

ЦЕННОСТИ КАК ЛИЧНОСТНЫЙ РЕСУРС СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ*

Ю.М. Пасовец, г. Курск, Россия

В социально-гуманитарном знании получило распространение понятие социальной адаптации, связанное с отражением адаптационных процессов субъекта (индивида, социальной группы или общности) в социальной среде. Социальная адаптация рассматривается как процесс приспособления субъекта к внешним и внутренним изменениям и как результат приспособительного процесса (состояние). Субъектом социальной адаптации, или адаптантом, выступает определенная социальная система: личность, социальная группа, социальная общность, общество в целом. По отношению к субъекту адаптация рассматривается как деятельность. При этом социальная адаптация задается определенной целью: поддержать имеющийся уровень материального благосостояния, повысить социальный статус и т.д. – и предполагает соответствующую мотивацию субъекта.

Необходимость социальной адаптации субъекта появляется в случае возникновения противоречий между ним и окружающей его социальной средой. Такого рода противоречия возникают из-за изменений (негативно или позитивно влияющих на жизнедеятельность личности), произошедших либо во внешней среде, либо во внутренней структуре субъекта. Изменения во внешней среде связаны с трансформацией внешней по отношению к субъекту социальной системы, институциональной среды. При этом изменения во внутреннем мире субъекта определяются сменой ценностных приоритетов, установок, идеалов и т.д.

В процессе социальной адаптации субъект задействует имеющийся у него адаптационный потенциал.

В нашем представлении адаптационный потенциал предстает как совокупность ресурсов субъекта (индивида, социальной общности), которые он использует в целях адаптации. В свою очередь, ресурс адаптации можно определить как качество(-а) субъекта, позволяющее(-ие) ему достигать желаемых результатов посредством актуализации своих потенциальных возможностей. По нашему мнению, структура адаптационного потенциала образована следующими ресурсами адаптации: демографическими, личностно-культурными, образовательно-профессиональными, социальными и материальными [3].

К личностным ресурсам социальной адаптации относятся ценностные ориентации, установки, идеалы, убеждения и другие компоненты духовного мира людей, которые определяют мотивацию социального поведения как индивидуальных, так и групповых акторов –

* Работа подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 13-33-01208 «Адаптационный потенциал населения в условиях трансформации российского общества»

социальных общностей и групп – в процессе их адаптации к изменяющимся условиям жизнедеятельности.

Ценности являются устойчивыми личностными образованиями, которые определяют содержание целей социальной адаптации. «Ценности – это любой материальный или идеальный, действительный или воображаемый предмет, по отношению к которому люди занимают позицию личностной оценки, придают ему важную роль в своей жизни, и стремление к обладанию им ощущают как потребность» [2, с. 36].

Ряд зарубежных и отечественных исследователей (К. Клакхон, М. Рокич, В.А. Ядов и др.) утверждают, что система ценностных ориентаций личности состоит из нескольких уровней. Так, М. Рокич выделяет в структуре личности ценности высшего (терминальные ценности) и низшего (инструментальные ценности) уровня; В.А. Ядов – четыре уровня диспозиций (то есть предрасположенности субъекта к оценке и определенному способу поведения, являющаяся психологическим выражением взаимоотношения потребностей и конкретных условий деятельности): элементарные фиксированные установки, социальные фиксированные установки, общая направленность интересов личности, систему ценностных ориентаций на цели жизнедеятельности и средства их достижения [см. 4].

Терминальные ценности отвечают на вопрос «ради чего, во имя чего?» осуществляется жизнедеятельность человека в целом и его конкретное действие в частности, представляют собой ценности-цели. К терминальным ценностям относят многие общечеловеческие ценности: красота, гармония, добро, истина, справедливость и др. Инструментальные ценности выступают как средства реализации терминальных ценностей и конкретизируют их, понимаются как ценности-средства. Выбор инструментальных ценностей обуславливается внешними (в основном – ресурсными) ограничениями, не позволяющими человеку реализовать все ценности, заставляющими его постоянно делать выбор между ними, выстраивать и согласовывать их. К инструментальным ценностям относятся ответственность за свои действия, широта взглядов, честность, воображение, умение отстаивать свои позиции и т.д.

