

## АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ В РАМКАХ РАЗЛИЧНЫХ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ

**Дудникова А.А.**

*В данной статье рассматривается альтернативное позиционирование с точки зрения разных психологических направлений. В рамках социальной психологии, альтернативность рассматривается, как конфликтность. С точки зрения психолого-педагогического подхода, альтернативное позиционирование можно рассматривать в рамках креативности. В рамках рекламной деятельности альтернативное позиционирование является технологией воздействия на ценностную сферу как аспект, привлекающий внимание и активизирующий эмоциональное отношение. Альтернативность с позиции его крайних форм рассматривается как категоричное мышление и выделяется в качестве личностной патологии.*

**Ключевые слова:** *альтернативное позиционирование, конфликтность, креативность, эмоциональная сфера, акцентуация личности, категоричное мышление, шизофрения.*

Понятие альтернативности на сегодняшний день можно рассматривать с точки зрения различных психологических аспектов. Альтернативность является весьма лабильной структурой, которую можно изучить с разных сторон.

В социальной психологии альтернативность рассматривается как конфликтность. Само понятие конфликта применяется достаточно широко, фактически адресуясь ко всем разнородным явлениям, связанным с психикой людей. «Конфликтом называют и межличностные трудности, и внутрличностные переживания, и кризисные явления (предмет психотерапевтической работы), и столкновение алгоритмов решения учебных задач у обучающегося и др.» [2, с. 38].

Одним из основных видов регуляции общественных отношений является действие социальных ценностей и норм. Основаниями для возникновения социальных ценностей и норм являются законы природы и общественные потребности. Их регулятивное действие обеспечивается механизмом подкрепления при помощи системы социальных санкций. Возникающие в ходе их выполнения конфликты определяют характер и структуру регуляции. Во многом структура механизмов регуляции, их соотношение зависят от типа доминирующих противоречий, определяющих основные компоненты ценностно-нормативных конфликтов.

Социально-психологическая регуляция поведения рассматривается разными авторами с точки зрения ценностно-нормативной системы группы, компонентами которой являются групповые ценности, нормы, роли. Групповые ценности и нормы имеют ценностный, когнитивный, поведенческий и эмоциональный компоненты. Ценностный компонент определяет степень соответствия ценностных ориентаций члена группы групповым ценностям и нормам. Когнитивный компонент выражает адекватность восприятия групповых ценностей и норм членами группы. Поведенческий компонент отражает степень соответствия поведения членов группы и требований, действующих в группе норм, а эмоциональный отражает степень принятия ценностей и норм членами группы. Именно противоречиями, возникающими из-за различия аспектов рассмотрения групповых ценностей и норм, объясняются внутригрупповые ценностно-нормативные конфликты [6].

Проблема образов конфликтной ситуации, имеющих у каждой из сторон, стала исследоваться в социальной психологии сравнительно недавно. У каждого из участников под воздействием различных факторов складывается субъективный образ конфликта. Этот образ включает в себя представление оппонентов о самих себе (своих целях, мотивах, возможностях и т. д.); о противостоящей стороне; представление каждого участника о том,

как его воспринимает другой; о среде, в которой складываются конкретные отношения. Н. В. Гришина отмечает, что человек не просто реагирует на ситуацию, а определяет ее, одновременно определяя себя в этой ситуации, и тем самым он создает, конструирует конфликтную ситуацию [2].

Отношение личности к себе оказывает влияние на проявление социальной активности личности, обуславливает ее адекватность и дифференцированность. Оно выступает мотивом саморегуляции поведения и актуализируется на всех этапах осуществления поведенческого акта, участвует в механизмах регуляции поведения от уровня конкретной ситуации деятельности до уровня длительной реализации идейных замыслов [11].

С точки зрения психолого-педагогического подхода, альтернативное позиционирование можно рассматривать в рамках креативности. Однако на сегодняшний день во многих образовательных учреждениях обучающиеся с высоким творческим потенциалом очень сложно адаптируются к унифицированной среде обучения. В педагогической психологии альтернативность часто рассматривают как фактор, препятствующий адаптации в образовательной среде.

