – 200 с.
12. **Ясницкая В. Р.** Социальное воспитание в классе: теория и методика. – М. : Академия, 2004. – 352 с.

Принята редакцией: 15.05.2013

УДК 37.0 + 316.3/4

ВЛИЯНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НА ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-ИДЕОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ

О. А. Сухарева (Москва)

В статье обозначены актуальные проблемы влияния связей с общественностью на формирование культурно-идеологических ценностей мо-

лодежи. Автором анализируются функции СМИ и их влияние на сознание, личностное становление, мышление молодых людей.

Ключевые слова: средства массовой информации, связи с общественностью, ценностная структура, воспитание молодежи, культура, идеология.

THE INFLUENCE OF THE “PUBLIC RELATIONS” ACTIVITY ON THE FORMATION OF CULTURAL-IDEOLOGICAL VALUES OF THE YOUTH

O. A. Sukhareva (Moscow)

The article features the topical problems of the influence of PR on the formation of the cultural-ideological values of the youth. The author analyzes the functions of the media and their influence on awareness, self-consciousness and intelligence of young people.

Key words: media, public relations, evaluation structure, young people's upbringing, culture, ideology.

Общество в эпоху модернизации активно формирует ценности, личностные смыслы и нормы молодого поколения. Ценностные ориентации, нравственный анализ окружающей действительности и своих поступков формируется под влиянием семьи, системы образования, религии, культуры и, несомненно, средств массовой коммуникации. Девиз молодежи сегодня: быть современным, а значит, востребованным, – следовательно, быть мобильно информированным в разных сферах. Поэтому проблема процесса и силы воздействия средств массовой информации на мышление и нравственное развитие молодого поколения не теряет своей актуальности. Отсутствие четкого контроля за деятельностью «связь с общественностью», несмотря на законы, создает искаженное восприятие действительности, идеологии, норм морали у молодого поколения. Эти факторы пытаются корректировать образовательные и культурные учреждения, так как у семьи на это мало времени, но делаемого недостаточно.

В формировании культурно-идеологических ценностей молодежи огромная роль отводится деятельности средств массовой информации. Связь с общественностью – специфическое образование, в зарубежной практике носит название «публик рилейшнз», ПР (Public Relations, PR). Под сферой ПР понимают широкую совокупность видов деятельности, связанных с целенаправленным производством и функционированием в обществе эффективных систем публичных коммуникаций [1, с. 64].

Современная молодежь потеряла интерес, да и способность к живому общению. Всего сто лет назад мир знаний людей формировался на основе личных коммуникаций, путешествий, профессиональной деятельности, а сегодня все то, что происходит в мире, можно узнать, не выходя из дома. Телевидение и Интернет вытеснили из цивилизованных потребностей

© Сухарева О. А., 2013

Сухарева Ольга Анатольевна – соискатель кафедры человековедческих технологий и физической культуры, Академия социального управления.

E-mail: osuhareva@mail.ru

современной личности посещение театров, музеев, библиотек, выставок. По прогнозам компании Cisco, число пользователей Интернета в России составляет почти 40 млн человек, а к 2015 г. оно превысит 60 млн. Темп роста российских информационных технологий более чем в два раза превышает мировой и составляет 20 % в год, а между тем доля российских информационных технологий в мировом рынке составляет не более 0,7 %, а денежный оборот от них – 7 млрд дол. США в год [2]. За последние десятилетия концепция ценностей в российском обществе преобразовалась под воздействием политических, рыночных, общественных изменений. Переход к экономическим реформам привел к отрицанию прежней идеологии, а потому и к изменению ценностных установок. Система неуправляемой социализации, включающая в том числе влияние СМИ, втягивает молодых людей в информационное поле, создавая искусственную систему потребностей и интересов, которая формирует искаженную иерархию ценностей. С. Кара-Мурза считает, что СМИ сегодня представляют собой инструмент идеологии, а не информации, а главное в их сообщениях – идеи, внедряемые в наше сознание контрабандой [2, с. 123]. Происходит обесценивание российского образования, поэтому актуально желание молодежи получить образование за рубежом или в престижных вузах России, действующих в партнерстве с иностранными учебными заведениями. Увеличился масштаб разграничивающих ценностей: «ложь во благо», «самопрезентация личности», «анализ своей жизни по частным критериям», «свобода выбора» в формировании личностных характеристик молодого человека, причем немалую роль играют ценности [1].

