

Адамьянц Т.З.

СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ: ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ МЕХАНИЗМЫ САМООРГАНИЗАЦИИ И САМООПРЕДЕЛЕНИЯ¹

Актуальность изучения процессов самоорганизации сложных систем декларируют многие современные научные направления (философия), технические, гуманитарные дисциплины. Для социальной науки такое изучение важно в свете проблем самоорганизации разного рода социумов, коллективов, общностей, решения задач социально ориентированного управления, а также для исследования особенностей самоопределения личности. При этом вектор самоорганизации и самоопределения всегда подразумевается как социально значимый, обеспечивающий, с одной стороны, стабильность и устойчивость общественного развития, с другой — гуманитарно-гармоничное развитие человека.

Для решения столь сложной задачи необходим междисциплинарный подход, обеспечивающий комплексную диагностику многофакторных, взаимозависимых явлений. Следует назвать социально значимые характеристики социокультурной среды, способствующие или, напротив, мешающие позитивной направленности процессов самоорганизации в социуме, и обозначить характеристики-индикаторы, соотносящиеся со степенью социальной и гуманитарной направленности личностных представлений о действительности и своем месте в ней.

Получение таких данных особенно важно для исследования реалий, связанных с молодежью; от морально-нравственных, профессиональных, социокультурных характеристик молодого поколения зависит его будущее и судьбы общества, страны, цивилизации.

Принципиально новые возможности изучения комплекса обозначенных проблем открывает семиосоциопсихологическая концепция социальной коммуникации [5, 6], основная направленность которой связана с изучением «способов самоорганизации и воспроизводства форм социальности, или человеческого общежития» [7, с. 94].

В основе семиосоциопсихологической концепции, разработанной Т.М. Дридзе, лежит, во-первых, утверждение о возможности выделения в любом целостном, завершенном коммуникативном акте (стихотворении,

¹ Исследования по данной проблематике проводятся в рамках проекта РФФИ № 08-06-00487 «а» «Развитие коммуникативных навыков личности в зависимости от степени диалогичности информационной среды».

книге, телепередаче, фильме, устном выступлении, беседе с интервьюером и т. д.) иерархически организованной структуры коммуникативно-познавательных программ, ориентированных на интенцию, которая трактуется здесь как «равнодействующая мотивов и целей общения и взаимодействия людей» [5, с. 16]. Во-вторых, это утверждение о тождественности понятий «интенциональность» и «смысл». То и другое являются самым главным, что хотел сказать, передать, выразить автор; это тот искомый результат, к которому он стремился, вступая в коммуникацию, причем на уровне осознанных целей и не всегда осознаваемых мотивов. Еще одним принципиально важным положением этой концепции является эмпирически доказанное утверждение о социальной значимости общения с взаимопониманием, при котором происходит смысловой контакт между коммуникантами. Разработанные социально-диагностические и социально-проектные технологии направлены на определение степени диалогичности информационной среды и на устранение помех для диалога с взаимопониманием.

Процедура выявления интенциональности коммуникативных актов операционализована [8, 3], как и процедура определения степени понимания респондентом воспринятого материала (используется *метод интенционального, или мотивационно-целевого, анализа процессов общения*). Поскольку смысловой контакт при восприятии происходит далеко не всегда, респонденты дифференцируются в зависимости от принадлежности к той или иной социоментальной группе (группе сознания) либо от уровня развития коммуникативных навыков: это характеристика особенностей ориентирования человека в коммуникационных процессах, показатель степени понимания (речь идет только о понимании!) основных смысловых доминант воспринятых текстов, материалов, произведений [3; 5; 6; 8].

В соответствии с принятой в семиосоциопсихологии классификацией, особенности понимания и интерпретирования авторской интенциональности дифференцируются как адекватные (высокий уровень коммуникативных навыков), частично адекватные (средний уровень) и неадекватные (низкий уровень коммуникативных навыков).

Следует особо отметить, что согласие с коммуникатором вовсе не является обязательным условием общения с взаимопониманием: адекватное восприятие предполагает самостоятельность в выводах и решениях. Семиосоциопсихологическая трактовка коммуникационных процессов дает углубленное понимание весьма распространенных вариантов восприятия, ставших предметом наблюдения в концепциях символического интеракционизма (в рамках этой теории декларируется

идея порабощения людей, живущих в выдуманном ими мире проблем, посредством выдуманных ими же знаков и символов), и казуальной атрибуции (декларируется множественность и личностный характер смыслов воспринятых произведений и, соответственно, непознаваемость истины).