Креативность в широком социокультурном контексте понимается как совокупность исторически сложившихся макро-мезо-микросоциальных факторов, а также в более прикладном аспекте – как психолого-педагогическая реальность, содержащая специально организованные условия, соответствующие природе творчества, перспективам развития креативности и самореализации личности в современном мире.

Термин «креативность» используется для обозначения тех интеллектуальных процессов, которые ведут к решениям, идеям, осмыслению, созданию художественных форм, теорий или любых продуктов, которые являются уникальными и новыми. По мнению Е. Торренса, креативность – это не специальная, а общая способность, которая базируется на констелляции общего интеллекта, личностных характеристик и способностей к продуктивному мышлению.

Под креативностью Е. Торренс понимал обостренное восприятие недостатков, пробелов в знаниях, дисгармонии. На основе анализа экспериментальных данных Е. Торренс пришел к выводу, что при низких значениях коэффициента интеллекта, интеллект и креативность образуют единый фактор, в то время как при высоких – творческая способность становится независимой величиной. Другими словами, по мнению Е. Торренса, «нет креативов с низким интеллектом, но есть интеллектуалы с низкой креативностью» [10, с. 58].

Креативность – понятие относительно новое и неустоявшееся в психологии. Часто понятие «креативность» отождествляют с понятием «творчество». Теоретический анализ литературы позволил разграничить данные понятия. Отличие состоит в том, что творчество понимается как процесс, имеющий определенную специфику и приводящий к созданию нового, а креативность рассматривается как внутренний ресурс человека. Хотя и в креативности, и в творчестве необходимо присутствует момент преобразования, но в креативности оно касается системы знаний и ценностей самого субъекта, а в творчестве и некоторой части системы социокультурных отношений, норм, ценностей, знаний, способов действий. И в творчестве, и в креативности присутствует момент оценки созданного и создаваемого, но в творчестве – это оценка со стороны другого, а в креативности – по меньшей мере, самооценка. Понятие «творчество» является более общим (включающим в себя, в том числе, и креативность), отражающим помимо субъективных моментов также процесс новизны, порождаемой субъектом деятельности.

Креативность как одна из характеристик личности проявляется в деятельности, характер которой определяется, во-первых, высокой социальной значимостью и неповторимостью ее продукта – формирования личности обучающегося во всем богатстве ее индивидуального своеобразия. Во-вторых, сам процесс педагогической деятельности, основанный на взаимодействии преподавателя и обучающихся, не терпит стандарта и шаблона, хотя масштабы творческих задач могут быть, конечно, разными, начиная от внесения принципиальных инноваций в содержание, формы и методы учебно-воспитательного процесса и кончая решением многообразных частных вопросов, возникающих в конкретных ситуациях деятельности и общения с обучающимися [8].

Конечной целью образовательной программы должно быть формирование креативной личности, способной к развитию, обогащению и реализации своего потенциала в существующих социокультурных условиях, что возможно лишь при достижении обучающимися уровня образованности, отражающего результаты образовательного процесса, соответствующего требованиям стандартов, предъявляемым к выпускникам. Полученные умения, навыки должны быть достаточны при усвоении знаний по формированию самостоятельной познавательной деятельности. Целесообразно формировать общенаучные умения, определять познавательные проблемы, решаемые в процессе учебной деятельности; выявлять дефицит знаний и умений (без которых нельзя решить значимую для личности познавательную проблему); формировать цели учебно-познавательной деятельности: усваивать научные концепции, теории, законы,

принципы, правила, приемы, методы. Выбирать источники информации, адекватные целям учебно-познавательной деятельности.

Учебная деятельность универсальна и выполняется человеком на протяжении всей жизни. По мнению О. С. Гребенюка, «учебная деятельность – вторая профессия каждого человека, от умения осуществлять учебную деятельность во многом зависит его продвижение в основном избранном деле».

