

Кроме того, для углубления знаний и умений студентов работать в поликультурном пространстве с учетом национально-психологических особенностей детей и специфики региона возникла необходимость создать спецкурс «Формирование культуры межнационального общения», который помог усилить практическую направленность подготовки студентов.

Основные цели и задачи спецкурса:

1) формирование у будущих учителей знаний о нормах и правилах, регулирующих взаимоотношения людей разных национальностей;

2) выработка социально и профессионально ориентированной реакции на характер, стиль и особенности поведения людей разных национальностей;

3) формирование способности противостоять антиподам культуры межнационального общения (этноцентризму, национализму, национальной предвзятости и неприязни и т.д.);

4) формирование потребности утверждать на практике принципы бесконфликтного взаимопонимания и сотрудничества в процессе межнационального общения.

Кроме теоретических вопросов («Особенности общения людей разных национальностей», «Поликультурное образование: история и тенденция развития», «Проблемы национальной школы поликультурной модели», «Система работы в школе по воспитанию у детей культуры межнационального общения» и других) студентам предлагается система различных упражнений, игр, тренингов для развития практических умений и навыков работы с детьми и их родителями в поликультурном пространстве.

Часть занятий в рамках этого спецкурса проводится на базе немецкого, польского, чувашского и других культурных центров, что дает студентам возможность не только познакомиться с особенностями культур этносов, проживающих в Хакасии, но и в дальнейшем умело использовать эти знания. Средствами одного спецкурса сформировать качества личности, необходимые для работы в школьном поликультурном пространстве невозможно. Важна совместная работа всех кафедр ХГУ им. Н.Ф. Катанова, а также взаимодействие университета с учреждениями образования и культуры Республики Хакасия по следующим направлениям:

- анализ культурных потребностей и интересов народов, ориентированность на современную и традиционную культуру народов, проживающих в Хакасии;

- изучение формирования у студентов национального самосознания и поликультурного мышления;

- исследование культурного наследия проживающих в Хакасии народов.

Примечание:

1) 1. Матис В.И. Содержание понятия «Культура межнационального общения» // Актуальные проблемы сохранения и развития языков, культур и истории народов Саяно-Алтая. Материалы международной научной конференции, посвященной 280-летию открытия древнетюркской письменности /Под ред. С.П. Ултургашева, Л.И. Чебодаевой. – Абакан: Изд-во ХГУ им. Н.Ф. Катанова, 2001. – С. 202-209.

ЭКОЛОГИЯ СЕМЬИ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИИ ДЕТЕЙ БИЗНЕСМЕНОВ

Федосова И.В., Белозерцева И.Н.

Иркутск

Глубокие социальные противоречия современного общества, стратификация населения России вызвали появление в школе учащихся различных социально-психологических категорий. Среди них особое место занимают дети бизнесменов, которые на страницах периодической печати определяются как «крутые» дети, «маленькие новые русские», «детимажоры» и др.

В зарубежной педагогической науке дети богатых родителей включаются в категорию «exceptional children» (особые, исключительные дети), которую составляют «учащиеся риска» с различными проблемами в развитии и поведении (4). Во многих странах признается своеобразие и специфичность личности детей бизнесменов, которая обусловлена особенностями той среды, субкультуры, в которой ребенок присваивает окружающие его ценности.

«Социальная среда, - подчеркивает Н.Ф. Голованова, - бесконечно сложна для ребенка, ее осмысление ему ещё не под силу. Поэтому для оптимального соотношения себя с миром он опирается (а чаще, точно следует) на знания, опыт, оценки, ценности, эталоны поведения своей микросреды, где важную роль играют взрослые, и в первую очередь, -родители» (2, 42).

В связи с этим возникает необходимость изучения ценностных ориентаций и воспитательных возможностей ближайшего окружения, значимых субъектов ценностной среды учащихся из семей предпринимателей. Прежде всего, это родители-бизнесмены.

Определение ценностных ориентаций бизнесменов было направлено на выявление ведущих ценностных ориентаций данной категории граждан, их содержания, установление иерархии ценностей и определение существующих корреляционных зависимостей между ценностными ориентациями предпринимателей и их детьми. Лонгитюдное исследование осуществлялось в течение 2000-2002 гг. В эксперименте приняло участие 250 респондентов в возрасте от 20 до 59 лет из г. Иркутска, Иркутской области и Республики Саха (Якутии).

