

предписаны врачами (по ряду показаний). Регулярно получая лекарства через аптеку, их не используют по назначению, а делают объектом продажи.

Следующим видом предпринимательства является *перепродажа краденного*. Чаще всего уличные подростки в одном лице совмещают и продавцов и поставщиков. Торгуют, как правило, мелкими вещами и по низким ценам, так как стараются как можно скорее избавиться от краденного.

В особый вид предпринимательства можно отнести *продажу людей*. Но этим занимаются единицы, они могут продать кого-либо из своих, (например, приезжим цыганам). Этим занимаются наиболее авторитетные и старшие уличные подростки.

При рассмотрении основных форм жизнеобеспечения необходимо учитывать, что процент детей занимающихся тем или иным видом деятельности непостоянен: варьируется, в зависимости от многих факторов (достижение определенного возраста, сезонность данного вида деятельности, непрестижность в среде своей группы и т. д.).

Дети, имеющие значительный опыт уличной жизни, в состоянии зарабатывать приличные деньги, но тратят они эти деньги чаще всего бездарно. Имея в среднем ежедневный доход 200–400 р. (на конец 2002 г.), дети все равно ходят полураздетыми и полуголодными. Большая часть заработанных денег уходит на конфеты, развлечения (компьютерные клубы и т. п.), психоактивные вещества (клеи, табак, алкоголь, и т. д.).

Таким образом мы видим, что изучение типичных форм трудовой занятости уличных детей может не только пополнить наш багаж знаний об этом достаточно закрытом для нормального общества контингенте, но, что может быть более важно – будет способствовать выработке осмысленных способов реинтеграции «уличных» детей в общество.

УДК 316.6+374  
ББК С561.9+4431

## САМООБРАЗОВАНИЕ КАК АВТОКОММУНИКАЦИЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

И. В. Шахова,  
Е. А. Шуклина

Противоречия, возникшие в процессе перехода образования к новой гуманистической парадигме, поставившей в центр образовательного процесса самореализующуюся, самообразующуюся личность, по-новому высветили соци-

альный смысл самообразования и актуализировали проблему комплексного исследования данного феномена социологическими средствами. Одним из важнейших методологических средств в арсенале социологии, потенциал которого практически не востребован в исследовании образования и самообразования, является коммуникативный подход.

Актуальность исследования самообразования как вида коммуникативного взаимодействия имеет и теоретический и практический аспекты. Проблемная ситуация заключается в социальном противоречии между потребностью различных социальных групп в саморазвитии, осознанием этой потребности с одной стороны, и отсутствием разработанных социологических концепций формирования стратегий самообразования, актуализации самообразовательной деятельности в условиях коммуникативного взаимодействия – с другой. Подобные научно обоснованные концепции могут способствовать оптимизации процессов самообразования в рамках различных видов деятельности, в функционировании организаций, связанных с необходимостью непрерывного образования их членов (например, с учетом таких концепций можно строить «гибкий» учебно-воспитательный процесс в образовательных учреждениях, совершенствовать систему повышения квалификации и т. д.). Важность такого рода исследований растет, подпитываясь непрерывным усложнением форм коммуникации и актуализацией потребности в самообразовательной деятельности среди представителей многих социально-демографических групп.

Взаимосвязь смены моделей самообразовательной и коммуникативной деятельности явно прослеживается в период перехода от индустриального к постиндустриальному (информационному) обществу. Экстенсивный и интенсивный рост информации усложнял процессы самообразования в меняющемся коммуникативном пространстве. В результате эволюционировали, развивались формы, условия и способы самообразовательной деятельности; преумножалось и дифференцировалось знание, усложнялись и совершенствовались системы коммуникации.

Появились новые средства коммуникации (*Internet*, спутниковая связь и др.), которые привели к расширению коммуникативного пространства общества, социальных групп, личности. Преобразование качества и увеличение количества каналов коммуникации, повышение динамики коммуникативной деятельности стали причиной появления новых коммуникативных условий реализации самообразовательной деятельности. Глобальные изменения, связанные с переходом общества от постиндустриального к информационному, предполагают в качестве ведущего вида деятельности работу человека с информацией, являющейся по сути своей разновидностью самообразования.

