

психологов следующие: обучение должно ориентироваться на проработку жизненного опыта будущего психолога, его личностных свойств и качеств, на осознание им своих семейных особенностей, багажа жизненного опыта, полученного им в детстве, в подростковом возрасте [5]. Это ведёт к формированию особого типа личности, склонной к особому стилю поведения и имеющей возможность получить обратную связь от группы обучающихся студентов и непосредственного учителя.

Заключение. Задача обучения будущих практических психологов и формирование особого стиля и типа личности профессионального психолога заключается в том, чтобы обеспечить возможность формирования у будущего психолога таких качеств, как конгруэнтность, сенситивность, прогностичность, позитивность, интуитивность, аутентичность, целостность, позитивность и системный подход, ведь без этого психолог просто не сможет качественно выполнять свою работу, быть хорошим специалистом и адекватно работать с каждым клиентом. Для решения этой задачи подойдут различные психолого-педагогические средства подготовки первоклассных специалистов: активные методы обучения, различные виды лекций для передачи теоретического материала, практикумы, тренинги, семинарские занятия, группы встреч, психоаналитические семинары, гештальт-группы, индивидуальная работа с психотерапевтами и работа в малых группах.

Методов, позволяющих сформировать первоклассных психологов, достаточно много, главное, чтобы они были системными и глубинными. Так, обеспечить глубинную индивидуальную проработку каждого будущего специалиста можно только в индивидуальной работе, что зачастую не предусмотрено учебным планом. Поэтому каждый потенциальный психолог для более глубокой проработки своей личности может брать индивидуальные занятия с практикующими психологами. Обычно учебная программа, предусмотренная высшими учебными заведениями, не может обеспечить каждому специалисту глубинную проработку его раннего детского, детского и подросткового опыта. Из этого следует, что каждый будущий психолог должен позаботиться о том, чтобы получить необходимые часы индивидуальной работы и работы в малых терапевтических группах.

Список цитируемых источников

1. Бернс, Р. Развитие «Я-концепции» и воспитание / Р. Бернс. — М.: Прогресс, 1986. — 418 с.
2. Божович, Л. И. Проблемы формирования личности / Л. И. Божович. — М.: Ин-т практ. психологии; Воронеж: МОДЭК, 1995. — 352 с.
3. Выготский, Л. С. Педагогическая психология / Л. С. Выготский. — М.: Педагогика, 1991. — 480 с.
4. Краткий справочник по педагогической технологии / под ред. Н. Е. Щурковой. — М.: Нов. шк., 1997. — 64 с.
5. Фромм, Э. Иметь или быть? / Э. Фромм. — М.: Прогресс, 1990. — 336 с.

Материал поступил в редакцию 19.02.2014 г.

УДК 159.9 (075)

Ж. Б. Манкевич, А. А. Апанович

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ДИКОВОДОВЫЙ ТЕКСТ КАК ИНСТРУМЕНТ СУГГЕСТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ

Введение. Руководитель любого ранга, искусно жонглирующий средствами манипуляции, обречён, если не на вечный, то на достаточно продолжительный успех. Народ, имеющий глубокие познания в области психологии воздействия, подобному влиянию не поддастся. Но такого народа нет и быть не может: высокий интеллект в сочетании с «жизненной проворностью» — удел отдельных личностей, которые могут обратить свой дар, как во благо, так и во вред человеческого сообщества. Манипуляция же людьми осуществляется, прежде всего, при помощи особым образом оформленного речевого сообщения.

Предметом нашего научного интереса являются средства и особенности построения политического сообщения, обладающего высоким потенциалом воздействия. Исследование проводится на материале дикодовых и поликододовых текстов в поддержку президента США Б. Обамы. Данное исследование видится особенно актуальным и перспективным в свете весьма спорного поведения Б. Обамы на мировой политической арене, явно направленного на тотальное разрушение других стран. В то же время политик претендует, выражаясь метафорическим языком, на признание его статуса «Верховного Божества» в разрешении внешних и внутренних конфликтов на всём земном шаре. Весь парадокс ситуации заключается в том, что большинство американцев практически слепо верят «мудрому и честному» вождю.

Б. Обама добивается такого слепого поклонения путём использования чётко налаженного механизма средств манипуляции (который, похоже, в настоящее время начинает давать сбой). Так, в его дискурсе можно найти автобиографические книги, политические речи, плакаты/листочки, видеорекламу и даже музыкальные клипы. Наблюдаются, таким образом, две разнонаправленные тенденции: с одной стороны, американский президент использует стандартизированную, рекуррентную лексику и на протяжении всего дискурса поднимает одни и те же темы; с другой — его дискурс отличается жанровым и кодовым разнообразием. Это позволяет многократно усилить суггестивный эффект: одна и та же лексика, одно и то же содержание каждый раз получает новую форму [1].