Основным методом диагностики явилось тестирование бизнесменов по методике «Ценностные ориентации» М.Рокича (в модификации В.А. Ядова). Методы мягкого глубинного интервью и анкетирование предпринимателей применялись для уточнения содержания ценностных ориентаций, иерархии ценностей, а также личностных особенностей (самосознания, мотивации, взаимоотношений с окружающим миром) бизнесменов, их взглядов на вопросы воспитания своих детей в семье и школе. Использование дополнительных методов диагностики способствовало преодолению трудностей, связанных с объективной оценкой и ранжированием респондентами личностных ценностей, обеспечивало репрезентативность и валидность полученных материалов.

В ходе исследовательской работы было установлено, что в содержании ценностных ориентаций бизнесменов доминируют ценности материального характера, достижение которых обеспечивается развитием таких личностных качеств, как предприимчивость, рационализм, независимость и др. Наиболее значимыми для родителей-предпринимателей являются ценности «материальная обеспеченность», «работа», «активная деятельная жизнь». Общечеловеческие ценности в содержании ценностных ориентаций бизнесменов менее представлены. Их место в системе личностных ценностей и значимость для бизнесмена определяются различными особенностями (социальными, профессиональными, психологическими).

Особое внимание было уделено изучению воспитательных отношений в семье предпринимателей, которое осуществлялось методом мягкого глубинного интервью. Организация такого интервью с бизнесменами была рассчитана не столько на получение однозначных сопоставимых ответов, пригодных для последующей количественной обработки, сколько на максимальную актуализацию их размышления, на их собственное импровизированное мини-исследование поставленных проблем.

При обработке материалов интервью мы анализировали целостные смысловые части текстов высказываний, ключевые ценностные представления предпринимателей, например: «Успеха в бизнесе добиться очень сложно, чтобы остаться человеком. Вы понимаете, о чем я говорю? То, что воспитали во мне в детстве, какие ценности заложили, - все это хорошо. Это все живет во мне до сих пор. Я понимаю, что могу быть добрым, любить людей, проявлять заботу о ком-то, но это где-то далеко внутри меня. Моя работа, бизнес требуют утверждения других ценностей. Я тот же, и все-таки я другой сейчас» (из интервью А.С.). Их анализ осуществлялся по следующим критериям: наличие ценностных суждений по обсуждаемой проблеме; повторяемость суждений; их адекватность общечеловеческим ценностям; непротиворечивость ценностных высказываний.

Анализ размышлений предпринимателей о степени реализации ценностей в жизни позволяет говорить о том, что структура их ценностных ориентаций построена по процессуальному принципу: ценности и цели деятельности совпадают, достижение необходимой цели – ценности моментально «творит» новую цель, движение к которой становится смыслом жизни.

Бизнесмены отличаются высокой адекватностью самооценок и не демонстрируют эффекта их завышения. Механизмом постоянного стремления к новым ценностям-целям выступает, по словам одного бизнес-лидера, «устойчивая неуверенность в завтрашних возможностях». Это заставляет предпринимателей постоянно анализировать свои инструментальные ценности, которые в среде деловых людей отличаются особым динамизмом. «Я еще многого не достиг в своей системе ценностей, - считает один из известных предпринимателей г.Иркутска, - у меня глубокое чувство неудовлетворенности. Может быть, я ставлю себе слишком невыполнимые требования... Хотя у меня большие амбиции и большие претензии к этому миру, я никому не позволю себя недооцени-

вать...Надо искать другие инструменты самореализации и чувствовать себя более значимым, чем ты есть...».

Следует отметить достаточно «спокойное» отношение респондентов к своим недостаткам и отказ от техники насилия в их коррекции. Уровень самооценки у бизнесменов является достаточно высоким. Некоторые из них настаивают на «полезности» всех своих качеств, в том числе и отрицательных, утверждая, что именно они формируют уникальность их образа жизни, взаимоотношений с окружающими, членами семьи, и особенно с детьми.