Окидывая взглядом исторические изменения социальной роли образования и самообразования, мы убеждаемся в обусловленности своего предмета изучения характером общественного развития и изменениями коммуникативного пространства социума. В связи с глобальными социетальными и информационными преобразованиями, самообразование как социальный феномен приобретает статус массового общественного явления. В настоящее время для многих социальных групп самообразование становится неотъемлемым компонентом образа жизни. Поэтому социологические исследования самообразования в рамках коммуникативного подхода имеют в настоящее время особую значимость. В частности, коммуникативный подход, реализуемый нами, основывается на изучении самообразования как автокоммуникации, а также – возможностей реализации самообразовательной деятельности в условиях внешней коммуникации (межличностной, межгрупповой, массовой).

Изучение самообразования как автокоммуникации предполагает научный поиск ответов на вопросы: «Что такое самообразование? Что такое автокоммуникация? Каким образом самообразование может быть интерпретировано как автокоммуникация и какое значение имеют иные виды коммуникации для самообразовательной деятельности личности?».

Осуществленный нами анализ отечественных и зарубежных источников, показал, что количество публикаций в социологической литературе по проблемам самообразования и применения коммуникативного подхода к его изучению невелико. В социологии образования внимание на анализе проблем самообразования акцентируется пока недостаточно. В литературе по другим гуманитарным наукам (педагогике, психологии, социальной психологии, философии) проблематика самообразования встречается значительно чаще. Вместе с тем, коммуникативный подход, как средство анализа самообразования представителями всех перечисленных выше наук практически игнорируется. Как правило, анализируя самообразование, ученые-исследователи обращаются к этому подходу лишь косвенно, либо вообще его не используют.

Встреченные в научной литературе дефиниции самообразования мы разделили на группы, основываясь на критерии соотнесения самообразования с феноменом образования (системой, институтом, деятельностью, процессом) и выделяя коммуникативный аспект анализа данного понятия<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> О дефинициях самообразования см. подробнее: *Айзенберг А. Я.* Самообразование: история, теория и современные проблемы. – М., 1986. с. 4; *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка. – М., 1991. с. 131–132; *Донцов И. А.* Самовоспитание личности. Философско-этические проблемы. – М., 1984. с. 61; *Князева М.* Ключ к самозиданию. – М., 1990. с. 176–177; *Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю.* Педагогический словарь. – М., 2000. с. 132; *Коган Л. Н.* Социология культуры. – Екатеринбург, 1992. с. 75; *Найн А. Я.* Инновации в образовании. – Челябинск, 1995. с. 208; *Нечаев В. Я.* Социология образования. – М., 1992. с. 96; *Маслоу А. Г.* Дальние пределы человеческой психи-

Анализ дефиниций самообразования позволил выделить существенные характеристики данного феномена:

- самообразование – вид свободной, творческой деятельности;
- самообразование – внеинституциональная деятельность;
- самообразование имеет тесную связь с образованием как системой и социальным институтом, являясь компонентом образования, видом специально организованной, систематической, институциональной деятельности;

- самообразование – вид непрерывного образования;
- самообразование – способ самоконструирования личности.

Проанализированные группы дефиниций самообразования позволили выявить коммуникативные аспекты исследуемого феномена:

- широта коммуникативного пространства самообразования охватывает как сферу внеинституционального, так и институционального образования, систему образования;

- потребность и навыки самообразования формируются в процессе коммуникации в рамках системы образования;

- в процессах коммуникации в рамках системы образования личность интериоризирует стереотипы, ценностные ориентации, интересы, предметы самообразовательной деятельности;

- в процессе самообразования как коммуникативного взаимодействия личность способна выполнять несколько социальных ролей, характерных для системы образования;

- успехи, достижения, интересы личности в самообразовании способствуют обозначению ее статуса во внешней коммуникации, а также вхождению ее в различные социальные группы;

- потребность в самообразовании может возникать в ситуации повседневного коммуникативного взаимодействия любого уровня: от автокоммуникации до массовой коммуникации;

- внешняя (межличностная, массовая) и внутренняя коммуникация (саморефлексия, самопознание, самоидентификация, самоорганизация) регулируют, мотивируют самообразовательную деятельность личности;

- существует функциональная необходимость коммуникации для самообразования личности, которая продиктована как объективными, так и субъективными факторами;

---

ки. – СПб., 1997. с. 111; Чернявская Г. К. Трудный путь к самому себе: Очерки саморазвития личности. – СПб, 1994. с. 80–81; Шуклина Е. А. Социология самообразования: предпосылки, методология, методика. – Екатеринбург, 1999. с. 80.