Основная часть. Весьма эффективным элементом любой манипулятивной системы выступают дикодовые тексты — яркие, широко доступные и экономически малозатратные. Примерами традиционных дикодовых текстов, характерных для дискурса Б. Обамы, являются агитационные плакаты, листовки с изображением и символикой, различная сувенирная продукция.

Как правило, плакаты и листовки содержат какое-либо изображение и лозунг (поэтому называются креализованными) и используются во время собраний, митингов, выборных кампаний. Таким образом, полноценное исследование дикодовых текстов подразумевает анализ обеих составляющих: только умелое их сочетание помогает достичь максимального суггестивного эффекта.

В ходе исследования нами было изучено около тридцати плакатов и листовок в поддержку Б. Обамы. Анализируя их вербальную составляющую, важно обратить внимание на такое явление, как лозунговость (она свойственна дискурсу Б. Обамы в целом). Самые популярные из призывов — “*Change we can believe in*”, “*One voice can change the world*”, “*Change can happen*”, “*Change we need*”, “*Change*”, “*Vote Obama*”, “*Vote*” — взяты из политических выступлений Б. Обамы. Как видим, наиболее частотными в лозунгах американского президента являются лексемы “*change*” — «изменять» и “*can*” — «мочь». Лексема “*change*” является «словом-амёбой», а формулировка “*Yes we can*” отвечает стереотипному восприятию нации о самой себе. Бесспорен факт, что все люди хотят перемен (*change*), а им ещё методично повторяют, что вместе со своим президентом они смогут добиться успеха (*we can*). Б. Обама грамотно следует золотому закону успешного правителя: «Говори народу то, что он хочет слышать; обещай то, что он просит, и тогда ты сможешь делать то, что нужно тебе».

По сути, лозунговость представляет собой упрощение структуры высказываний, укорачивание их до простых и очень коротких предложений, которые легко запоминаются. Многие из политических призывов представляют собой ничто иное, как элементарное модально-предикативное ядро, которое можно «бросить» в аудиторию и получить значительный суггестивный эффект [2]. Частое чередование структуры подачи информации, длинных и коротких предложений, содержащих лишь предикативное ядро в сочетании с большим количеством «слов-амёб» (демократия, прогресс, перемены, возможности и т. п.), делает речь Б. Обамы, с одной стороны, предельно понятной, с другой — фантомной.

Авторы плакатов и листовок в поддержку Б. Обамы используют также всевозможные графико-стилистические средства: размер шрифта, курсив, полужирный шрифт, расположение текста на листе, колористический акцент, средства иконического языка (рисунки, фотографии, таблицы) [3]. Данные невербальные средства призваны помочь усилить вербальные компоненты. Очень часто плакаты содержат вышеперечисленные лозунги и даже просто выдержки из выступлений Б. Обамы. Во-первых, привлекает внимание сам факт того, что эти фрагменты выносятся на всеобщее обозрение, а, во-вторых, способы организации текста плаката дополнительно выделяют значимые лексические единицы. Чаще всего таким способом оказывается заглавное написание, как, например, “*CHANGE we can believe in*” — ключевое «слово-амёба» написано заглавными буквами, таким образом достигается привлечение внимания к нужной информации.

При наличии иллюстрации связь между вербальными и невербальными компонентами может быть более сложной. В качестве образца качественно выполненной политической листовки в поддержку Б. Обамы приведём следующий пример.

Вербальная составляющая листовки состоит всего из одного предложения: “*You don't deserve politics with a spin*”. Интерес в данном случае представляет лексема “*spin*”. Значение слова “*spin*” может трактоваться как кручение или вихреобразное движение вокруг своей оси или как искажение действительности в каких-либо частных интересах или целях. Таким образом, предложение “*You don't deserve politics with a spin*” включает в себя целый комплекс смыслов. “*Spin*” в данном случае может пониматься двояко, причём одно из значений актуализируется при помощи невербального компонента. С одной стороны, контекст говорит о том, что “*spin*” используется в переносном значении — политика ухищрений, с другой — невербальный компонент представляет собой изображение флага, искаженного вихревым движением, и актуализирует первое значение существительного — кручение вокруг собственной оси. И вновь двойная трактовка: с одной стороны, искажение флага актуализирует прямое значение “*spin*”, а с другой — имеет гораздо более серьёзную импликацию, связанную с тем, что флаг является государственным символом и предметом гордости нации. Это один из основных символов американской гражданской религии, артефакт культуры, которому произносится клятва верности. Искажённое изображение американского флага может подразумевать

искажение самих основ американской государственности и демократии. Можно сказать, что листовка подразумевает, что американский народ не может позволить себе иметь политическую систему, искажающую основные ценности демократии, и предлагает мировому политическому порядку достойную альтернативу, имя которой Барак Обама.