В ходе исследования было выявлено стремление представителей бизнеса к лидерству. Это проявлялось как в прямых ответах обследованных, так и в косвенной форме высказываний: «А зачем жить? Надо добиваться успехов, надо делать себя, свою карьеру, доказать всем, что ты можешь быть выше...», «Люблю размах, широту решения, а не думать, как бы тебя не заставили выполнять очередную дурь...», «Власть привлекает, и кто устоит перед этим соблазном».

Как показали наблюдения, а также анализ содержания интервью, наиболее интересными вопросами для интервьюеров оказывались те, которые предполагали обращение к своему прошлому, образу «Я» в ретроспективе, анализу изменений в течение нескольких лет жизни. Через содержание ответов на данные вопросы бизнесмены оценивали собственные достижения и успехи в бизнесе, свой социальный статус, подтверждая правильность выбранной жизненной позиции.

Вопросы, связанные с семьей, детьми отходили на конец беседы, оценивались неоднозначно, высказывания отмечались осторожностью, сомнительностью. Ответы сопровождалась длительными размышлениями, паузами, неуверенностью. Чувствовалось противоречие между субъективным и объективным восприятием его содержания. Тем не менее, у 56 % опрошенных предпринимателей собственные ценностные ориентации совпали с теми ценностями, которые они хотели бы передать детям: самостоятельность, работа, независимость, предприимчивость, порядочность, трудолюбие и др.

«Нас воспитывали неправильно в свое время, в сегодняшней жизни пришлось ломать себя, я сильно изменился. Только теперь я стал понимать, что главное в жизни. Надо любить себя, делать свою жизнь самому, не взирая ни на что и ни на кого, идти к своей цели безжалостно и жестоко. Если бы я сейчас был другим, я бы не сидел в этом кресле. И я хочу, чтобы моему сыну не пришлось ломать себя, пусть он будет сразу таким – успешным, самоценным, самополезным», - считает один деловой лидер. По его мнению, такие ценности, традиционно относящиеся к негативным, как амбициозность и эгоизм, помогли добиться власти и материального благополучия в жизни. Такая откровенная констатация присуща большинству бизнесменов, поскольку, по их мнению, только такие качества позволяют делать успешный бизнес в России.

Итак, результаты интервьюирования, соотносимые с показателями ведущих ценностей бизнесменов по методике М. Рокича, показали, что родители стре-

мятся передать своим детям в первую очередь инструментальные ценности, необходимые для обеспечения успеха в жизни, работе, бизнесе, достижения материального благополучия как основного условия счастливой семейной жизни и здоровья.

Изучение способов передачи ценностей детям, образа воспитания в семье, выявление отношения родителей-предпринимателей к воспитательной системе современной школы составило содержание анкетирования, которое явилось завершающим методом в диагностическом исследовании ценностных ориентаций бизнесменов. Вопросы анкеты позволяли определить основные приоритеты в воспитании младших школьников, обозначенные родителями; их мнение о содержании воспитания с ценностных позиций в школе и дома (в семьях бизнесменов) и о задачах воспитания личности.

Анализ анкетирования показал, что 62% опрошенных подменяют процесс воспитания обучением, образованием, получением знаний: «главное в воспитании – образование», «воспитывать надо прежде всего знания» и т.п. Важность получения прочных знаний, хорошего образования доминирует над воспитанием. Это отчетливо прослеживается и через содержание ответов на все остальные вопросы.

Исследование подтвердило данные, полученные в ходе интервьюирования предпринимателей: большинство родителей-бизнесменов (61 %) формируют у детей инструментальные практикоориентированные ценности («независимость», «предприимчивость», «деловитость» и др.), а также первоначальные навыки культурного человека («аккуратность», «чистоплотность», «вежливость», «такт» и др.).

В целом бизнесмены хотят видеть своих детей образованными, преуспевающими, счастливыми и богатыми. Портреты, «нарисованные» родителями как образы своего ребенка в будущем, повторяли образ жизни предпринимателей: «современная, образованная, любящая - одним словом, Человек с большой буквы», «образованный с нормальной психикой», «образованный сообразно со взрослым, сильный и деловой», «уверенная в успехе, уверенная в себе красавица, следующая только своим принципам», «счастливый, жизнерадостный, богатый», «новый русский», «умеющий работать и думать», «интересный человек, живущий в приличном обществе и достигший высокого уровня как в материальном, так и в моральном отношении» и другие.