- смысл и результат самообразования как коммуникативного взаимодействия – это процесс самоорганизации сферы знания и саморазвития социального субъекта;

- в процессе автокоммуникации происходит освоение субъектом самообразования значимой информации и ее интериоризация.

Анализ самообразования во взаимосвязи с формами коммуникативной деятельности позволяет выявить коммуникативные функции самообразования как социального феномена. В общем виде, эти функции могут быть разделены на две группы: индивидуального и общественного уровней (см. табл. 1).

Таблица 1

Коммуникативные функции самообразования	
Индивидуальный уровень	Общественный уровень
1	2
1. В процессе коммуникации (внутренней и внешней) самообразование обеспечивает обогащение личности новыми знаниями	1. Самообразование обеспечивает социальное развитие и равновесие общества на основе циркуляции знаний, их преобразования и обмена в процессах внешней и внутренней коммуникации
2. Самообразование как внутренняя коммуникация является условием целенаправленного непрерывного образования личности	2. Самообразование способствует воспроизводству, повышению образовательного уровня общества
3. Самообразование как коммуникативное взаимодействие обуславливает формирование образовательных потребностей, интересов, целей личности	3. Самостоятельное приобретение знаний личностью стимулирует процессы институционального и дополнительного образования
4. Самообразование как внутренняя коммуникация обеспечивает активные процессы рефлексии, самопознания личности, самоидентификации	4. Самообразование способствует формированию субъекта любого вида деятельности и регулирует процессы социальной идентификации в обществе
5. Самообразование обеспечивает регуляцию коммуникативного поведения личности, активизируя процессы внутренней и внешней коммуникации	5 Самообразование способствует социальной дифференциации общества на «группы самообразования» в зависимости от: <ul style="list-style-type: none"> <li>• доступа к информации, знаниям;</li> <li>• обладания современными средствами коммуникации, используемыми в образовательных целях;</li> <li>• предмета самообразования.</li> </ul> Самообразование регулирует процессы социальной мобильности

6. Самообразование способствует формированию и поддержанию необходимого коммуникативного пространства личности для реализации ее интересов в образовании	6. Самообразовательная деятельность интегрирует людей со схожими познавательными интересами, обеспечивает насыщенные процессы коммуникации между ними
--	---

Окончание табл. 1

1	2
7. Самообразование способствует адаптации личности в коммуникативном пространстве посредством приобретения знаний, информации, необходимых для профессиональной, научной, бытовой и иных видов деятельности	7. Самообразование как коммуникативное взаимодействие способствует межвременной коммуникации в обществе (трансляции культурного наследия, социального опыта предшественников)
8. Самообразование позволяет личности свободнее вступать в процессы коммуникации и легче находить необходимую сферу для реализации своих интересов в рамках института образования	8. Самообразование стимулирует появление новых способов коммуникативного взаимодействия в обществе, которые в свою очередь, обеспечивают новые способы самообразовательной деятельности
9. Самообразование предоставляет новые возможности и перспективы самореализации личности в профессиональном и внепрофессиональном плане	9. Самообразование способствует адаптации личностей, социальных групп, общества в целом к меняющимся условиям социума

Функциональный анализ феномена самообразования позволил нам сформулировать понятие самообразования в рамках коммуникативного подхода.

Мы полагаем, что *самообразование – это вид коммуникативной деятельности личности, направленный на усвоение и преобразование информации об объективной реальности в индивидуальное знание. Это свободная коммуникативная деятельность, ориентированная на систематическое приобретение знаний в профессиональной и/или внепрофессиональной сферах в целях самореализации личности и получения ею удовлетворения, дающая возможность реализовать сущностные силы человека, раскрывая его субъектность.*

С позиций коммуникативного подхода самообразование необходимо рассматривать, прежде всего, как автокоммуникацию. Массовая и межличностная виды коммуникации являются условиями, стимулами самообразовательной деятельности. Они лишь обеспечивают приток информации к субъекту самообразования, но именно автокоммуникация позволяет трансформировать полученную информацию в знание.