Цветовая гамма логотипа Б. Обамы состоит из трёх цветов, каждый из них несёт двойную функцию. Синий выступает как небо, белый — атмосферный воздух, перемежение красных и белых полос — это земля. Совершенно очевидно, что эти цвета соответствуют цветам государственного флага США. Во-первых, это символизирует связь кандидата в президенты со своей страной, желание во всем исходить из её интересов, а также саму американскую землю, а, во-вторых, цветовое решение государственного флага имеет свои конкретные контекст и значение, которые также служат кампании Б. Обамы.

Первый вариант американского флага появился в 1777 году. Выбор его символики Дж. Вашингтон объяснял следующим образом: «Мы взяли звёзды с небес; красный цвет означал страну, откуда мы приплыли; белые полосы на красном — это символ того, что мы отсоединились от неё; а полосы должны будут символизировать свободу будущих поколений». Также красный трактуется как доблесть, смелость, усердие, белый — как чистота, непорочность, честность, свободу, а синий — как стойкость, верность, настойчивость и справедливость. Звёзды символизируют суверенитет. Отметим, что использование цветовой гаммы американского флага в принципе характерно для американского политического дискурса.

В качестве формы логотипа Б. Обама выбрал круг, что имеет своё символическое значение. С одной стороны, логотип перекликается с графической оболочкой имени политика, с другой — круг является универсальным и многозначным символом. Различные авторы и энциклопедии символов предлагают следующие значения и характеристики круга: 1) круг символизирует совершенство и законченность с одной стороны и бесконечность, непрерывность развития мироздания, времени и жизни — с другой; 2) круг — это солярный символ, что обусловлено не только формой, но и круговым характером суточного и годового движения солнца; 3) круг — одна из форм созидания пространства; 4) круг является неотъемлемым символом великих мифологий и религий: например, египетским символом вечности является завязанная кольцом веревка, античным символом — змея (Уроборос), кусающая себя за хвост, а в христианской иконографии священный свет (нимб) обычно изображался в виде круга; 5) круг является древним защитным символом в алхимии и магии [4, с. 137].

Иногда символ круга получает «божественную» трактовку. «Круг, как монограмма Бога, означает не только Его совершенство, но и Его предвечность. Серия концентрических кругов, один внутри другого означает космос. В христианстве концентрические круги представляют духовные иерархии или разные стадии творения. Три пересекающихся друг друга круга означают Троицу. Равнобедренный треугольник с тремя кругами является монограммой трёх ипостасей одного Бога» [5, с. 268]. По причине того, что круг имеет идеальную форму и отождествляется с божественностью, он часто используется на плакатах с изображением Б. Обамы для эксплуатирования положительных ассоциаций, проецируемых на образ политика.

Кроме того, Б. Обама нередко изображён на фоне расходящихся лучей, что говорит о солярности символа. В древние времена Солнце по всему миру считалось наивысшим, всевидящим богом света, источником плодородия и жизни. Лицо Обамы закрывает круг солнца, но при этом подразумевает его. Очевидно, что кандидат в президенты обладает какой-то божественной силой, поскольку может заменить собой такой древний символ, олицетворение власти.

На одном из плакатов задается прямой вопрос о мессианстве Б. Обамы: *“The MESSIAH has COME?”*. Несмотря на то, что в конце предложения стоит знак вопроса, шрифты, используемые в плакате, как бы, сразу же дают ответ на вопрос: слова *“Messiah”* и *“Come”* напечатаны курсивом. Таким образом, надпись на плакате содержит в себе и вопрос, и ответ: *“The Messiah Has Come?”* — *“Messiah Come!”* (Мессия пришел).

На плакатах с изображением Б. Обамы часто расположена подпись: *“Believe”* (верьте), что также несёт в себе определённый элемент божественной веры. Заметим, что на «божественное» происхождение Б. Обамы намекают и другие источники в рамках политического дискурса кандидата в президенты (например, биографический комикс о Б. Обаме начинается со следующего сообщения: *“His name, Barack, was also his father's, and means blessed”* (*blessed* — *благословенный, святой*)).