Такие варианты восприятия действительно свойственны очень большим группам аудитории, однако не стоит сбрасывать со счетов более редкий вариант, при котором адекватно понятая интенциональность коммуникатора приобретает в сознании воспринимающей личности статус реального, объективного факта (каковы на самом деле цели и мотивы автора) и только затем вписывается в ее картину мира, осознанно влияет (или не влияет) на характеристики представлений о действительности с учетом жизненного опыта, знаний, намерений и т. д. Таким образом, в семиосоциопсихологической концепции разведены понятия «смысл коммуникативного акта» и «представления человека о действительности». Если при адекватном восприятии смысл конкретного коммуникативного акта всегда имеет константный характер, то представления о действительности при любом варианте восприятия, конечно же, имеют (не могут не иметь) личностные нюансы и оттенки. Платформа для конструктивного взаимодействия, тем не менее, возникает только при взаимопонимании между общающимися сторонами, т. е. при адекватном восприятии всех участников коммуникации.

Характеристики сознания аудитории впервые начали изучаться в проекте «Общественное мнение», который был реализован в 1969–1974 гг. под руководством Б.А. Грушина в Таганроге. Именно тогда в социальной науке был заявлен термин «группы сознания» [3; 5–8] и названы параметры группы, отличившейся адекватным интерпретированием материалов прессы общественно-политического содержания, — 13,6 % [8–10]. С тех пор изучение особенностей восприятия (понимания и интерпретирования) проводилось крайне редко несмотря на бесспорную актуальность подобного научного знания. Результаты проведенных исследований позволяют говорить о стабильности на протяжении нескольких последних десятилетий численности группы, адекватно воспринимающей материалы общественно-политического содержания (13–14 %) [3, 9], а также о тенденциях в проявлениях когнитивных, эмоциональных и поведенческих реакций представителей гомогенных групп сознания. «Феномен “групп сознания” принципиален для понимания социокультурных процессов: это ... не различимые на первый взгляд, но объективно существующие, принимающие решения и действующие “условные” совокупности людей, которые в зависимости от их ментальности, т. е. от интеллектуального

и социокультурного потенциала, интенциональности (направленности сознания), атенционных способностей (свойств их индивидуального внимания), ценностных ориентаций, волевых и нравственных качеств, интересов, сложившейся оценки собственной жизненной ситуации и т. п., по-разному интерпретируют не только информацию, но и реально наблюдаемые ими события и явления» [6, с. 16].

Наличие таких групп и, соответственно, разных вариантов мировидения зафиксировано в рамках исследования по проекту РФФИ «Развитие коммуникативных навыков личности в зависимости от степени диалогичности информационной среды», реализованном в 2008–2010 гг. на базе ИС РАН [1]. В 2009 г. исследовательское внимание было направлено, во-первых, на уровень развития коммуникативных навыков молодежной аудитории; во-вторых, на комплекс представлений опрошенных респондентов об окружающей действительности и своем месте в ней (социальные представления). Гипотезой изучения было предположение об определяющем влиянии уровня развития коммуникативных навыков на социальную и гуманитарную направленность представлений личности о действительности.

В соответствии с определением С. Московичи, представления о действительности (социальные представления) рассматривались как универсальный механизм социального познания, как «канал между индивидом и реальностью» [11]. Для изучения и дальнейшего сопоставления с уровнем развития коммуникативных навыков были выделены следующие значимые компоненты представлений о действительности участников опроса:

1. Точка отсчета при самоидентификации:
 - «я» как представитель планеты, страны;
 - «я» как представитель семьи;
 - «я» как личность (самость).
2. Точка отсчета в личностных представлениях о желаемом (чего хотелось бы):
 - глобальные, общечеловеческие ценности;
 - личностный успех;
 - бытовые, семейные ценности.
3. Точка отсчета в личностных представлениях о нежелательном (чего не хотелось бы):
 - помехи глобальным, общечеловеческим ценностям;
 - помехи личностному успеху;
 - помехи бытовым, семейным ценностям.
4. Эмоциональное восприятие мира вокруг:

- светлые, оптимистичные тона;
- нейтральные тона;
- пессимистичные тона, страх, боязнь.

5. Характеристики качеств любимых персонажей:

- социально позитивные,
- нейтральные,
- социально негативные.