Автокоммуникация – вид коммуникации, в котором участвует один человек. Она протекает в процессе реализации других видов взаимодействия –

массовой, внутригрупповой и межличностной коммуникации. Автокоммуникация «сопровождает» самообразование на всех его этапах, вне зависимости от того в какие виды коммуникации с целью приобретения знаний включается человек в конкретной ситуации повседневной жизни.

Автокоммуникация, как и любая другая социальная коммуникация – это движение смыслов. Специфика автокоммуникации заключается в том, что движение смыслов в этом виде коммуникации происходит исключительно в сознании человека, она скрыта от внешнего мира. Естественно, зная язык жестов, тела, обладая интуицией можно определить, что данный человек размышляет о чем-либо и даже иногда понять предмет его мыслей, но в целом, автокоммуникация латентна.

Процессы автокоммуникации облечены в «ореол» субъективного восприятия человека, обусловлены его субъективным опытом, знаниями, процедурами идентификации. Вместе с тем, они присущи не только отдельной личности, но имманентны крупным социальным объектам, например, социальным группам или обществу в целом. На групповом уровне автокоммуникация порождает целостное знание как определенный тип субкультуры, на социальном происходит процесс формирования ментальности. Автокоммуникация разных уровней существует в единстве. По мнению Ю. М. Лотмана, существуют целые культуры, в которых доминируют или внешние формы коммуникации (сообщения передаются по языковому каналу «Я-Он»), или внутренние (автокоммуникация по каналу «Я-Я») [1, с. 44].

В процессе автокоммуникации человек осознанно или бессознательно интерпретирует свои ценности относительно предмета коммуникации. Отвечает на такие вопросы как: «Что это значит для меня? Как я могу поступить в такой ситуации? Что я буду иметь в результате моих действий?». Ю. М. Лотман пишет: «Текст в канале «Я-Я» имеет тенденцию обрастать индивидуальными значениями и получает функцию организатора беспорядочных ассоциаций, накапливающихся в сознании личности. Он перестраивает личность, которая включена в процесс автокоммуникации» [1, с. 35]. На уровне автокоммуникации происходит качественная трансформация, перестройка самого этого «Я».

Исследуя смысловой аспект автокоммуникации, следует подчеркнуть, что автокоммуникация здесь понимается как диалог с самим собой, необходимый для восприятия, интерпретации предмета коммуникации. Автокоммуникация основывается на самоорганизации знания субъектом самообразования. Специфика самообразования определяется тем, что его реальное осуществление не возможно без осознания, постижения, размышления над полученными знаниями.

Автокоммуникация – это внутренняя коммуникация личности, представляющая собой диалог личности с различными собственными «Я», вовлеченными в выполнение социальных ролей в условиях внешней коммуникации. Основные характеристики автокоммуникации, важные для анализа проблем самообразования помещены в табл. 2.

Таблица 2

Характеристики автокоммуникации

Характеристики	Описание
Субъект	Личность + более крупные социальные субъекты, например, группы, общество
Объект	Личность «Я» + внешние социальные субъекты, например, значимые другие, группы, общество
Предмет	Движение смыслов в сознании личности по поводу коммуникативного сообщения
Контакт с внешней средой	Латентный
Природа/ Истоки	Социальная
Код	Субъективный, индивидуальный
Канал	Вербальный, естественный: внутренняя речь, фонетически не оформленная
Коммуникативные барьеры	Не существуют но имеет место внутренний конфликт, состоящий в противоречиях между достигнутым и желаемым (например, в выборе видов и способов реализации самообразовательной деятельности)
Реальная сфера действия (пространство)	Сознание личности
Гипотетическая/ ирреальная сфера действия (пространство)	Значимые другие, социальные группы, социальные организации, социальные институты, общество
Взаимосвязь с внешней коммуникацией	Интерриоризация каналов и кодов вербальной внешней коммуникации, оценка и понимание внешней коммуникации, реализуемой в прошлом, настоящем и будущем
Эффекты коммуникации	Проявляются в последующих внешних действиях, преобразуют самовосприятие, самоидентификацию личности и отношение к внешней коммуникативной среде

Автокоммуникация позволяет самообразованию быть самообразованием (собственным образованием личности), а не учением, образованием, воспитанием или «лицезрением» происходящего. «Пропуская» полученную извне информацию через свои мысли, восприятие мира, субъект самообразования трансформирует ее в глубоко индивидуальное знание, имеющее для него неповторимое, уникальное значение. Человек мысленно «раскладывает по полочкам» усвоенные



знания, оценивает результаты своей деятельности и ставит перед собой новые цели. Самообразование как автокоммуникация возможно только в состоянии «напряженно-бодрствующего сознания», в ситуации «здесь и сейчас» [2].

