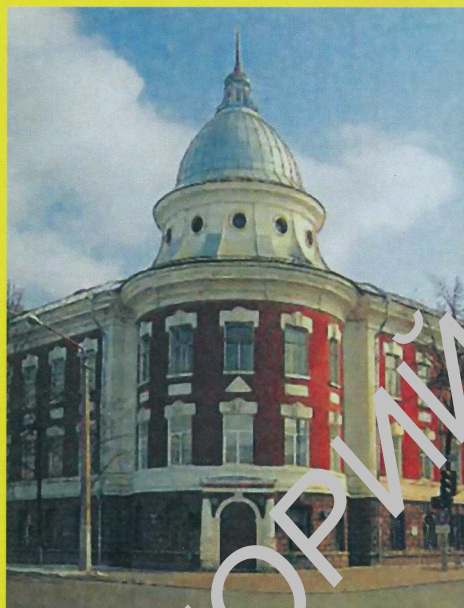


Ю94
Д 222



**XXVI МЕРЛИНСКИЕ ЧТЕНИЯ
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ
ИННОВАЦИИ
В ОБРАЗОВАНИИ**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Российский гуманитарный научный фонд
Пермское региональное отделение РПО
ГОУ ВПО «Пермский государственный педагогический университет»
Институт психологии

XXVI МЕРЛИНСКИЕ ЧТЕНИЯ

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ
В ОБРАЗОВАНИИ**

Материалы Всероссийской научной конференции,
посвященной 90-летию со дня образования
ПГПИ-ПГПУ

г. Пермь, 20-22 сентября 2011 г.

Пермь
2011

УДК 159
ББК 88
М 52

Редакционная коллегия:

А.А. Волочков, Б.А. Вяткин (научный редактор),
Н.В. Коптева, А.Ю. Попов

М 52 **XXVI Мерлинские чтения** : Психологические инновации в образовании: материалы Всерос. науч. конф., посвященный 90-летию со дня образования ПГПИ-ПГПУ, г. Пермь, 20-22 сентября 2011 г. / научн. ред. Б.А. Вяткин; Перм. гос. пед. ун-т. – Пермь, 2011. – 316 с.

ISBN 978-5-85218-520-4

В сборнике представлены тезисы докладов, подготовленных участниками конференции из различных регионов России, по проблемам психологических инноваций в образовательном пространстве.

Для исследователей, студентов и аспирантов, преподавателей и педагогов, практикующих психологов, а также всех интересующихся проблемами психологических инноваций в образовании.

УДК 159
ББК 88

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Пермского государственного педагогического университета

*Издание материалов конференции осуществлено при финансовой
поддержке РГНФ, проект № 11-06-14032г*

ISBN 978-5-85218-520-4

© Коллектив авторов, 2011
© ГОУ ВПО «Пермский государственный
педагогический университет», 2011
© Институт психологии, 2011

Содержание

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

| | |
|---|----|
| <i>Волочков А. А.</i> ПСИХОДИАГНОСТИКА УНИВЕРСАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ДЕЙСТВИЙ НОВЫЙ ПОДХОД..... | 11 |
| <i>Дорфман Л. Я.</i> КРЕАТИВНОСТЬ И ИННОВАЦИЯ..... | 14 |
| <i>Дубровина И. В.</i> ЗАДАЧИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ НА ИННОВАЦИОННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ..... | 18 |
| <i>Мазилев В. А.</i> ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА ПСИХОЛОГОВ: РЕЗЕРВЫ ФУНДАМЕНТАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ..... | 21 |
| <i>Морозов А. В.</i> ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ПЕДАГОГА НОВОГО ТИПА В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ..... | 24 |
| <i>Поддьяков А. Н.</i> СОЗДАНИЕ КОНСТРУКТИВНЫХ, ДЕСТРУКТИВНЫХ И АЛЬТЕР- АЛЬТРУИСТИЧЕСКИХ ТРУДНОСТЕЙ В ОБРАЗОВАНИИ..... | 26 |
| <i>Хотинцев В. Ю.</i> БИЛИНГВАЛЬНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ОБРАЗОВАНИИ (на примере Урала и Поволжья)..... | 28 |