Действенность влияния современных средств массовой информации на молодое поколение неоспорима. В большей степени это влияние негативно: рост насилия в обществе, проявление всевозрастающей разрозненности поколений. А. В. Федоров, К. А. Тарасов, В. Н. Лопатин, изучая последствия восприятия экранного насилия, показали, что у детей и подростков формируется готовность к агрессивным действиям, в результате закрепления установок о допустимости физического насилия по отношению к окружающим; усвоение образа агрессора, изучение его поступков, поведения и применение этих шаблонов в реальности. Таким образом, информация, пропагандирующая насилие, в развитии детской и подростковой психики формирует агрессивность и склонность к вандализму «как составляющие общеличностной идентичности человека» [3]. Также пропагандируется распад традиционных человеческих ценностей, отсутствие у молодежи нравственных ориентиров, незнание и искажение представления молодежи об истории своей страны и мировой истории, утрата чувства патриотизма, любви к Родине, осознания долга и ответственности.

Проведем анализ наиболее востребованных интернет-ресурсов: ежедневно увеличивается число активных аккаунтов в социальных сетях «Одноклассники», «Facebook», «ВКонтакте». В процессе пользования социальными сетями осуществляются коммуникативные, познавательные функции, человек виртуально самовыражается, создает себе креативный образ, он свободен внутренне, ведь часто в реальности комплексы мешают заявить о себе.

Сайты знакомств также очень востребованы среди молодых пользователей. Они позволяют найти спутника жизни не выходя из дома. По статистике, которую приводит известный сексолог А. М. Полеев, каждый четвертый брак в Москве осуществляется в результате знакомства по Интернету. В мире бизнеса, где мало времени приходится на личную жизнь, «свою судьбу» предприниматели, а точнее их помощники, специально нанятые на эту должность, ищут на сайтах знакомств. Особой популярностью пользуются электронные ресурсы с фильмами, музыкой, разного рода роликами, где молодежь может быстро и в свободном доступе посмотреть и послушать что угодно.

Однако очевидны и минусы данного вида средств массовой информации: отсутствие безопасности (социальные сети часто используются преступными личностями и людьми с сексуальными отклонениями); недопустимая реклама сексуального характера, сигарет, алкоголя; травмирующая, пугающая, агрессивная информация без учета возрастных ограничений, а также зависимость от той виртуальной жизни, где ты успешный, независимый, уникальный. Интересный факт приводит эксперт Совета Федерации Н. Е. Маркова, анализируя рынок современных игровых компьютерных технологий: многие электронные игры строятся на действии – убийство. То есть, в играх и на многих Интернет-сайтах разрешается то, что запрещено культурой или законом.

Телевидение транслирует молодому поколению деформированные ценности, часто выстроенные на субъективном мнении, в коммерческих целях. Например, нашумевший документальный фильм «Девственность» режиссера В. Манского (награды «Белый слон» за лучший документальный фильм, 2008 г., главный приз фестиваля «Московская премьера», 2008 г.) в аннотации уведомляет: «В современном мире продается и покупается все <...> Обложки глянцевого журнала пестрят красотками в брендовых шмотках. Эти гламурные девицы призывно заглядывают тебе в глаза: “Купи, купи, купи”. Страницы желтой прессы завалены подробностями личной жизни разных звезд и звездулечек. Популярнейшая тема: кто с кем спит. И главное, за что? “Ты молода, красива и длиннонога? Так продай это все, продай, продай. <...> Но только ли девственность сегодня готов продать современный человек”. В фильме показано, как три молодые девушки из провинции решают продать свою девственность. Одна хочет заплатить за образование, другая попасть на скандальный реалити-проект и подарить девственность популярному участнику шоу, третья мечтает стать мировой звездой и быть материально обеспеченной. Вот резюме автора: «Не беда, можно продать друзей, родителей и какие-то там “вечные ценности”. Главное, чтобы цена у этих “ценностей” была приемлемой».