*Самообразование как автокоммуникация – это вид коммуникации личности, направленной на удовлетворение потребности в получении информации посредством собственной активности. Самообразование как автокоммуникация – это процесс внутреннего диалога личности с самой собой в ситуации познания и по поводу реализации собственной образовательной деятельности.*

Анализируя самообразование как вид коммуникативной деятельности, интересно рассмотреть это явление во взаимосвязи с основными характеристиками автокоммуникации (табл. 2).

*Субъектом* самообразования как автокоммуникации является личность, находящаяся в состоянии «напряженно-бодрствующего» сознания. При этом она выполняет функции и коммуникатора, и реципиента. В ситуации внутреннего диалога личность обращается к собственному опыту и знаниям.

*Объектом* самообразования как автокоммуникации является не только «я» личности, но и значимые другие, референтные группы и даже общество в целом. Следует обратить внимание на то, что в данном случае, объекты внешней коммуникации представляют познавательно-сравнительный интерес для самообразующейся личности. В результате идентификации социальных ожиданий с достигнутым собственным уровнем знаний личность осознает перспективы работы над собой и своим коммуникативным окружением.

Предмет самообразования как автокоммуникации – это интериоризация, рефлексия над коммуникативными сообщениями, направленными на удовлетворение потребности в знании.

Процессы рефлексии могут происходить:

- в ситуации приобретения информации;
- над только что приобретенной информацией;
- над знаниями, уже находящимися в сознании личности.

*Контакт с внешней средой* значим для выбора предмета самообразования, интериоризации стратегий самообразования и во многом определяет социальную природу самообразования как автокоммуникации. В процессе социализации личность:

- приобретает и интериоризирует язык, символы коммуникации;
- выбирает и актуализирует коммуникативные сообщения, знания;
- изучает возможное и формирует собственное отношение к коммуникативным сообщениям;
- определяет приоритетные стратегии, цели, интересы в самообразовании.

*Код коммуникации*, который личность использует для интерпретации получаемой извне информации, субъективен и индивидуален. Таким образом,

в процессе самообразования как автокоммуникации у личности не возникает проблем, связанных с коммуникативными барьерами в интерпретации кодов коммуникации.

В целом *коммуникативные барьеры* в процессе самообразования как автокоммуникации сведены к минимуму. Те барьеры, которые свойственны внешней коммуникации, во внутренней коммуникации не находят своего воплощения [3, с. 159–163]. На наш взгляд, здесь возможен только смысловой барьер, связанный с непониманием смысла поступающих коммуникативных сообщений. Причинами этого могут являться как объективные факторы (например, незнание реципиентом кодов сообщения, недостаток опыта или знаний), так и субъективные (например, нежелание вступать в коммуникацию).

*Канал самообразования как автокоммуникации* является естественным и вербальным. В процессе автокоммуникации внутренняя речь объективирована во внутреннем языке и затем обязательно проявляется во внешней коммуникации.

*Реальная сфера* самообразования как автокоммуникации – это сознание личности. В свою очередь, к *гипотетической сфере* реализации можно отнести множество потенциальных ситуаций коммуникации, которые личность способна создавать в сознании.

*Эффекты самообразования как автокоммуникации* проявляются в реакциях личности на процессы и результаты внутренней коммуникации, а также, могут быть выражены в невербальной коммуникации, ориентированной на внешние объекты. В качестве эффектов возможны внутриличностные конфликты, связанные с соотношением своих возможностей и потребностей, достигнутого и желаемого в самообразовании.

**Самообразование как автокоммуникация это:**

- ядро самообразовательной деятельности;
- индивидуальная, личностная деятельность;
- свободная деятельность (в интерпретации Ж. Дюмазедье, Т. Парсонса);
- уникальные процессы интериоризации получаемой информации;
- внутренняя «работа» с информацией, но не обмен ею, как то предполагает любой другой вид коммуникации;
- рефлексия над приобретенной информацией;
- самоорганизация, саморегуляция сферы знаний социального субъекта самообразования (личности, социальной группы, общества);
- «преломление» получаемой извне информации в сознании личности, с учетом ее субъективного опыта;
- процесс, обеспечивающий целостность познающего субъекта.