Ещё одним мифическим символом политического дискурса Б. Обамы выступает дерево — воплощение жизни, точка соприкосновения трёх миров (небесного, земного и водного); оно — ось мира, вокруг которой организовано мироздание. Древние верили, что дерево концентрирует в себе божественную энергию созидания. Корни Мирового древа опоясывают землю, а ветви простираются в небеса, Мировое древо символизирует возможное восхождение человечества из царства сущного в царство духовное [5]. Древо на плакате имеет в своем основании круг — логотип кампании Б. Обамы. Таким образом, данный логотип внедрён в один из самых мощных и распространённых символов, присутствующих во всех народах, имеющих ясное и понятное значение.

Заключение. Вся система мифических символов, пронизывающих политическую деятельность Б. Обамы, организована очень грамотно и, сливаясь воедино с основными человеческими ценностями, оказывает серьезное суггестивное воздействие на общественное мнение, конечно, в пользу президента США. В свою очередь отметим, что тщательное изучение, толкование этих символов и широкое распространение знания о цели их использования будет способствовать снятию ореола святости с нелепых поступков человека, претендующего на роль эталона справедливости.

Интересен и тот факт, что на фоне агрессивной политической деятельности США, наблюдаемой в последние годы, перечисленные выше приёмы всё чаще обращают в средство антирекламы Б. Обамы. Это достаточно интригующий в научном плане и сложный вопрос, требующий дополнительного изучения.

Список цитируемых источников

1. Янг, П. НЛП. Эффективные методики влияния / П. Янг ; пер. с англ. С. Степанова. — М. : Эксмо, 2007. — 384 с.
2. Болтаева, С. В. Организация текста внушающего или суггестивного характера [Электронный ресурс] / С. В. Болтаева. — Режим доступа: <http://aboutyourself.ru/psivliyan/suggestivniy-text.html>. — Дата доступа: 13.02.2014. — Загл. с экрана.
3. Иванова, С. В. Антикризисные манипулятивные стратегии в профессиональных PR-текстах / С. В. Иванова, М. А. Конова // Полит. лингвистика ; гл. ред. А. П. Чудинов. — Екатеринбург : [б. и.], 2010. — Вып. 2. — С. 165—172.
4. Бидерманн, Г. Энциклопедия символов / Г. Бидерманн ; пер. с нем. ; под общ. ред. И. С. Свепицкой. — М. : Республика, 1996. — 335 с.
5. Энциклопедия символов, знаков, эмблем / сост. В. Андреева [и др.]. — М. : Астрель ; МИФ ; АСТ, 2002. — 556 с.

Материал поступил в редакцию 19.02.2014 г.

УДК 159.928.22

Е. Ф. Нестер

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С ОДАРЁННЫМИ ДЕТЬМИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА-ПСИХОЛОГА

Введение. Современное общество испытывает повышенный интерес к проблеме детской одарённости, выявления, обучения и развития одарённых детей. На современном этапе отмечается резкое возрастание интереса к проблеме одарённости детей, и это неслучайно. Традиционно в системе воспитания и обучения детей было стремление окружающих значимых взрослых привести ребенка в соответствие с некой средней нормой (это гарантировало возможность избежать многих проблем в развитии). Конечно, детям с задержкой развития, которые не могли быть отнесены к так называемой норме, своевременно оказывалась помощь, чтобы дать им шанс если не стать нормой, то оказаться к ней как можно ближе. Этому способствует реформирование системы образования, проводимое в Республике Беларусь. Уже существуют способы выявления одарённых детей, вырабатываются программы помощи им в реализации своих способностей. Однако нельзя не согласиться со словами К. Д. Ушинского: «Ничего нельзя изменить в образовании минуя учителя». Поэтому, затрагивая еще раз проблему одарённости, нам хотелось бы обратить внимание на профессиональную подготовку будущих педагогов к работе с одарёнными детьми.

Основная часть. Понятие «готовность» многогранно. Существуют различные определения её сущности: Б. Г. Ананьев, С. Л. Рубинштейн определяют готовность как «проявление способностей» [1; 8]; В. А. Крутецкий под готовностью к деятельности понимает весь «ансамбль», синтез свойств личности, как значительно более широкое понятие, чем способности [4]; Н. Д. Левитов в определении готовности делает акцент на психическом состоянии личности [5]; К. К. Платонов — на «качества личности» [6]; Я. Л. Коломинский, С. В. Кондратьева и другие исследователи указывают, что готовность к тому или иному виду деятельности — это особое состояние личности, включающее её убеждения, взгляды, отношения, мотивы, чувства и т. д. [2]. Однако, несмотря на различие в трактовках, все специалисты считают готовность объективной предпосылкой успешной деятельности. Целый ряд предпосылок для научно-практического решения проблемы подготовки педагога к работе с одарённой личностью определяет М. В. Губина: социальные (потребность общества, системы образования в педагоге, обладающем комплексом профессионально значимых качеств); теоретические (в психологии и педагогике актуализирована проблема развития творческо-