Таким образом, полученные результаты выявили некоторые несоответствия между собственными ценностными ориентациями родителей-бизнесменов и общечеловеческими ценностями, их взглядами на ценностное содержание воспитания в школе и в семье. Были выделены и обобщены факторы риска, влияющие на становление ценностных ориентаций младших школьников из семей предпринимателей:

1. Вещный мир, свободно и неограниченно доступный детям бизнесменов, при всей безусловной значимости его для человечества в целом и для отдельного человека в частности, зачастую в таких семьях превращается в фетиш, манипулирующий сознанием и страстями ребенка.

Исследуя отношение к вещам, материальным ценностям у детей и взрослых, В.С. Мухина приходит к выводу, что «в современном мире вещи могут стать основной ценностью, формирующей мотивацию и создающей представления о полноте жизни, фетишем, превращающем человека в раба вещей и ставящим его в зависимость от дарителей. Все это пробуждает зависть и агрессию. Общественное самосознание должно быть прежде всего ориентировано на развитие человеческой духовности» (3, 25). Ш.А. Амонашвили по этому поводу пишет: «Духовное богатство не есть результат материального благополучия. Материальная достаточность может повлиять и на содержание духовности человека, однако нельзя однозначно утверждать, что это влияние будет только положительным» (1, 147).

2. Ценностные ориентации родителей — бизнесменов зачастую расходятся с общечеловеческими. Не все родители данной категории, как показывает школьная практика, принимают подобные ценности.

3. Криминализованность современного бизнеса и, как следствие, обстановки вокруг семьи, может привести к «стиранию» духовности, человечности, высших идеалов, которые являются путеводителями человека во взаимоотношениях с другими людьми, с самим собой, служат ориентиром в жизни. Вследствие этого, дети бизнесменов несравненно чаще, чем все остальные, попадают в зону риска. В таких случаях у них искажается реальная картина мира, отношение к окружающим, смещается иерархия ценностей.

4. Недостаточный уровень культуры и образования большинства родителей - бизнесменов, лишенных высокого воспитания, не может способствовать усвоению их ребенком духовной культуры, высших общечеловеческих ценностей (Л.И. Журавлев, Д.В. Лубовский, И. Медведева, Т. Шишова, А.Е. Чирикова, Н.Е. Щуркова).

С приходом в школу содержание морального сознания, ценностные ориентации детей формируются уже не только под влиянием семейного микросоциума, традиций и установок родителей, но и под воздействием школьной среды, отдельных людей (педагогов, учащихся, родителей), всего образовательного пространства школы.

Одна из задач современной школы, которая исходит из гуманистической парадигмы образования, - формирование у ребенка общечеловеческих ценностных ориентации. Однако, как установлено, не все родители-бизнесмены их приемлют. В этой связи возникают вопросы: какие ценности наиболее приемлемы в обучении и воспитании данной категории детей? Можем ли мы придерживаться плюралистической системы ценностей, и как далеко распространяются права родителей, опирающихся на свою собственную систему ценностей в процессе воспитания?

Эти вопросы стоят перед современной школой и требуют своего разрешения, т.к. дети бизнесменов и предпринимателей обучаются не только в частных школах. Их численность в обычных школах уже достаточно значима, чтобы почувствовать особенности мировосприятия, ценностных ориентации, внутрен-

него мира, с которыми они приходят туда. Задача школы - найти пути трансформации, перевода ценностей детей в общественно значимые, построить приемлемую модель освоения учащимися общечеловеческих ценностей и выявить те условия, при которых данный процесс будет эффективен.

Библиографический список

1. Амонашвили Ш.А. Размышления о гуманной педагогике. - М.: Изд. Дом Ш. Амонашвили, 1995.
2. Голованова Н.Ф. Педагогические основы социализации младших школьников. - СПб.: Образование, 1996.
3. Мухина В.С. Дивный новый мир: утопии и реальность/Преподаватель. - 1999. - № 1.- с. 23-27.
4. Deniel P. Hallahan James M. Kauffman. Exceptional children: introduction to special education. - Division of Simon and Schuster, 1994.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В МЕДИЦИНЕ

Шапошников В.И.