6. Уровень социокультурных интересов:

- высокий,
- средний,
- низкий.

7. Обращение к СМИ:

- газеты,
- журналы,
- радио,
- телевидение,
- Интернет,
- кино.

8. Особенности отношения к звездам телеэкрана:

- знает,
- любит,
- не любит.

9. Профессионально-деловые качества:

- особенности интерпретирования внутрикорпоративных норм, законов и правил;
- представления о приоритетности внутрикорпоративных норм, законов и правил;
- эмоциональное отношение к внутрикорпоративным нормам, законам и правилам.

10. Толерантность (по отношению к сверстникам другой национальности, другого вероисповедания и т. д.):

- высокая,
- средняя,
- низкая.

Забегая вперед, сообщим, что характеристики личности знающей, творческой, ориентированной на взаимопонимание и конструктивные взаимодействия, ответственной в социальной и профессиональной сферах, оказались неразрывно связанными с высоким уровнем коммуникативных навыков. Иными словами, зафиксирована взаимосвязь между уровнем развития коммуникативных навыков опрошенных молодых людей и ка-

чеством социальной и гуманитарной направленности их представлений о действительности, влияющих в свою очередь на особенности их самоопределения, следовательно, на процессы самоорганизации молодежи в социуме.

Опрос охватил 257 студентов и представителей работающей молодежи в возрасте от 18 до 35 лет; проводился в вузах и по месту работы респондентов, а также частично по принципу «снежного кома», когда к числу опрошенных присоединяется тот, кто был порекомендован предыдущим участником. Задача изучения качественных характеристик восприятия обозначила поисковую специфику исследования и, соответственно, особенности решения проблемы релевантности полученных данных. Приоритетные задачи исследования, согласно специфике качественного подхода к анализу сложных, многофакторных процессов, были связаны с поиском и отслеживанием основных закономерностей и тенденций в особенностях ориентирования респондентов в коммуникационных процессах, а также в особенностях влияния современной социокультурной среды на их картины мира. И хотя задачи расчета совокупных количественных характеристик при таких исследовательских задачах оказываются вторичными, при отборе респондентов соблюдался известный в социологии принцип минимальной базовой группы, согласно которому в каждой из выделенных для изучения групп должно оказаться не менее 25 единиц наблюдения.

Массив респондентов был дифференцирован по следующим социально-демографическим характеристикам: возраст (18–25 и 26–35 лет), пол, образование (среднее и среднее специальное, незаконченное высшее, высшее), место жительства (Москва, Брянск, сборная группа из разных городов России), род занятий (студенты МГУ, студенты ГУУ, студенты МИФИ, сборная группа студентов разных вузов, группа «учатся и работают», работающая молодежь, группа «управленческие кадры», представляющая сотрудников одной крупной корпорации).

Поскольку число респондентов в большинстве выделенных в исследовании групп оказалось выше барьера минимальной численности (достаточной для того, чтобы считаться минимальной базовой группой) и только в некоторых позициях приближается к этому барьеру, полученные результаты могут доказательно характеризовать типичные тенденции в особенностях восприятия и эмоциональных реакциях некоторых социально-демографических групп. Следует отметить: опрос охватил не все социально-демографические группы молодежи (такая задача нереальна для качественного исследования), участниками опроса оказались благополучные в отношении социального статуса молодые люди.

При опросе использовалась многоуровневая анкета, включающая, во-первых, традиционную «паспортную» часть для выяснения социально-демографических данных; во-вторых, группу открытых вопросов об интерпретировании (это позволяет выявить уровень развития коммуникативных навыков); в-третьих, социологические и социально-психологические вопросы, также большей частью открытые, позволяющие получить данные о значимых характеристиках когнитивной, эмоциональной, профессионально-деловой сфер личности (компоненты их представлений о действительности).

Все полученные результаты обработки первой и третьей групп вопросов сопоставлялись с ключевыми, принципиально важными для настоящего исследования результатами анализа второй группы (уровнем развития коммуникативных навыков), что позволило зафиксировать тенденции в восприятии и реакциях. Первые два комплекта вопросов («паспортная» часть и группа просьб и заданий, выявляющих уровень развития коммуникативных навыков) были одинаковыми для всех респондентов, третий же комплект модифицировался в разных группах: так, управленческим кадрам были предложены вопросы, связанные с их профессионально-деловыми характеристиками; группам работающей молодежи и студентам — вопросы на определение уровня социокультурных интересов и значимых характеристик их представлений о действительности.