Иное направление анализа самообразования с позиций коммуникативного подхода – это изучение влияния массовой и межличностной коммуникации на самообразовательную деятельность личности. Об этом и пойдет речь далее.

Под массовой коммуникацией мы будем понимать социальное коммуникативное, взаимодействие больших групп людей при помощи технических средств. Массовая коммуникация осуществляется преимущественно через опосредованные контакты источника информации с широкой аудиторией (теле- и радиовещание, публикации в прессе, социально-экономические, политические акции и т. д.).

Массовая коммуникация формирует стереотипы отношения к самообразованию. Являясь влиятельным средством регулирования общественного мнения и сознания, этот вид коммуникации определяет типичные предметы, стратегии самообразования, формирует установки – устойчивые представления об общественно одобряемых видах самообразовательной деятельности и даже ценностное отношение к самообразованию. Естественно, что каждая из этих составляющих самообразования: предмет, стратегия, установка, ценность – формируется в сознании личности косвенно. Напрямую в СМИ редко декларируется «что узнать, для чего и как это сделать».

«Влияние массовых средств коммуникации на нашу жизнь чрезвычайно велико: они обеспечивают нас необходимой информацией» [4, с. 156], – пишет Э. Гидденс. Под воздействием средств массовой информации у субъекта самообразования может быть сформирован интерес к определенному виду деятельности, различным явлениям общественной жизни: социальным, культурным, экономическим и другим. При этом суть массовой коммуникации относительно становления и реализации самообразования заключается не просто в обогащении человека новой информацией, а в том, чтобы предоставлять ему многообразие возможностей для самореализации.

Массовая коммуникация влияет на способ мышления, а следовательно, и на процессы самопознания и самообразования личности. Французский социолог А. Моль, являющийся автором теории об изменении способа мышления людей под влиянием деятельности СМИ [5], подчеркивал, что СМИ не дают системной информации, которая характерна для институтов образования. Таким образом, знания человека приобретают мозаичный характер. Этот вид коммуникации предоставляет человеку поверхностные знания, отрывки знаний, адекватное восприятие которых, по исследованиям Т. З. Адамьянц, характерно лишь для 12–14% потребителей [6, с. 73–82]. Таким образом, современные СМИ не ориентируют на диалог, дискурс, т. е. взаимопонимание, необходимое для самопознания, следовательно, и самообразования личности.

Массовая коммуникация формирует неосознанные стереотипы самообразования, так как является средством манипулирования сознанием личности. Как справедливо заметил зарубежный исследователь А. Постман, поток информации в СМИ дается по принципу «а теперь... о другом» [7, с. 161–167]. А. Постман пишет, что музыка в новостных программах, которая «разрывает» блоки новостей между собой, создает у слушателей и зрителей впечатление что «все в норме» и они действуют в соответствии с предложенной ситуацией благополучия.

Справедлива идея исследователя вопросов семиотики Ю. Лотмана о том, что в массовой коммуникации сообщение и его содержание статично транслируются в пространстве «Я-ОН». В процессе самообразования личность интерпретирует эти статичные сообщения, однако, по сути, этот вид деятельности динамичен.

Массовая коммуникация имеет двойственное и, часто, противоречивое влияние на самообразование, выполняя как манипулятивные так и формирующие функции. Реализуя их, она одновременно сужает и расширяет возможности самопознания и познания окружающего мира [5]. Заметим, что доступ к современным, передовым средствам коммуникации, а следовательно, к оперативной информации в нашей стране дифференцирован в зависимости от материального положения самообразующейся личности.

Знания и информация, воспринятые в условиях массовой коммуникации транслируются и преобразуются в процессах межличностной коммуникации. Межличностная коммуникация – это социальное коммуникативное взаимодействие между несколькими индивидами. Оно может осуществляться непосредственно и опосредованно с помощью каких-либо технических средств или предметов (книги, картины и т. д.). Подобно массовой коммуникации, межличностная коммуникация – это условие самообразовательной деятельности, но в ином значении.