Безусловно, фильм давит на общественные болевые точки, обнажает реальность, но также данное произведение можно рассматривать как инструкцию по применению: «если мне станет плохо, и я упаду на дно, или мне нужно стать популярным, или во что бы то ни стало добиться своей цели, – у меня всегда есть что продать». В современном телевидении наряду с образовательными, детскими передачами транслируются программы «без правил», где авторы могут выразить свою точку зрения, осветить

свой взгляд на ту или иную социальную проблему, но важно понимать, что кого-то эта информация может заставить задуматься, переосмыслить, понять, а кого-то принять за шаблон поведения и рекомендуемый образ жизни.

Многие ученые, которые освещали проблемы неблагоприятного воздействия СМИ на психику людей, особенно молодежи, а также изучавшие механизмы манипулирования массовым сознанием с помощью средств массовой информации, считают, что главным оружием деятельности СМИ является внедрение в бессознательное людей.

Л. П. Гримак отмечает, что во время просмотра телепрограмм зритель погружается в трансное состояние, и программирование человека происходит в форме постгипнотического внушения, что негативно сказывается на нервной системе детей и подростков, формируя у них защитную тормозную реакцию, которая ограничивает функции восприятия и анализа информации, но усиливает механизмы ее программирования [4, с. 74].

Г. Шиллер, вице-президент Международной ассоциации по научным исследованиям средств массовой информации, говорит об эффекте постоянно прерывающихся радио- и телевизионных программ для трансляции рекламы. Он считает, что «постепенное увеличение промежутка времени, когда дети концентрируют внимание на чем-то одном, может стать фактором, с помощью которого можно управлять развитием их умственных способностей» [5]. Однако телевидение может играть и терапевтическую роль, избавляя людей от неврозов, например, при просмотре фильмов. Известен факт, что фильмы-драмы, такие как, например, «Груз 200», вызывают у человека аффективное состояние психики, что снимает соматические проблемы, вводит в состояние катарсиса, и это более эффективно, нежели методичная работа психотерапевта.

Печать, которая в прошлом столетии была самым популярным видом СМИ, с появлением телевидения и интернета стала терять свои позиции. Чтобы конкурировать с активными видами средств массовой информации, появилось множество «желтых изданий» по доступной цене, которые не уступают в освещении скандалов, интриг, расследований. Молодежные журналы «Cool Girl», «Oops!», «Молоток», «Штучка», «Хулиган» и другие пестрят страницами обнаженных девушек, информацией о половой жизни, разборках в школе, модной «тусовке».

Результаты проведенного автором социологического исследования в подмосковных муниципальных бюджетных образовательных учреждениях «Лицей «Дубна» и средней школе № 2 г. Дубны Московской области, частной московской школе «Ренессанс», а также интернет-интервью, выявляют осознание молодежью роли социализирующих воздействий. В опросе принимали участие 300 респондентов в возрасте 17–35 лет. Влияние СМИ на личность признают 73 % молодых людей. Ощущают потребность в нравственном контроле над содержанием телевизионных программ 85 % опрошенных, при этом девушек на 22 % больше. Вот наиболее интересующие молодежь сферы, которые пропагандируют средства массовой информации: новости и скандалы в шоу-бизнесе и политике, затем секс, отношения между полами, далее – Интернет, компьютерные игры, деньги, образование, карьера, путешествия. Важно отметить, что 52 % молодых людей считают, что современные российские СМИ не уделяют должного внима-

ния информации, формирующей качества гражданина и патриота. Более того, 60 % респондентов указывают на то, что в СМИ много сообщений, пропагандирующих свободные отношения, что компрометирует семейные ценности. Процесс воспитания современной молодежи представляет собой специально организованную деятельность, направленную на формирование определенных качеств и ценностей человека под влиянием разнообразных факторов социальной жизни [6]. Социальные, нравственные качества молодежи образуются в конкретной социально-культурной среде. Поэтому актуальной проблемой в России является моральное и духовное воспитание молодежи в условиях интенсивного развития средств массовой информации, на лучших примерах отечественной и зарубежной культуры.