Для измерения спектра ценностей личности целесообразно использовать методику М. Рокича, основанную на выделении 18 терминальных и 18 инструментальных ценностей, адаптированную к русскоязычной среде А. Гоштаутасом, А.А. Семеновым и В.А. Ядовым. К числу терминальных ценностей М. Рокич относит активную деятельную жизнь; жизненную мудрость; здоровье; интересную работу; красоту природы и искусства; любовь; материально обеспеченную жизнь; наличие хороших и верных друзей; общественное призвание, уважение окружающих; познание, возможность расширения своего образования,

кругозора, общей культуры; продуктивная жизнь; развитие; развлечения; свободу, самостоятельность в суждениях и поступках; счастливую семейную жизнь; счастье других; творчество; уверенность в себе. В группу инструментальных ценностей он включает аккуратность, порядок в делах; воспитанность; высокие запросы; жизнерадостность; исполнительность; независимость, способность действовать самостоятельно; непримиримость к недостаткам в себе и других; образованность; ответственность; рационализм, умение принимать обдуманное решения; самоконтроль, сдержанность; смелость в отстаивании своего мнения, взглядов; твердая воля; терпимость к взглядам и мнениям других; широта взглядов, умение понять чужую точку зрения; честность; эффективность в делах; чуткость, заботливость.

На наш взгляд, при изучении ценностей личности как ресурса социальной адаптации в трансформирующемся обществе в условиях перехода от плановой к рыночной экономике, формирования гражданского общества, девальвации патернализма и развития индивидуализма следует измерять и такие инструментальные ценности, как готовность к риску, предприимчивость; инициативность, стремление быть лидером; коллективизм, готовность к участию в решении общих дел; творческий подход к делу; общительность. Перечисленные ценности-средства могут во многом определять успешность социальной адаптации к изменяющимся в процессе трансформации социально-экономическим и социокультурным условиям. Так, готовность к риску, предприимчивость как средства адаптации оказываются востребованными в связи с возрастанием неопределенности экономической ситуации и ситуации на рынке труда при рыночной экономике, с одной стороны, и возможностью самореализации в сфере самозанятости, предпринимательства, когда человек становится хозяином своего дела, с другой. В свою очередь, общительность как средство адаптации приобретает значимость в системе социальных коммуникаций, роль которых возрастает в современном обществе, с одной стороны, и в плане включения индивида в социальные сети и накопления социального капитала, способного обеспечить социальное продвижение личности, с другой.

Литература:

1. Корель, Л.В. Социология адаптаций: Вопросы теории, методологии и методики / Л.В. Корель. – Новосибирск, 2005.
2. Наумова, Н.Ф. Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения / Н.Ф. Наумова; отв. ред. В.Н. Садовский. – М., 1988.
3. Пасовец, Ю.М. Концептуальные основы изучения адаптационного потенциала населения / Ю.М. Пасовец // Вестник экономики, права и социологии. – 2011. – № 3.

4. Ядов, В.А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция / В.А. Ядов, А.А. Семенов [и др.]. – М., 2013.

ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

П.А. Пиловец, г. Минск, Беларусь

Мир наполнен различными знаками, значениями, сообщениями и фактами. Человек в насыщенной окружающей среде вынужден находить ориентиры. Ключевые факты, знаковые события, исключительные для него лично моменты. Среди множества фактов и событий, мы выбираем именно те, которые считаем важными. Глобальный поток информации индивидуализируется и выкристаллизовывается каждым конкретным человеком. Сегодня почти каждый имеет доступ к интернету, а вместе с ним, ко всей доступной информации. Человеческое сознание бомбардируется каждую секунду огромным количеством знаков и символов. Как же человеку удастся не запутаться в такой перенасыщенной среде? Мы общаемся, смотрим фильмы, слушаем музыку, Обмениваемся ссылками, сообщениями и мемами в социальных сетях. Зачастую не вызывает никаких трудностей отделить то что важно от того что не важно. И сегодня для этого есть масса возможностей. Социальные сети позволяют персонифицировать поток информации в соответствии с личностными пристрастиями каждого пользователя. Мы можем влиять на поток информации обрушивающийся на нас. И если в реальной среде это сделать довольно сложно, то в виртуальной – для этого существует масса возможностей. Неограниченный доступ к текстовой, аудио и видеoinформации. В интернете не существует границ между государствами. Стираются социокультурные различия, или, во всяком случае, становятся менее значительными и заметными.

В процесс любой коммуникации вовлечены минимум два субъекта. У каждого из которых есть свой культурный уровень, багаж знаний, жизненный опыт и пр. Тем не менее, процесс коммуникации может успешно протекать между представителями различных профессиональных областей, культурной среды и т.д. Почему так происходит? Что помогает нам ориентироваться в мировых событиях, тенденциях, и вообще, понимать друг друга?

Мышление человека способно к обобщению как больших, так и небольших объемов информации. Предметы, составляющие наше окружение, воспринимаются чувствами не в виде отдельных объектов, а как организованные формы. Восприятие не сводится к сумме ощущений, а свойства фигуры не описываются через свойства частей. Мы способны воспринимать как сегодняшние новости, так и события давно минувших