В рамках рекламной деятельности альтернативное позиционирование является технологией воздействия на ценностную сферу как аспект, привлекающий внимание и активизирующий эмоциональное отношение. Аффективный (эмоциональный) компонент рекламного воздействия определяет эмоциональное отношение к объекту рекламной информации: относится ли к нему субъект с симпатией, антипатией, нейтрально или противоречиво. Эмоциями называют такие психические процессы, в которых человек переживает свое отношение к тем или иным явлениям окружающей действительности; в эмоциях получают свое субъективное отражение различные состояния организма человека. Эмоции всегда носят личный, субъективный характер. У людей, помимо зрительной, очень устойчивой является память эмоциональная, которая работает по принципам «приятно – неприятно», «понравилось – не понравилось». Рекламные материалы неизбежно навевают неосознаваемые эмоциональные образы. В соответствии с психосемантическими шкалами эмоциональный образ фирмы может быть описан как новый или старый, быстрый или медленный, свежий или черствый, гладкий или шершавый, свой или чужой и т. п. Память на эмоциональные образы и эмоциональные состояния – одна из самых прочнейших.

Основное требование, предъявляемое к различным инструментам рекламы, – это их эффективность, в том числе способность передать творческое содержание сообщения в соответствии с прагматическими целями рекламной коммуникации. Практика показывает, что сегодня без креатива эти инструменты не позволяют достичь обозначенных целей.

Рекламный креатив можно определить как образную оболочку инструментов информативно-убеждающих видов коммуникации, призванных решить прагматические задачи бизнеса. Такие факторы рыночной среды, как обострение конкуренции, рост финансового и интеллектуального потенциала, глобализация информационных потоков, выступают достаточным основанием обращения к методам и источникам создания нетрадиционных решений, поиску инновационных, креативных идей с целью увеличения эффективности функционирования различных институтов в обществе. Сегодня очевид-

ным является понимание успешности рекламной деятельности через призму креативности, предоставляющей возможности выделения продукта из многообразия рыночных предложений. Развитие информативно-убеждающих видов коммуникаций в новейшей истории России определяет возрождение интереса к раскрытию механизмов творческой деятельности [7].

Важным условием развития креативного мышления в рекламной коммуникации является эмоционально-чувственный компонент, развитие которого призвано систематически обеспечивать чувственно-образное восприятие и формировать эмоционально-ценностное отношение к изучаемым объектам. Данный процесс включает в себя организацию вхождения в ситуацию эмоциональных переживаний, предложенных в рекламном тексте, дающих возможность непосредственного проживания эмоций и чувств, возникновения эмоционально и рационально обусловленных образов, способствующих накоплению эмоционально-чувственного опыта и развитию эмоционально-образного компонента мышления.

Эмоции представляют собой одну из форм отражения реального мира, выраженную в виде обобщенных чувственных реакций, переживаний, возникающих в ответ на разнообразие по характеру сигналы, обязательно влекущих за собой определенные изменения в физиологическом состоянии организма (при проявлении эмоций происходят изменения в деятельности органов дыхания, пищеварения, сердечно-сосудистой системы, желез внутренней секреции, в скелетной и глазной мускулатуре и т. д.).

Важной особенностью эмоций можно считать способность притягивать к предметам и явлениям внимание человека. Объекты, вызывающие сильное эмоциональное переживание спонтанно и, как правило, мгновенно овладевающие вниманием субъекта, занимают в феноменологическом поле сознания место «фигуры», по отношению к которой все прочее выступает в качестве «фона». Как отмечает В. К. Вилюнас, в случае предельно сильных аффектов «фон» и вовсе исчезает, образуя феномен так называемого «сужения сознания» [1, с. 57]. На эмоциональном уровне оценка хода и результатов деятельности человека происходит раньше, чем на рациональном. Способность оценивать предметы и явления с точки зрения их желательности или нежелательности, полезности или вредности для субъекта определяет познавательную функцию эмоций. Эмоциям также присуща функция синтезирования. Она имеет отношение к процессам памяти. Согласно исследованиям психологов, одно слово, услышанное человеком, способно вновь воспроизвести пережитые ранее сильные чувства при условии, если оно обозначает некоторую, возможно

случайную, деталь родоначальной аффективной ситуации или каким-то другим способом напоминает об этом аффекте.