СЕКЦИОННЫЕ ЗАСЕДАНИЯ

Секция 1. ОБЩЕПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

| | |
|--|----|
| <i>Азарёнок Н. В.</i> ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА РЕКЛАМЫ КАК АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ЗДОРОВЬЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ..... | 30 |
| <i>Бирюкова Д. М.</i> ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ..... | 32 |
| <i>Гагарин А. В., Ловинов С. О.</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА В ЭКОЛОГООРИЕНТИРОВАННОЙ АКМЕОЛОГИЧЕСКОЙ СРЕДЕ..... | 34 |
| <i>Гадилла А. М.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОВРЕМЕННОГО УЧИТЕЛЯ..... | 36 |
| <i>Галустьян А. Р.</i> ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТОВ К САМООБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... | 37 |
| <i>Гранин В. Ж. Г.</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ..... | 39 |
| <i>Гасимова В. А.</i> КРЕАТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ И ПСИХОМЕТРИЧЕСКИЙ ИНТЕЛЛЕКТ..... | 41 |
| <i>Герасимчук О. Б.</i> ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЫШЛЕНИЯ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ..... | 42 |

СЕКЦИОННЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Секция 1. ОБЩЕПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА РЕКЛАМЫ КАК АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ЗДОРОВЬЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

Н. В. Азарёнок

БГПУ им. М. Ткача, г. Минск

Одним из источников стихийного воздействия на личность, а, следовательно, и на ее психологическое здоровье, является реклама. На современном этапе развития массовых коммуникаций реклама проникает во все сферы трансформирующегося общества, активно воздействует на его социальные институты и оказывает значительное влияние на поведение людей. Поэтому, в последнее время особенно актуальным становится вопрос о психологической безопасности рекламы и проведении ее психологической экспертизы.

Под психологически опасными понимаются воздействия, блокирующие способность человека к адекватному реагированию на жизненные обстоятельства, подрывающие его способность к анализу информации и осознанному выбору, снижающие сопротивляемость внешнему давлению, лишаящие человека чувства индивидуальности, личностной ценности.

Реклама как тип творчества и как форма массовой коммуникации также может представлять угрозу для психологической безопасности и здоровья человека.

Существует ряд требований, которым должна соответствовать психологически безопасная реклама. Такая реклама не должна: приводить к нарушению поведения, сознания, а также к ухудшению физического состояния человека; оказывать моральное давление с целью побудить потребителя к неконтролируемым действиям, противоречащим его интересам и ценностям; направлена на изменения системы убеждений и структуры ценностей индивида.

Ущерб для личности от специальных психотехнологий, применяемый в рекламе, может носить как *психологический* (развитие неврозов, депрессии, немотивированной агрессии против окружающих или по отношению к самому себе), так и *физиологический* характер (прямое следствие невротического состояния, выражается в ослаблении сопротивляемости организма, обострении хронических заболеваний, снижении работоспособности).

Причиной разнообразных патологий становится совершенно естественный принцип освоения человеком новой информации. Речь идет о «принципе уподобления воспринимаемому объекту». Следовательно, демонстрация натуралистических подробностей убийства, нанесения телесных повреждений, насилия, издевательства и других негативных явлений в рекламе приводит к тому, что у зрителя возникает чувство страха, если он ставит себя на место жертвы, или, наоборот, пробуждается агрессия, стремление повторить увиденное.

К «запрещенным приемам», ведущим к непредсказуемым разрушениям психического, а часто и физического здоровья, в рекламе следует отнести цинизм, кощунство, откровенные сексуальные сцены, а также саркастическую оценку нравственности, морали и культуры. Не стоит забывать, что использование таких напряженных потребностей человека как сексуальное влечение, страх смерти, физической боли, телесных повреждений и т.п. может наносить личности ущерб. Потому что изоощренная апелляция к инстинктивной агрессивности и неотступное провоцирование сексуальных фантазий наносит столь же глубокие, а иногда и неизлечимые душевные травмы, как и физическое насилие.

Благодаря своей динамичности, яркости и музыкальности реклама нравится подрастающему поколению. Возможно, это связано еще и с тем, что рекламные ролики предлагают простые методы решения проблем: не получается сделать уроки – ешь чупирку, если ты некрасивая, надень джинсы известной фирмы – и все мужчины падают к твоим ногам. На экзамен можно мини-юбку одеть и это решит все проблемы. Не надо ничего делать, не надо думать – просто ешь и носи то, что тебе предлагают с экрана. Все решения за ребенка уже приняты, а это ограничивает работу мышления и, в конце концов, отрицательно сказывается на интеллекте.

Благодаря рекламе снижаются многие этические категории. Мечта, любовь, счастье становятся доступны и легко достижимы при помощи мобильного телефона, нового дезодоранта, средства от прыщей, жевательной резинки.

Если продолжать обозначать негативные аспекты воздействия рекламы, то необходимо вспомнить, что реклама – не лучший друг здорового образа жизни. В основном рекламе подвергаются продукты быстрого приготовления или высококалорийные, не имеющие реальной пользы для ребёнка. Желудок детей от таких «перекусов» только страдает, а организм реагирует лишними килограммами.