Большая часть обозначенных позиций в представлениях о действительности выявлялась посредством качественного анализа ответов респондентов на многочисленные открытые вопросы анкеты. Решения о соответствии ответов той или иной ступени в изучаемых характеристиках принималось коллегиально, на основе заранее принятых условий (барьеров). Данные о степени толерантности представителей разных социоментальных групп взяты из проекта в рамках ФЦП «Формирование установок толерантного сознания личности и профилактика экстремизма в российском обществе, 2001–2005 гг.» [4].

Для дифференциации респондентов по уровню развития коммуникативных навыков (группам сознания) использовался разработанный в рамках семиосоциопсихологической парадигмы метод интенционального (мотивационно-целевого) анализа процессов общения [3; 8]. Посредством специальных процедур выстраивались, во-первых, мотивационно-целевые структуры названных респондентом художественных произведений и, во-вторых, мотивационно-целевые структуры интерпретирования им этих же произведений. Сопоставление первого и второго этапов изучения дает представление о понимании авторской

интенциональности, особенностях отражения основных смысловых доминант в сознании личности.

Определение уровня развития коммуникативных навыков респондентов проходило на основе анализа особенностей интерпретирования любимой в детстве сказки, а также любого (по их собственному выбору) недавно воспринятого и понравившегося произведения. Учитывались особенности общения с коммуникатором, которым в данном случае оказываются и интервьюер, и составители анкет (в расчет принимается степень понимания содержащихся в анкетах просьб и заданий, желание и стремление войти в диалог с интервьюером).

Обобщенные данные уровня развития коммуникативных навыков (при восприятии художественных произведений) опрошенных респондентов в возрасте от 18 до 35 лет: высокий уровень коммуникативных навыков (адекватное восприятие) — 26 %, средний уровень коммуникативных навыков (частично адекватное восприятие) — 49 %, низкий уровень коммуникативных навыков (неадекватное восприятие) — 25 %.

Материалы исследования позволили получить не только обобщенные данные, но и конкретизировать усредненные показатели, что представляется нам крайне интересным и требующим дальнейшего изучения (напомним, что проект заявлен как качественный).

Показатели обеих *возрастных групп* оказались близкими (табл. 1), что приводит к выводу о том, что без специальных обучающих мероприятий навыки ориентирования в коммуникационных процессах к 18–25 годам уже складываются и в последующие годы совершенствуются очень незначительно, возможно, под влиянием жизненного опыта.

Показатели адекватного восприятия оказались несколько выше среди юношей: 28 %, у девушек — 26 % (табл. 2). Однако в показателях частично адекватного восприятия позиции девушек выигрывают: 49 %, у юношей 35 %. Сходная картина и в показателях неадекватного восприятия: 25 % у девушек и 37 % у юношей.

Крайне незначительно различаются показатели уровней коммуникативных навыков в группах по месту жительства: 27 % адекватного восприятия у молодежи Москвы, 26 % — Брянска и 25 % — в сборной группе жителей разных городов России (см. табл. 3). Характеристики частично адекватного и неадекватного восприятия здесь также практически не различаются, что позволяет делать вывод о том, что не место жительства человека определяет уровень развития его коммуникативных навыков; все же можно говорить о некоторых преимуществах столицы, аккумулирующей наиболее активных представителей молодежи.

Таблица 1. Зависимость уровня развития коммуникативных навыков от возраста

Восприятие (художественных произведений)	Возраст					
	18–25 лет		26–35 лет		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Адекватное	53	25	15	31	68	26
Частично адекватное	101	49	24	49	125	49
Неадекватное	54	26	10	20	64	25
Всего	208	100	49	100	257	100

Таблица 2. Зависимость уровня развития коммуникативных навыков от пола

Восприятие (художественных произведений)	Пол					
	Мужской		Женский		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Адекватное	22	28	46	26	68	26
Частично адекватное	27	35	98	55	125	49
Неадекватное	29	37	35	20	64	25
Всего	78	100	179	100	257	100

Таблица 3. Зависимость уровня развития коммуникативных навыков от места жительства

Восприятие (художественных произведений)	Место жительства							
	Москва		города России: сборная группа		Брянск		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Адекватное	57	27	6	25	5	24	68	26
Частично адекватное	105	50	12	50	8	38	125	49
Неадекватное	50	24	6	25	8	38	64	25
Всего	212	100	24	100	21	100	257	100