Когнитивная теория творчества Дж. Келли рассматривает творчество как альтернативу банальному. Не используя термин «творчество», Келли между тем разработал оригинальную теорию творчества и творческой личности, впервые описав альтернативное гипотетическое мышление. Для Келли «человек – это исследователь, ученый, который эффективно, творчески взаимодействует с миром, интерпретируя мир, перерабатывая информацию, прогнозируя события. Жизнь человека – это исследование, постоянное выдвижение гипотез о реальности, с помощью которых он пытается предвидеть и контролировать события. Картина мира гипотетична, и люди формулируют гипотезы, проверяют их, т. е. осуществляют те же умственные действия, что и ученые в ходе научного поиска. Жизнь – это творческий исследовательский процесс» [4, с. 25].

Продолжая рассматривать альтернативность в рамках различных психологических подходов, можно также выделить позиции его крайних форм. Альтернативность в данной ситуации рассматривается как категоричное мышление и выделение личностных патологий человека.

Альтернативность может проявляться в чрезмерно выраженных чертах характера личности или акцентуации. Само понятие «акцентуация» и классификацию акцентуаций предложил выдающийся немецкий психиатр и психолог Карл Леонгард. В работах К. Леонгарда используется как сочетание «акцентуированная личность», так и «акцентуированные черты характера». К. Леонгард заменил термин «психопат» на термин «акцентуированная личность». Акцентуация характера, по Леонгарду, это нечто промежуточное между психопатией и нормой. По его мнению, акцентуированные личности – это не больные люди, это здоровые индивиды со своими индивидуальными особенностями. На вопрос, где же границы, отделяющие акцентуантов, с одной стороны, от психопатов, а с другой – от неакцентуантов, К. Леонгард не дает четкого ответа. Его концепция акцентуации личности была использована и доработана А. Е. Личко и его сотрудниками для изучения характера подростков. Акцентуация характера, по Личко, – это чрезмерное усиление отдельных черт характера, при котором наблюдаются не выходящие за пределы нормы отклонения в психологии и поведении человека, граничащие с патологией. Акцентуации как временные состояния психики чаще всего наблюдаются в подростковом и раннем юношеском возрасте [5]. Обычно акцентуации развиваются в период становления характера и с возрастом сглаживаются. Однако подростковый возраст настолько

важен для дальнейшего самоопределения человека, что оказывает влияние не только на стадии формирования профессиональных интересов и намерений, но и на дальнейшую профессиональную адаптацию. Тип акцентуации указывает на проблемные места, позволяя прогнозировать и предотвращать травмирующие ситуации, в том числе связанные с несоответствием типологических особенностей человека и выбранной профессиональной среды.

Акцентуации характера могут содействовать развитию психогенных расстройств, ситуативно обусловленных патологических нарушений поведения, неврозов, психозов. Однако следует отметить, что акцентуацию характера ни в коем случае нельзя отождествлять с понятием психической патологии. Жесткой границы между условно нормальными, «средними» людьми и акцентуированными личностями не существует. Выявление акцентуированных личностей в коллективе необходимо для выработки индивидуального подхода к ним, для профессиональной ориентации, закрепления за ними определенного круга обязанностей, с которыми они способны справляться лучше других (в силу своей психологической предрасположенности).

Следовательно, при акцентуации характера некоторые его черты, находясь в пределах нормы, тем не менее, сильно выражены в поведении человека и обладают тенденцией к еще большему усилению и переходу в патологическое состояние. Следует особо подчеркнуть, что акцентуации характера представляют собой хотя и крайние, но варианты нормы.

Проблема акцентуаций характера у подростков является сегодня важнейшей педагогической проблемой, которая может быть решена совместными усилиями педагогов и психологов. По данным исследователей (Н. Я. Иванов, С. В. Колябин, К. Леонгард, А. Е. Личко), количество подростков-акцентуантов среди обучающихся 8–11-х классов средней общеобразовательной школы составляет от 33 до 88 %. Акцентуированные черты характера мешают подросткам адаптироваться в обществе, коллективе сверстников, препятствуют успешному протеканию процесса социализации личности, влияют на эффективность учебной деятельности [3].

