

комментарии и заключительное слово. Более того, каждое из действий включает в себя целый ряд приемов общения речевых, невербальных, иллюстративных и практических. Таким образом, виды педагогического общения представляют собой сложный комплекс разнообразных действий с определенной их последовательностью и направленностью, стратегией и тактикой. Они могут быть организованными и тогда, как правило, включают в себя все многообразие действий, но могут быть стихийными, чаще состоящими из некоторых действий.

Знание видов и разновидностей педагогического общения позволяет ясно представлять сам механизм взаимодействия учащихся и педагогов, функциональную направленность отдельных действий и приемов общения, а как следствие – технологические и методические задачи педагогического процесса.

Литература

1. *Андреева Г.М.* Социальная психология. М.: Изд. Моск. ун-та, 1980.
2. *Казарцева О.М.* Культура речевого общения. М.: Флинт, 1998. - 496 с.
3. Основы педагогического мастерства / Под ред. И.А. Зязюна. М.: Просвещение, 1989.
4. *Реан А.А., Бордовская* Психология и педагогика.- С-Пб.: Питер, 2001.
5. *Селиванов С.В.* Основы общей педагогики: теория и методика воспитания.- М.: Академия, 2000.

Г.П. Климова

ВКУС В ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЕ

Педагогический аспект вкуса как художественного, так и эстетического предполагает наличие и реализацию результатов предыдущих этапов социализации личности: субъективированных процессов освоения и опыта, средств воздействия, технологий и методов его формирования. Вкус, в том числе и на поле педагогической деятельности, может проявиться либо как потенциал, как обладание и способность к его проявлению (демонстрации, презентации, реализации и проч.), либо как критерий, акмеологическое качество внешней оценки, как стороннее

признание совершенства какого-либо дидактического акта или его субъекта. Вкусовая способность реализуется как воплощение нашего проектного идеального во вне нас, как реализация некоего содержательного начала предварительного образного замысла, отвечающего на мысленные же «образы-ожидания» воображаемой аудитории (в рамках педагогической коммуникации). Во втором случае, эмоционально, этически или интеллектуально оценивается сам процесс педагогической деятельности или предмет (продукт) его реализации с ценностных позиций эстетической значимости и совершенства (гармонии, целостности и выразительности). Хотя здесь сразу же возникает проблема критериев оценивания, точнее - совпадения или несовпадения позиций в рамках субъект-субъектных и субъект-объектных отношений. Причем в очень широкой амплитуде: от полного отсутствия мотивации в «экспертной рефлексии», ее сознательной или естественной не реализации, в виду незамечаемости социально немобильным субъектом, его неспособностью воспринять совершенство совершенного, до разной степени полноты вкусового оценивания, определяемого, в свою очередь, типологическими чертами личности, ее доминирующими особенностями восприятия или социально-культурными характеристиками аудитории. Кроме того, здесь особенно отчетливо проявляется зависимость (детерминизм) культурных позиций и эстетических реакций личности или социума от наличия и степени развитости вкусов самих субъектов оценивания (вкус развитый, не развитый и опережающий вкус творца). Но если в любом случае акт вкусового предъявления (реализации) оценивается как разного достоинства композиционная целостность в разной степени ее конкретизации (от виртуального до материального воплощения), то нам представляется продуктивным и возможным рассмотреть сложение и структуру этого, подчас автодидактического, но все-таки проектного образа по аналогии с бытованием художественного образа в искусстве. Представители эстетической теории (М.Ф. Овсянников, М.С. Каган и др.) традиционно рассматривают три стадии этого бытования, соответствующие, в свою очередь,

этапам создания и реализации собственно произведения искусства. При этом всякий раз определяется разная степень присутствия или доминирования содержательных или формальных слагаемых художественного образа. Так, начало создания произведения аналогично возникновению у автора идеального «образа-замысла», который затем конкретизируется в окончательную модель «образа воплощения», границы которого совпадают с Произведением - художественным (духовным) артефактом. Это, по существу, иллюстрирует процесс перехода духовного Содержания (идеи, смысла, ценности и других социально-значимых функциональных приращений) в материализованную Форму. Эта форма (произведение) и ее внешние факторы, параметры, композиционные средства, пространственно-временные характеристики, действия, признаки, свойства и т.д. становятся художественным или эстетическим сигналом восприятия, объектом «потребления» социума. Здесь мы имеем дело с иным случаем реализации художественного образа, а именно с «образом-восприятием» какого-либо произведения – зрителем, читателем, слушателем. В этом случае происходит «зеркальный» процесс по отношению к этапам создания произведения («Образ замысел» - «Образ воплощение» как переход от содержания к форме). Воспринимая произведение по внешним, формальным, самым очевидным для него признакам, реципиент (в идеале) восходит к авторскому замыслу, идее, содержанию. Хотя, надо оговориться, что они никогда не бывают совпадающими. Адекватность *образа (авторского) замысла и образа восприятия* зависит от сложности формы и языка произведения, а также от степени художественной образованности реципиента (например, массовый вкус публики, элитарный, профессиональный и т.д.). Если бы речь шла о вкусе художественном, то эта схема вполне бы нас удовлетворила...