СМИ в условиях рыночной экономики лишились некогда важнейших функций воспитания, формирования и просвещения личности. Сейчас основная цель средств массовой информации – это получение прибыли, манипулирование мыслями и поведением людей, и на пути к успеху используются средства, обеспечивающие активное привлечение массовой аудитории. С помощью деятельности «связь с общественностью» ценности у молодежи формируются осознанно и неосознанно. Иногда молодой человек не осознает, почему он отдает предпочтение тем или иным ценностям, зачастую ложным и безнравственным, которые сегодня активно навязываются подрастающему поколению российскими средствами массовой информации. Опытные PR-специалисты стараются придать данным ценностям заманчивый вид, с установкой на усвоения их на образно-эмоциональном уровне, причем достижение этого часто невозможно имеющимися в обществе легальными средствами. Реальная неэффективность законных путей подталкивает молодых людей на поиск нелегальных, нередко противоправных способов их приобретения.

Прогресс и модернизация экономики и политики привели к тому, что резко снизились те высоконравственные ценности, которые присутствовали у молодежи страны Советов. Сейчас часто критикуют политику советского воспитания, но одной из приоритетных задач той системы было формирование личности в соответствии с заданными идеологическими установками. В советское время агитационно-пропагандистские мероприятия достигали определенных целей по следующим причинам: достаточно сформированная агитационно-пропагандистская система, активное проведение информационных мероприятий, высокое качество средств и методов пропаганды (привлекались лучшие творческие кадры, использовались слоганы из произведений советской литературы, кинематографа и др.). В советский период активно осуществлялось включение детей и подростков в деятельность средств массовой информации, что способствовало развитию у молодежи не только эмоционально-позитивной реакции на агитационную деятельность, но и мотивации к творческой самореализации и самопрезентации. Если говорить о практических особенностях деятельности «связь с общественностью» в советский период, то «дело пропаганды и агитации стояло в СССР на высоте недоступной» [7].

С чем связано сегодня снижение качества информации, подаваемой СМИ? По мнению социологов, на это есть ряд причин: во-первых, досто-

верно информировать общество по социально-экономической тематике становится все труднее из-за ограничения доступа к информации. Во-вторых, информацию преподносят недостаточно компетентные журналисты. В-третьих, информационные барьеры, возникающие в СМИ, появляются из-за нарушений закона «О средствах массовой информации». В-четвертых, качественное освещение проблематики затруднено из-за перехода большинства источников информации на рыночную основу, вследствие чего издания и телевизионные каналы вынуждены сокращать площадь, отведенную под содержательные материалы, в пользу рекламных и коммерческих публикаций.

Так как деятельность «связь с общественностью» занимает в развитии общества особое место, а ее воздействие на человека начинается в самом раннем возрасте и продолжается всю жизнь, важнейшей проблемой является оптимальное использование СМИ в формировании политической культуры молодежи, духовного общения людей. Учитывая современные условия, образ жизни, когда радио, телевидение, пресса становятся носителями общественного сознания, агентами социально-политического воспитания масс, автор считает, что в государственной информационной политике необходимо усилить внимание к важнейшим вопросам противодействия негативному влиянию СМИ на молодежь.

Современное качество образования включает в себя воспитание нравственности, ответственности, инициативности и компетентности молодого поколения. Образовательные учреждения проводят работу по формированию культурно-идеологических ценностей молодежи, но не всегда удается полноценно оказать воздействие, так как СМИ являются мощным источником, влияющим на общественное сознание. Также одной из актуальных проблем становится интернет-зависимость, которая угрожает нервно-психическому состоянию молодых людей и не изучена до конца [8, с. 70].

Поэтому в эпоху интенсивного развития информационного общества насущной задачей остается проведение профилактической работы по интернет-зависимости молодежи. Вращаясь в безумном ритме современной жизни, молодые люди испытывают нервно-психическое напряжение, дисгармонию внутреннего состояния, информационное пресыщение, нехватку времени на коммуникации с близкими. Необходимо создавать для молодых людей условия для личностного роста (организация тренингов самопознания, общения, личностного развития, уверенности в себе).