Таблица 4. Зависимость уровня развития коммуникативных навыков и уровнем образования

Восприятие (художественных произведений)	Образование							
	Среднее и среднее специальное		Неполное высшее		Высшее		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Адекватное	7	20	27	25	18	34	52	26
Частично адекватное	15	43	56	51	25	47	96	48
Неадекватное	13	37	27	25	10	19	50	25
Всего	35	100	110	100	53	100	198	100

Таблица 5. Зависимость уровня развития коммуникативных навыков и родом занятий

Восприятие (художественных произведений)	Объект опроса															
	Управлен- ческие кадры		Работа- ющая молодежь		Студенты ГУУ		Студенты МГУ		Студенты МИФИ		Другие студенты		Учатся и работают		Всего	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Адекватное	12	32	12	50	7	26	22	32	4	24	2	6	9	18	68	26
Частично адекватное	20	53	6	25	15	56	33	48	8	47	14	45	29	57	125	49
Неадекватное	6	16	6	25	5	19	14	20	5	29	15	48	13	25	64	25
Всего	38	100	24	100	27	100	69	100	17	100	31	100	51	100	257	100

Уровень развития коммуникативных навыков растет вместе с уровнем образования, однако незначительно (табл. 4), учитывая разницу в объеме знаний и навыков, приобретаемых в процессе получения высшего образования. Это подтверждает высказанную автором мысль о целесообразности включения в образовательные стандарты (в дополнение к существующим) дисциплин, развивающих коммуникативные навыки личности [1–3].

Самые значительные расхождения в показателях уровня развития коммуникативных навыков оказались в группах по роду занятий опрошенных (табл.5). Работающая молодежь, имеющая высшее образование, превосходит по уровню развития коммуникативных навыков студентов дневного обучения, что объяснимо: представители первой группы и по возрасту старше, жизненного и производственного опыта у них больше. Студенты дневного обучения опережают тех, кто совмещает учебу с работой. Возможно, двойная нагрузка в непосредственных обязанностях представителей второй группы не только ускоряет ритм их жизни, но способствует укоренению навыков поверхностного восприятия. Существенны различия среди студентов дневного обучения разных вузов: 32 % адекватного восприятия у студентов МГУ, 26 — ГУУ, 24 — МИФИ, 6 % — «сборной» студенческой группы. Объяснением для такой ситуации могут служить различия в уровне требований и критериев отбора при поступлении в вуз, образовательных программ, степени диалогичности информационной среды, складывающейся между преподавателями и студентами, с одной стороны, с другой — самостоятельности ориентации (при поступлении в вуз) в зависимости от установок, интересов, способностей, реальных успехов. Полученные данные актуализируют также проблему изучения соответствий между широко известным

коэффициентом интеллекта IQ и уровнем развития коммуникативных навыков. Отметим, что мотивационно-целевой анализ заданий, предлагаемых в тесте IQ, фиксирует их принципиальные различия со структурами целостных, завершенных коммуникативно-познавательных программ (текстами в семиосоциопсихологической трактовке). В то же время результаты проведенных пилотных опросов показывают, что высокие результаты в одном виде заданий не гарантируют такого же уровня показателей в других. Поэтому считаем целесообразным выдвинуть гипотезу о том, что социоментальные механизмы понимания коммуникационных процессов и ментальные механизмы реагирования на задания теста IQ разные (возможно, задействованными оказываются разные полушария мозга).

Одной из основных задач исследования был поиск отправной точки, определяющей закономерности и тенденции в представлениях о действительности (социальных представлениях) современной молодежи. Как известно, сходные интересы, предпочтения, реакции можно встретить в разных, порой прямо противоположных по социально-демографическим и социально-психологическим характеристикам группах, а разнонаправленные — в группах гомогенных, однако назвать точку отсчета, определяющую избирательность восприятия и неоднозначность реагирования, удалось только при введении в анализ семиосоциопсихологических характеристик. Как и предполагалось, искомой точкой оказался показатель уровня развития коммуникативных навыков, в значительной степени определяющий вектор социальной и гуманитарной направленности представлений респондентов о действительности и своем месте в ней. Следует отметить, что обнаруженная зависимость нелинейная, большей частью однонаправленная, отражающая не идеальные состояния, а тенденции в социокультурных процессах.