Государственная медицинская академия, Краснодар

К числу важных проблем относятся : 1) значительное отставание практического здравоохранения от достижений медицинской науки, 2) нехватка медицинских кадров, владеющих новейшими технологиями в области диагностики и лечения различных заболеваний, 3) недостаточное финансирование научных центров, 4) отсутствие у большинства студентов четкой обозначенной дальнейшей формы врачебной деятельности.

Переход на рыночную экономику требует кардинальным образом изменить принцип подготовки кадров для медицинских учреждений на всех уровнях деятельности, а именно : 1) решительным образом изменить отношение студентов к освоению учебной программы, 2) экономически обусловить целесообразность подготовки узкого специалистов для той или иной больницы, 3) разработать критерии финансовой эффективности того или иного научного центра, 4) изменить принцип кадрового подбора на руководящие должности в кадровых и научно - исследовательских учреждениях, 5) изменить принцип оценки качества производственной значимости того или иного медицинского работника. Рассмотрим каждую из названных проблем в отдельности - исходя из порядкового номера.

1. Учеба во всех кадровых учреждениях должна быть платной. Плохо подготовленный врач, неизбежно является источником чей - то беды или даже смерти, так зачем же плодить таких специалистов? Следует, с финансовых позиций, заставлять студентов с полным напряжением осваивать профессию. Исходя из этого, учащийся, под гарантию, должен получать ежегодный кредит в банке, при этом предусмотреть объем погашения кредита за качество усвоения учебной программы (например, у отличников он погашается полностью, а у хорошистов - на 50%, за счет государства). Однако именные стипендии надо сохранить.

2. Если раньше новейшие технологии, как правило, осваивались заинтересованными врачами на рабочих местах в крупных научных центрах - за счет средств больниц, то в нынешнее время эта форма обучения практически перестала функционировать, так как у главных врачей нет финансовой возможности обеспечить подготовку даже одного специалиста на центральной базе, а у врача тем более. Однако, если уж страна встала на рыночный путь экономического развития, то и здравоохранение должно идти в общем строю, то есть медицинские услуги должны стать платными. Как только заработает эта экономическая модель, то все встанет на свои места. В силу своей высокой рентабельности, медицина сразу станет привлекательной с финансовой стороны. А если это так, то бизнесменам нужны будут и хорошие больницы и современная аппаратура, а самое главное - люди, способные правильно и эффективно ее использовать. Они же не захотят того, чтобы средства уходили из под их влияния в другие регионы страны и тем более за кордон. Сами же жители страны наконец - то поймут то, что болеть не выгодно, а значит пора начать вести здоровый образ жизни.

Проблемы под номером 3 и 4 нужно рассматривать вместе Любой научный центр должен быть рентабельным. Однако некоторые из них функционируют не достаточно эффективно и, напротив, отдельные практические врачи плодотворно занимаются научной деятельностью вообще бесплатно. Это приводит к распылению средств, выделяемых государством на науку. Еще более порочна практика укомплектования руководящих кадров в научно - исследовательских и кадровых учреждениях - избираются сроком на 5 лет, хотя Президент РФ - только на 4 года. К сожалению, не всегда руководитель является носителем и вдохновителем новаций. Более правильным, на наш взгляд, является сокращение срока избрания до 4 лет, а подбор на руководящую должность следует производить путем бальной оценки сделанных им изобретений, публикаций монографий, статей и т. д.

5. В настоящее время сертификаты и категории медработникам выдаются сроком на пять лет, а надо - пожизненно, а изымать только за грубые нарушения требований. Это уменьшит ненужную волокиту в оценке профессиональной значимости врача.

АУТОАГРЕССИВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ

Яковлев Б.П., Литовченко О.Г.

Сургутский государственный педагогический институт, Сургут

Под феноменом «аутоагрессия» следует понимать специфическую форму воздействия, при которой человек причиняет вред собственному здоровью.

На протяжении нескольких последних десятилетий в России и в ряде цивилизованных стран мира отмечается рост аутоагрессивного поведения человека.