Образовательным учреждениям в рамках учебно-воспитательной деятельности целесообразно вводить элективные курсы, которые позволяют формировать у учащихся навыки работы с информацией, критичность мышления, самооценку, ответственность за свои поступки. Также одним из эффективных направлений можно считать организацию мероприятий, где молодежь могла бы обсуждать причины, последствия негативного влияния средств массовой информации, предметно анализировать деятельность СМИ (чтение статей, печатной продукции, просмотр телепередач, фильмов, новостей, осуществление подробного анализа с экспертом, который поможет выявить механизмы и приемы влияния и манипуляции). Это воспитывает в подростках умение понимать цель, на-

правленность, скрытый смысл содержания информационных потоков любой направленности, формирует представление о влиянии информации на психику человека, о манипулятивных функциях СМИ.

Необходимо позиционировать здоровый образ жизни в молодежной среде, через популярные каналы СМИ, средствами и возможностями культуры и спорта, а также исследовать круг интересов молодежи, помимо Интернет, учитывать эти интересы в организации клубной и досуговой деятельности, а с целью привлечения молодых людей сделать данное времяпрепровождение доступным с материальной точки зрения.

Особое место в работе с молодежью следует уделить семейным технологиям: усилению значимости семьи в жизни человека, формированию гармоничных семейных отношений, ориентированию в досуговой деятельности близких, воспитательным функциям семьи (клубы знакомств, семейные центры, консультанты по работе с семьями). Для данного спектра работы необходимо привлекать специалистов разных сфер: медицинской, правоохранительной, психолого-педагогической. Эффективность проводимых мероприятий может быть достигнута только в системности.

Важно, чтобы в школах работал специалист, который отвечает за деятельность «связь с общественностью», и одной из основных функций его работы являлось как тесное взаимодействие со средствами массовой информации, так и формирование общественного мнения и в образовательном учреждении, и у широкой общественности. По мнению автора, целесообразно ввести в системе педагогического образования и, прежде всего, последиplomной переподготовки работающих педагогов курс «Организация деятельности связь с общественностью» в образовательных дошкольных и школьных образовательных учреждениях», открыть в педагогических вузах факультет «Профессия пиармен образовательного учреждения», в педагогических СМИ регулярно освещать опыт работы служб по «связи с общественностью», работающих в зарубежных и отечественных образовательных учреждениях; региональным органам управления образовательными учреждениями стоит ежегодно проводить конкурс «Лучшие достижения по организации деятельности по связи с общественностью в образовательных учреждениях».

В современных условиях, когда общество стремительно меняется, происходит переосмысление роли культуры, обновление ее форм и функций. Принимая в расчет влияние средств массовой информации на сознание и поведение подрастающего поколения, не только через знания об окружающем мире, но и путем изменения самого человека, следует отметить, что деятельность «связь с общественностью» в современном обществе должна ориентироваться на обмен духовными ценностями между поколениями, что, в свою очередь, является важным компонентом в динамично изменяющемся мире.

С помощью средств массовой информации продвигается множество разнообразных смыслов и новых тождественностей, изменяется мышление людей. Автор разделяет мнение о том, что в массовом телевизионном вещании назревает насущная потребность организации национального общественного телевидения. Такое телевидение позволит реализовать

актуальную потребность общества и государства в изменении сущности информационных потоков. Преобразование их смысла должно значительно укрепить культурно-просветительскую часть информационного поля, с преимуществом доли детских и молодежных программ. Телевидение такого рода – необходимое условие для становления гражданского общества.

Изучение средств массовой информации сегодня важно, так как процессы развития информационных технологий и переоценка их значимости в жизни человека идут в унисон. Автор считает, что следует усилить требования к СМИ, которые призваны не только освещать информацию, но и отвечать за ее достоверность, стоит ввести цензуру на информацию сексуального характера, систематически оказывать пиар-поддержку дискредитируемым профессиональным сферам (правоохранительные органы, система здравоохранения и образования, армия), формировать гражданскую позицию и социокультурные ценностные ориентиры молодежи, уделять особое внимание государственной идеологии как совокупности официально признанных доктрин во всех ключевых сферах жизнедеятельности общества, основанных на его интересах и ценностях, традициях и перспективах, достижениях, трудностях и проблемах.