Характеристики представлений о действительности группы с высоким уровнем коммуникативных навыков (адекватное восприятие) (табл. 6–14):

- 1) представители этой группы чаще, нежели других, точкой отсчета при самоидентификации (при просьбе рассказать о себе) называют свою принадлежность стране, планете;
- 2) личные представления о желательном («что важно, чего хотелось бы...») чаще связаны с общечеловеческими ценностями;
- 3) личные представления о нежелательном («чего не хотелось бы...») гораздо чаще связаны с нежеланием помех для общечеловеческих ценностей;

4) в эмоциональном восприятии мира вокруг превалируют нейтральные тона, а пессимистичных тонов меньше, чем в других группах;

5) характеристики любимых персонажей преимущественно социально позитивны (*добрый, смелый, мужественный, патриот* и т. д.);

6) большая часть представителей группы обнаружили в своих ответах высокий уровень социокультурных интересов: они чаще читают газеты и журналы, смотрят телевизор, обращаются к Интернету, помнят названия кинофильмов; как правило, могут вспомнить много фамилий звезд телеэкрана; среди телеведущих, которых называют любимыми, представители разных жанров, в том числе информационных, аналитических;

7) большая часть группы адекватно интерпретируют внутрикорпоративные нормы, законы и правила, неадекватных вариантов интерпретирования внутрикорпоративных норм, законов и правил здесь вообще нет;

8) большинство в группе во внутрикорпоративных нормах, законах и правилах приоритетом считают престиж страны, глобальные интересы корпорации;

9) эмоциональное отношение большей части к внутрикорпоративным нормам, законам и правилам позитивное;

10) представители группы чаще проявляют дружелюбие по отношению к сверстникам другой национальности, другого вероисповедания и т. д.

Характеристики представлений о действительности группы со средним уровнем коммуникативных навыков (частично адекватное восприятие):

1) представители этой группы точкой отсчета при самоидентификации (при просьбе рассказать о себе) преимущественно видят себя как конкретную личность (*я студент, я мужчина* и т. д.);

2) личностные представления о желательном («что важно, чего хотелось бы...») связаны чаще всего с бытовыми, семейными ценностями и, далее, с личностным успехом;

3) личностные представления о нежелательном («чего не хотелось бы...») связаны с нежеланием помех для личной, а затем — для бытовой, семейной успешности;

4) в эмоциональном восприятии мира вокруг превалируют светлые, оптимистичные тона;

5) характеристики любимых персонажей преимущественно нейтральны (*она маленькая девочка; это кот, он серый* и т. д.), среди характеристик пер-

сонажей, названных любимыми, 5 % социально негативных (*он злой; его все боятся*);

6) большая часть представителей группы обнаружили в ответах средний уровень социокультурных интересов: они реже, нежели представители группы с высоким уровнем коммуникативных навыков, читают газеты и журналы, смотрят телевизор, обращаются к Интернету; как правило, вспоминают небольшое число кинофильмов. Однако они помнят большое количество названий телепередач и фамилий телезвезд; среди телеведущих, которых они называют любимыми, представители разных телевизионных жанров, но преимущество имеют ведущие развлекательных телепрограмм и ток-шоу;

7) большая часть представителей группы (76 %) интерпретируют внутрикорпоративные нормы, законы и правила частично адекватно, встречаются и неадекватные интерпретации (6 %);

8) большая часть среди приоритетов во внутрикорпоративных нормах, законах и правилах называют формальные моменты внутреннего режима — дресс-код, улыбку при общении с клиентом, приход на работу вовремя;

9) эмоциональное отношение большей части представителей этой группы к внутрикорпоративным нормам, законам и правилам нейтральное;

10) представители этой группы проявляют дружелюбие по отношению к сверстникам другой национальности, другого вероисповедания реже, нежели представители группы, обладающей высоким уровнем коммуникативных навыков, однако чаще, чем представители группы с низким уровнем коммуникативных навыков.