Теперь обратимся к субстанциональному содержанию вкуса, способному реализоваться не только в художественной парадигме, не потеряв при этом основные субстратные его качества. В этой духовной ипостаси эстетического сознания и социальной реальности также происходит восхождение личности или

какой-либо разнообразной по масштабу и составу аудитории к высокому содержанию Вкуса, предложенного его демиургом или носителем. Аудитория воспринимает факт его появления по внешним параметрам через опорные эстетические сигналы, то есть тот же (как и в искусстве) обратный процесс от формы к содержанию. Феномен вкуса всегда конкретен, но «блуждает» в разных соотношениях переходного состояния: духовное – материальное.

Эстетическая вкусовая рефлексия – способность оперативно, по первому впечатлению определять ценностные достоинства явления (предмета предъявления) на уровне внутреннего переживания (эмоциональной реакции), вне анализа и оценочной аргументации – и составляет, в общем виде содержание «вкуса-восприятия». Он, как можно предположить, создан и создается и количественно, из сумм указанных рефлексий, частоты организованных эмоциональных контактов, и качественно, - исходя из художественно-эстетических достоинств среды окружения, продуктов потребления, глубины осознания их композиционного совершенства или анализа упущений. Предметом суждения (оценки) вкуса в любом случае становится чувственно-воспринимаемая форма.

В культуре повседневности типичными объектами сравнительного восприятия и оценивания являются, в первую очередь, главные элементы материальной культуры – жилище и одежда. Именно они позволяют социальному субъекту максимальную свободу выбора и творчества, а значит, и становятся объектами бытовой агонистики или критики со стороны профессионального сообщества или носителей элитарных ценностей. Действительно, «вкус в одежде» обычно связывается не только с модой или качеством дизайна, но и с уместностью, комфортностью, претенциозностью, элегантностью или вычурностью и т.д. Признаки «вкуса дома (интерьера)» - это стилевое или концептуальное единство, ансамбль или хаос вещей, предметов, мебели и оборудования, сервировка стола, функциональное удобство и декоративное убранство. Затем объекты оценивания могут множиться за счет приращений из других сфер материальной культуры –

бытовой, коммуникативной, поведения и общения, физической, наконец. Вкусовые характеристики и слагаемые здесь могут «утончаться» в сторону духовно-личностных качеств. Например, как человек распорядился своими физическими данными: цвето-фактурой и особенностями лица и фигуры и т.д. Или насколько органично они выстроены в осознаваемый и построенный им самим собственный образ – ментальный имидж. Далее идут его (имиджа) не столь явные, но ценные и эстетически значимые (проектные) слагаемые, которые также могут рассматриваться с позиций вкусовых критериев и меры как необходимого и достаточного, уместного и неуместного, красивого и некрасивого и т. д. Например, речь (ее ритм и мелодика, голосовое интонирование и выразительность, грамотность), мимика и жестикация или поведение (свободное и естественное, но этикетное). Когда же эти обретенные личностью ценности выходят за рамки только лишь правил поведения (сфера материальной культуры) и начинают свое функционирование в социально-психологическом контексте культуры общения, то вкусовые критерии их оценивания переходят более в область интеллектуально-духовную. Меняющиеся модели коммуникации каждый раз требуют от субъекта общения адекватного по ситуации поведения. Уместность и достаточность используемых средств и ролевых характеристик (галантность и шарм, сдержанность и скромность и др.) позволяют оценить поведение личности также и с позиций вкуса. Здесь возможен выход на такие критерии, как такт, мера, артистизм, режиссура и сценарное моделирование вхождения в контакт в разных культурных средах, степень творчества и интерпретации, психологическая рефлексия в профессиональных полях коммуникации (в предметной или духовных сферах). Например, в контексте педагогического общения или коммуникации можно говорить о специфическом педагогическом вкусе, равно как и о педагогической деформации, педагогическом зле.

Другая проблема в рамках заявленной проблематики – профессиональная культура (деятельность) как креативное поле создания художественно-эстетических

паттернов, излучающих вкусовые векторы или определяющих стиль эпохи. Излишне напоминать, что и интерьер, и одежда являются объектами проектного творчества архитекторов, дизайнеров, художников-модельеров. «Вкус как композиция» в профессиональном поле дизайна и архитектуры – предмет и нашего теоретического внимания в рамках дизайн-образования. Как формируется профессиональная культура самих демиургов архитектурных искусств? Какую роль играют художественные или эстетические ориентации в начале профессии? Существует ли единое содержание (субстрат) у художественного и эстетического вкусов или это разные по модальности явления? Мифологичны ли утверждения о существовании врожденного вкуса, что это своеобразный талант, одаренность или это результат воспитания, особых педагогических технологий? И, наконец, почему профессиональное архитектурное образование еще не гарантия формирования хорошего вкуса, а в то же время носителями и авторитетами высокого стиля во всем могут быть люди, далекие от искусства? В том числе и педагоги, но, к сожалению, не все.

М.В. Снегирёва

СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВЫЕ БАРЬЕРЫ ФОРМИРОВАНИЯ АКТИВНОЙ ЛИЧНОСТИ

Стремление к самореализации ориентирует человека на выстраивание собственной линии поведения; осуществляя целеполагание, он планирует стратегию, рассматривает различные тактические ходы, которые наиболее коротким путём приведут его к цели. Самоопределение человека, его профессиональный и личностный рост успешнее всего происходят в образовательных учреждениях, опирающихся на лучшие педагогические традиции прошлого, современные технологии, акмеологическую поддержку специалистов. На формирование личности в большой мере влияет социум – «устойчивая социальная