Исследуя взаимосвязь самообразования и межличностной коммуникации, интересно дать ответы на вопросы о том, кто является значимыми другими и на основании каких факторов межличностной коммуникации формируется самообразовательная стратегия личности, в какой межличностной социальной среде происходит самообразование и насколько прочны связи, устанавливаемые между субъектами по причине совместного интереса к определенному предмету самообразования.

Самообразовательная деятельность в контексте межличностной коммуникации имеет ряд особенностей. Непосредственный контакт между индивидами и социальными группами, общностями ведет к тому, что «лицом к лицу» стороны могут оценить, удостовериться, получить подтверждение или опровер-

жение своих идей, знаний. Межличностная коммуникация «лицом к лицу» предполагает некоторые социокоммуникативные барьеры – различные формы элементарного непонимания между людьми. Причем, конфликты или любые другие напряжения и столкновения в интересах взаимодействующих сторон могут повлечь за собой различные последствия и относительно стратегий самообразования: от еще более насыщенной, чем прежде самообразовательной деятельности до угасания одного или нескольких ее направлений. Во многом эти явления зависят от социальных, психологических, политических, экономических, культурных и иных условий реализации самообразования в межличностном коммуникативном пространстве.

Самообразовательная деятельность личности в различных коммуникативных сферах предполагает использование ею различных языковых кодов. Интересно, что, по мнению специалиста в сфере социологии образования Б. Бернштейна, чем сложнее языковой код личности, тем больше у нее способностей к академическому обучению, которое в свою очередь предполагает гибкость и развитость мышления [4].

Активность в самообразовательной деятельности во многом зависит от широты межличностного коммуникативного пространства. Люди, стремящиеся к межличностной коммуникации не просто с целью общения, а для взаимообогащения представляют собой группу с развитым коммуникативным потенциалом и высоким уровнем интеллектуальной культуры (термин Л. Н. Когана). «Чем более развит человек, тем, как правило, шире его межличностные связи, круг общения», – писал Л. Н. Коган [8, с. 101].

Вместе с тем, ограничения межличностного коммуникативного пространства не обязательно ведут к исчезновению потребности в самообразовании вообще. Так, в исправительно-трудовых учреждениях существует практика самостоятельного обучения заключенных на правах студентов заочного отделения. Однако, по признанию самих «узников», они имеют весьма ограниченные возможности самообразования из-за отсутствия достаточных библиотечных фондов.

Актуализация самообразовательной деятельности может происходить в условиях всего многообразия форм межличностной коммуникации, таких, как беседа, интервью, дебаты, семинары, публичные или судебные слушания и др. Характеристики межличностного коммуникативного пространства имеют важное значение для формирования, реализации и воспроизводства самообразовательных стратегий личности.

В современном мире изменяется характер межличностной коммуникации и в связи с этим, мы полагаем, в дальнейшем будет продолжаться увеличение числа опосредованных форм межличностной коммуникации, в том числе в целях самообразования.

Подводя итог, отметим, что возможности коммуникативного подхода как средства анализа самообразования широки. Тем не менее, поскольку в практике социологии постановка его проблем специально не актуализировалась, в настоящее время существует потребность разработки основных теоретико-методологических положений коммуникативного подхода к исследованию самообразования; определения проблемного поля в функционировании самообразования как коммуникативного взаимодействия; анализа причин и условий активизации самообразовательной деятельности во взаимосвязи с различными видами коммуникации: массовой, межличностной и автокоммуникации, вербальной и невербальной коммуникации и др.; выявления особенностей методики изучения самообразования как коммуникативного взаимодействия и способов ее реализации в эмпирическом исследовании.

#### *Литература*

1. *Лотман Ю. М.* Внутри мыслящих миров. Человек-текст-семиосфера-история. – М., 1999.
2. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М., 1995.
3. *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации. – СПб., 2002.
4. *Гидденс Э.* Социология: учебник 90-х годов (Реферированное издание). – Челябинск, 1991.
5. *Моль А.* Социодинамика культуры. – М., 1973.
6. Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства (по материалам круглого стола) // Социологические исследования, 2000, № 7.
7. *Постман Н.* «А теперь... о другом» / *Назаров М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., 2000.
8. *Коган Л. Н.* Цель и смысл жизни человека. – М., 1984.