Характеристики представлений о действительности группы с низким уровнем коммуникативных навыков (неадекватное восприятие):

1) представители этой группы чаще, нежели других, точкой отсчета при самоидентификации (при просьбе рассказать о себе) видят себя как конкретную личность (*я студент, я мужчина* и т. д.);

2) личностные представления о желательном («что важно, чего хотелось бы...») чаще, связаны с бытовыми, семейными ценностями;

3) личностные представления о нежелательном («чего не хотелось бы...») здесь связаны с помехами личностному успеху, далее — бытовой, семейной успешности;

4) в эмоциональном восприятии мира вокруг преобладают пессимистичные тона, страх, боязнь; следующая по значимости позиция окрашена в нейтральные тона;

Таблица 6. Зависимость точки отсчета в самоидентификации от уровня развития коммуникативных навыков (% к числу опрошенных)

Отправная точка отсчета в самоидентификации	Восприятие (художественных произведений)			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
«Я» как представитель планеты, страны	48	21	16	27
«Я» как представитель семьи	2	2	2	2
«Я» как личность	50	77	82	72
Всего	100	100	100	100

Таблица 7. Зависимость личного представления о желательном («чего хотелось бы») от уровня развития коммуникативных навыков (% к числу опрошенных)

Личностные пожелания	Восприятие (художественных произведений)			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
Глобальные, общечеловеческие ценности	21	10	3	11
Личностный успех	50	45	36	44
Бытовые, семейные ценности	29	47	64	47
Всего	100	100	100	100

Таблица 8. Зависимость личного представления о нежелательном (чего не хотелось бы...) от уровня развития коммуникативных навыков (% к числу опрошенных)

Личностные отрицания	Восприятие (художественных произведений)			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
Помех глобальным, общечеловеческим ценностям	45	24	16	27
Помех личностному успеху	41	46	43	44
Помех бытовой, семейной успешности	14	30	43	30
Всего	100	100	100	100

Таблица 9. Зависимость характеристик эмоционального восприятия мира вокруг от уровня развития коммуникативных навыков (в % к числу опрошенных)

Эмоциональное восприятие мира вокруг	Восприятие (художественных произведений)			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
Светлые, оптимистичные тона	34	41	26	35
Нейтральные тона	38	29	36	33
Пессимистичные тона, страх, боязнь	29	32	38	33
Всего	100	100	100	100

Таблица 10. Зависимость характеристик качеств любимых персонажей от уровня развития коммуникативных навыков (% к числу опрошенных)

Характеристики качеств любимых персонажей	Восприятие (художественных произведений)			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
Социально позитивные	61	27	9	31
Нейтральные	39	69	79	64
Социально негативные	—	5	12	5
Всего	100	100	100	100

Таблица 11. Зависимость уровня социокультурных интересов от уровня развития коммуникативных навыков (% к числу опрошенных)

Уровень социокультурных интересов	Восприятие (художественных произведений)			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
Высокий	40	8	2	15
Средний	49	39	23	38
Низкий	12	53	75	47
Всего	100	100	100	100

Таблица 12. Зависимость качества интерпретирования внутрикорпоративных норм, законов и правил от уровня развития коммуникативных навыков (% к числу опрошенных)

Восприятие (художественных произведений)	Качество интерпретирования внутрикорпоративных норм, законов и правил			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
Адекватное	90	18	—	32
Частично адекватное	10	76	55	53
Неадекватное	—	6	45	16
Всего	100	100	100	100

Таблица 13. Зависимость уровня представлений о приоритетности внутрикорпоративных норм, законов и правил от уровнем развития коммуникативных навыков (% к числу опрошенных)

	Восприятие (художественных произведений)			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
Уровень корпорации, страны	67	50	—	47
Уровень подразделения	17	20	17	18
Уровень личностный	17	15	67	24
(считает, что таковых нет)	—	15	17	11

Таблица 14. Зависимость характеристик эмоционального отношения к внутрикорпоративным нормам, законам и правилам и уровнем развития коммуникативных навыков (% к числу опрошенных)

Эмоциональное отношение	Восприятие (художественных произведений)			
	Адекватное	Частично адекватное	Неадекватное	Всего
Положительное	100	79	75	86
Нейтральное	—	16	25	11
Отрицательное	—	5	—	3
Всего	100	100	100	100

5) характеристики любимых персонажей преимущественно нейтральные; среди характеристик персонажей, названных любимыми, здесь самая большая доля (12 %) социально негативных (*он злой, он всем вредит* и т. д.);

6) большая часть представителей группы обнаружили в ответах низкий уровень социокультурных интересов: реже, чем представители других групп, читают газеты и журналы, слушают радио, смотрят телевизор, обращаются к Интернету, помнят немного названий кинофильмов; как правило, вспоминают небольшое количество фамилий звезд телеэкрана; среди телеведущих, которых они называют любимыми, представители развлекательных телепрограмм и ток-шоу, совсем нет ведущих информационных и аналитических телепрограмм;