Нередко реклама делает ребенка более агрессивным и раздражительным. Причинами этого могут быть: во-первых, многие рекламные ролики повторяются слишком часто, прерывают интересные фильмы или мультики. Во-вторых, такие товары как горные велосипеды, путешествия, автомобили пока не доступны ребенку, а иметь их хочется. Так как желания и возможности не совпадают, возникает чувство разочарования, а нередко и злости на

родителей, которые не могут купить дорогую «игрушку». В-третьих, как уже отмечалось выше, сама реклама может отличаться агрессивностью.

Данный факт подчеркивает важность проведения предварительной психологической экспертизы и тестирования рекламы, которые позволят исключить негативное влияние последней на потребителя. А также, разработки и активному продвижению программы воспитания потребительской культуры. Необходимо научить детей более критично относиться к тому, что подается в утвердительной и привлекательной форме в любом ролике телерекламы, показать другие альтернативы рекламируемому товару, вырабатывать у ребенка защитную реакцию против прямого воздействия рекламы.

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

Д. М. Бирюкова

РГППУ, г. Екатеринбург

Долгое время понятие безопасности трактовалось как безопасность государства от внешнего вторжения, как защита национальных и территориальных интересов. Когда речь идет о безопасности человека, то здесь имеется в виду сохранение стабильности его повседневной жизни, уверенность в будущем, отсутствие угрозы безработицы, болезней, преступности, репрессий, социальных конфликтов и экологических катаклизмов.

Рассматривая безопасность как сочетание «определенных обстоятельств», исследователи не принимали во внимание роль субъекта безопасности (человека, государства, общества). По мнению Н.С. Ефимовой, именно субъект безопасности, характеризующийся уровнем активности, саморегуляции и самоопределения, является организатором или разрушителем собственной безопасности. Н.С. Ефимова считает, что безопасность - это сочетание внутренних и внешних факторов, способствующих сохранению полноценной способности человек, общества, государства функционировать и развиваться [Ефимова Н.С., 2010].

В настоящее время нет единой трактовки феномена «психологическая безопасность» и его определения. Проблема обеспечения психологической безопасности человека и жизненной среды, влияющей на становление и развитие человека, только зарождается как самостоятельное направление исследований, хотя и выступает приоритетной задачей социальной практики. Ни человек, ни государство, ни общество не могут рассматриваться и быть в безопасности вне среды, а психологическая безопасность и психологическая поддержка могут носить не только личностную ориентацию, но и относиться к условиям, в которых осуществляется жизнедеятельность.

Автор концепции психологической безопасности в образовании И. А. Баева рассматривает структуру психологии безопасности в двух аспектах: психологическая безопасность среды и психологическая безопасность личности. *Психологическая безопасность среды* в социальном аспекте

Научное издание

XXVI МЕРЛИНСКИЕ ЧТЕНИЯ

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ

Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 90-летию со дня образования ПГПИ-ПГПУ

г. Пермь, 20-22 сентября 2011 г.

Научный редактор

Вяткин Бронислав Александрович

Издание осуществляется в авторской редакции.

Авторы опубликованных работ несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, собственных имен, географических названий и прочих сведений, а также за то, что в материалах не содержится данных, не подлежащих открытой публикации.

Техническое редактирование и макетирование: *Е.Е. Покровская*

ИБ № 431

Свидетельство о государственной аккредитации вуза № 1806 от 11.03.2009 г.

Издание № ИД № 03857 от 30.01.2001

Подписано в печать 27.07.11. Формат 60x90 1/16

Булага В.И. Печать на ризографе. Набор компьютерный

Усл. печ. л. 19,8. Уч.-изд. л. 24,8.

Тираж 300 экз. Заказ № /2011

Редакционно-издательский отдел

Пермского государственного педагогического университета

614990, г. Пермь, ул. Сибирская, 24, корп. 2, оф. 71,

тел. (342) 2-386-312

Отпечатано в издательстве «Книжный мир»

614990, г. Пермь, пл. Дружбы, 34, оф. 305,

тел. (342) 220-01-70

Финансовая поддержка

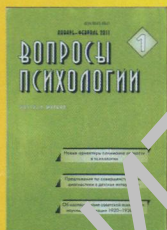


Российский
гуманитарный
научный фонд

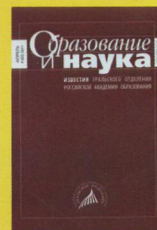


Первый
государственный
педагогический университет

Информационная поддержка



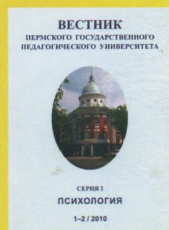
Журнал
«Вопросы психологии»



Журнал
«Образование и наука»



Журнал
«Психопедагогика в
правоохранительных органах»



Журнал
«Вестник ПГПУ»
Серия «Психология»