Таким образом, структура деятельности «связь с общественностью» сегодня во многом нуждается в доработке, потому что благодаря отсутствию контроля информационного поля, самоуправству частных компаний, использованию провокационных материалов в СМИ искажается сознание молодых людей, деформируется мировоззрение молодежи. Роль средств массовой информации, в первую очередь, состоит в том, чтобы формировать в молодом поколении нравственные чувства, способность к анализу, критичности взглядов. Зрелая личность, имеющая подобный инструментарий, сможет противостоять информационному негативу. Это задача государства, так как от уровня культуры и индивидуальной моральной позиции молодого поколения во многом зависит социально-экономическое процветание и развитие России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Богомолова М. Н.** Роль коммуникации в современном гражданском обществе // Гуманитарные научные исследования. – Сентябрь, 2012. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://human.snauka.ru/2012/09/1654> (дата обращения: 05.01.2013).
2. **Роль СМИ** в формировании политических и духовно-нравственных ценностей современного российского общества. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://odiplom.ru/> (дата обращения: 05.01.2013).
3. **Тарасов К. А.** Негативная идентичность в современной молодежной аудитории // Кинематограф в современном мире: источник духовного сближения или конфронтация? – [Электронный ресурс]. – URL: – <http://www.niikino.ru/news/conf2006/identity1.shtml> (дата обращения: 10.02.2013).
4. **Грибак Л. П.** Гипноз и телевидение (истоки нашей страсти к телевидению) // Прикладная психология. – М. : Магистр, 1999. – № 1. – С. 74–81.
5. **Зелинский С. А.** Манипулирование массовым сознанием с помощью СМИ. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://psyfactor.org/lib/zln1.htm> (дата обращения: 05.01.13).
6. **Влияние** средств массовой информации на воспитание молодежи. – [Электронный ресурс]. – URL: www.allbest.ru (дата обращения: 05.01.2013).

7. **Научная** энциклопедия. Пропаганда и агитация. Опыт пропаганды и агитации советского периода. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://book-science.ru> (дата обращения: 05.01.13).
8. **Корытникова Н. В.** Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий // Социс. – № 2. – 2010. – С. 70–79.

Принята редакцией: 30.05.2013

УДК 37.0

РЕАЛИЗАЦИЯ ГУМАНИСТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ ЧЕРЕЗ РАЗВИТИЕ КОУЧИНГА

О. В. Зиневич, Э. Д. Петрова (Новосибирск)

Анализируются современные модели образования: традиционная и гуманистическая. Описывается появившаяся относительно недавно новая технология обучения коучинг, его принципы, методы, приемы и сферы применения. Обсуждается возможность использования коучинга в современных условиях в качестве инструмента, способствующего реализации принципов гуманистической образовательной модели.

Ключевые слова: коучинг, модели образования, личностно-ориентированная модель образования, технологии образования.

REALIZATION OF THE HUMANISTIC MODEL OF EDUCATION THROUGH THE DEVELOPMENT OF COACHING

O. V. Zinevich, E. D. Petrova (Novosibirsk)

In the article, the modern models of education are analyzed: the traditional and the humanistic ones. There is described a new technology of education, coaching, which has appeared relatively recently: its principles, methods, techniques and areas of application are presented. The possibility is discussed of using coaching in modern conditions as a tool promoting realization of the principles of the humanistic educational model.

Key words: coaching, models of education, personality-based model of education, technology of education.

Говоря об образовании, часто используют такое понятие, как модель образования, где под моделью понимается система объектов или знаков,

© Зиневич О. В., Петрова Э. Д., 2013

Зиневич Ольга Владимировна – доктор философских наук, заведующая кафедрой международных отношений и регионоведения, Новосибирский государственный технический университет.

E-mail: zinevich@fgo.nstu.ru

Петрова Эльвира Джуратовна – аспирант кафедры международных отношений и регионоведения, Новосибирский государственный технический университет.

E-mail: petelvira@gmail.com