7) большая часть (55 %) частично адекватно интерпретируют внутрикорпоративные нормы, законы и правила; далее следуют неадекватные варианты интерпретирования (45 %);

8) большинство в группе считают, что внутрикорпоративных норм, законов и правил в их корпорации нет, либо ничего не могут назвать (вспомнить);

9) эмоциональное отношение к вопросу о внутрикорпоративных нормах, законах и правилах среди большинства нейтральное с оттенком небрежности;

10) представители группы проявляют дружелюбие по отношению к сверстникам другой национальности, другого вероисповедания и т. д. реже, нежели представители групп, обладающих высоким и средним уровнями коммуникативных навыков.

Полученные результаты убедительно свидетельствуют о преимуществах представителей группы, обладающей высоким уровнем коммуникативных навыков, актуализируют задачу массового развития качества сознания людей, наших современников (прежде всего детей

и молодежи), что обеспечит гармоничность развития общества и каждой отдельной личности. Такая постановка задачи — не из мира утопии. Как показывает исследовательская практика, знакомство с основными принципами семиосоциопсихологической парадигмы, ее методологией и методами кардинальным образом влияет, во-первых, на умение человека понимать скрытые механизмы коммуникационных процессов; во-вторых, на эффективность его самостоятельного участия в этих процессах [2; 3].

Актуальна также интенциональная модификация предназначенной для молодежи социокультурной среды в сторону открытости, искренности, т. е. к подлинному диалогу. На работу с молодежью государственными, общественными, учебными организациями и структурами выделяются огромные средства и ресурсы, однако нередко способами для реализации искомых позитивных целей оказываются мероприятия и проекты, декларирующие и допускающие воздействие даже в своих названиях. Для адекватно воспринимающей группы аудитории воздействующие формы общения попросту неприемлемы, у других же групп желаемая эмоция и тем более ее ментальное освоение также вряд ли произойдут. В любом случае социальные издержки, связанные с отсутствием диалогической социокультурной среды, развивающей в свою очередь «погруженного» в нее человека, неизмеримо большие, нежели кратковременные успехи в отчетах. Не способствует развитию коммуникативных навыков молодежной аудитории и значительная часть современной социокультурной продукции, при создании которой движущей силой оказывается не стремление нести «разумное, доброе, вечное», а коммерческая выгода вкупе с желанием личностного успеха.

Разный уровень коммуникативных навыков — научно обоснованная реальность, учет которой открывает принципиально новый подход к пониманию и проектированию социокультурных процессов, к принятию политических, управленческих, психолого-педагогических, организационных, творческих решений, направленных на социально-гуманитарное самоопределение представителей современной молодежи и на самоорганизацию молодежных социумов, коллективов и групп.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Дети в современной социокультурной среде // Россия реформирующаяся. Ежегодник. Вып. 8. М.: ИС РАН, 2009.

2. Адамьянц Т.З. От человека разумного — к человеку понимающему // Вестник университета (ГУУ). 2007. № 3.

3. *Адамьянц Т.З.* Социальные коммуникации: учеб. пособие для вузов. М.: Дрофа, 2009.
4. Дети и проблемы толерантности. Сборник научно-методических материалов / отв. ред. Т.З. Адамьянц. М.: ИС РАН, 2003.
5. *Дридзе Т.М.* Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики // Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах: в 2 кн. Кн. 1. М. : ИС РАН, 2000.
6. *Дридзе Т.М.* Прогнозное социальное проектирование как этап управленческого цикла. От жизненных ресурсов человека к социальным ресурсам общества // Прогнозное социальное проектирование: теоретико-методологические и методические проблемы / отв. ред. Т.М. Дридзе. М.: Наука, 1994.
7. *Дридзе Т.М.* Социальная диагностика в градостроительстве // Социологические исследования. 1998. № 2.
8. *Дридзе Т.М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984.
9. *Жаворонков А.В.* Российское общество: потребление, коммуникации и принятие решений, 1967–2004 гг. М.: Вершина, 2007.
10. Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования / под ред. Б.А. Грушина и Л.А. О니кова. М.: Политиздат, 1980.
11. *Московичи С.* Социальные представления: исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. №1, 2.