Акцентуированные подростки испытывают личные проблемы, связанные с отношением к себе, своим переживаниям, взаимоотношениям с другими людьми, они подвержены развитию чувства неполноценности и неуверенности в себе. Такие подростки склонны смотреть на мир с недоверием, избеганием контактов со сверстниками или проявлением враждебности к окружающим их людям. У них присутствует чувство, что они отличаются от других, причем отличаются в худшую сторону.

Альтернативность может проявляться как категоричное мышление с точки зрения личностной патологии. Одной из них является трансформация личностных ценностей при шизофрении.

Альтернативное позиционирование является своего рода регулятором нашего мышления. При шизофренических проявлениях данного рода у человека рушатся барьеры действительности, и он начинает выстраивать бесконечный ассоциативный ряд событий, который уводит его в дебри неадекватной реальности. Человек начинает видеть альтернативу там, где ее не существует, и наоборот.

При шизофрении существуют стойкие прогрессивные нарушения когнитивных функций, которые наиболее отчетливо выступают вне острых состояний. Такие когнитивные расстройства являются стабильными, устойчивыми образованиями. Когнитивный дефицит является одной из ключевых характеристик заболевания, наряду с позитивными и негативными расстройствами. При шизофрении имеет место изменение не просто количественных аспектов, а качественной природы процессов переработки информации.

Начало заболевания в юношеском возрасте дебютирует биполярными аффективными расстройствами, либо монополярной депрессией. Течение биполярных аффективных расстройств более прогрессивное и спустя 5–6 лет от их манифеста, очевидным становится нейрокогнитивный дефицит, недоступность сложной интеллектуальной деятельности (больные прекращают учебу в вузе, не справляются с программой обучения в очной аспирантуре), в сочетании со стойкой астенией, инфантилизмом и изменением внешнего вида (субкататонические проявления, «мягкая кататония»). Монополярная (рекуррентная) депрессия (тоскливо-апатическая с дисфорноподобными включениями) осложняется симптоматическим алкоголизмом, в дальнейшем – употреблением наркотиков. Спустя 8 лет от дебюта формируется дефект по типу дефицитарного шизоида. Родители организуют неофициальное наблюдение психиатра без оформления медицинских документов, оглашения диагноза (огласка, «стигматизация»

нежелательна для репутации родителей), охотно принимают «соматоневрологические» версии диагноза, материально содержат больных, избегают официального контакта с психиатрами до тех пор, когда надо решать вопрос трудоспособности или когда больные проявляют агрессию [9].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Вилюнас В. К. Психология эмоциональных явлений. – М.: Изд-во Моск.ун-та, 1976. – 143 с.
2. Гришина Н. В. Психология конфликта. – СПб., 2000. – 193 с.
3. Заблоцкий Г. О. Коммуникативные основы гармонизации личности подростка с акцентуацией характера // Вопросы современной науки и практики. – 2010. – № 7–9. – С. 116–123.
4. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2012.
5. Личко А. Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков. – Л.: Медицина, 1983.
6. Нагиева О. В. Анализ влияния основных компонент ценностно-нормативных систем на конфликтность малых групп // Человеческий фактор: проблемы психологии и эргономики. – 2006. – № 2. – С. 59–60.
7. Ноздренко Е. А. Креативное мышление в рекламной коммуникации: культурологический аспект // Журнал сибирского федерального университета. Серия: гуманитарные науки. – 2010. – Т. 3. – № 4. – С. 600–609.
8. Пузен Л. Г. Креативность как одна из характеристик личности будущего педагога // Омский научный вестник. – 2007. – № 4–58. – С. 115–117.
9. Сенько Е. В. Особенности клинической картины поздно диагностируемой вялотекущей шизофрении в зависимости от возраста начала заболевания // Сибирский медицинский журнал. – 2009. – № 7. – С. 125–128.
10. Туник Е. Е. Тест Е. Торренса. Диагностика креативности. Методическое руководство. – СПб.: ИМАТОН, 1998.
11. Чеснокова И. И. Проблемы самосознания в психологии. – М.: Наука, 1977. – 144 с.