

Трофимова А. В.

МОДЕЛИ ВОСПРИЯТИЯ ЛИЧНОСТИ ГЕРОЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ПРОБЛЕМА ХАРИЗМЫ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/4-2/106.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2008. № 4 (11): в 2-х ч. Ч. II. С. 240-242. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/4-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

тивные контакты с представителями других культур невозможны без практических навыков социокультурного общения. Для решения этой задачи необходимо развитие культурной восприимчивости, способностей к правильной интерпретации конкретных проявлений коммуникативного поведения в различных культурах и, следовательно, формирование практических навыков и умений. В связи с расширением межкультурных профессиональных контактов возрастает потребность общества в специалистах различного профиля, владеющих иностранным языком. Однако владение иноязычным кодом, позволяющим успешно осуществлять межкультурно-профессиональное взаимодействие, предполагает овладение и профессионально-значимыми концептами инофонной культуры, определяющими специфику общественного и делового поведения, детерминируемого влиянием исторических традиций и обычаев, образа жизни и т.п. Лингвосоциопсихологические и культурологические знания об иноязычном социуме, создающие широкий контекст межкультурного общения, формируют перцептивную готовность к эффективному межкультурному деловому общению и, следовательно, к международному профессиональному сотрудничеству.

Широкое распространение и развитие международной экономики, менеджмента, торговли и, как следствие, международного права обусловило необходимость овладения специалистами навыками профессиональной культуры как значимым компонентом профессиональной межкультурной коммуникации. Иноязычное деловое общение, ставшее социальным заказом современного общества, постепенно приобретает особое значение в подготовке специалистов-нефилологов. Знание языка общения (иностранного), лингвистических, социолингвистических и культурных особенностей речекommunikативного поведения иноязычных партнеров и умение моделировать сотрудничество в профессионально значимых ситуациях являются одними из основных составляющих коммуникативной компетенции.

Список использованной литературы

1. Астафурова Т. Н. Коммуникативное поведение: проблемы межкультурного общения // Социальная коммуникация. - М., 2001.
2. Горелова Т. А. Диалогическая основа межкультурных взаимодействий: Автореф. дисс. к.ф.н.: 09.00.01. - М., 1998.
3. Добрынина Л. А. Страноведение и коммуникативное поведение // Иностранные языки в современной социокультурной ситуации. - Воронеж, 1999.
4. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии // Общественные науки и современность. - 1996. - № 3.
5. Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации. - М.: Центр, 1998.
6. Пшегусова Г. С. Коммуникация как многоуровневая структура: проблема типологии. - М.: Социально-гуманитарное знание, 2002.
7. Стернин И. А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. - М., 1996.

МОДЕЛИ ВОСПРИЯТИЯ ЛИЧНОСТИ ГЕРОЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ПРОБЛЕМА ХАРИЗМЫ

Трофимова А. В.

Нижегородский государственный педагогический университет

В центре проблемы восприятия героической личности находится понятие харизмы. Харизма - феномен, предполагающий, что некий человек обладает исключительными качествами и способностями, вызывающими преклонение, безоговорочную веру в его необыкновенные возможности, готовность следовать ему, подчиняться, идти на любые жертвы. Она формирует в человеке лидера, придает ему высокий авторитет, целеустремленность, незаурядные организаторские способности, готовность брать на себя ответственность и становится достоянием опытного лидера или выдающейся личности.

Люди исключительно восприимчивы к притяжению харизматических личностей. Влияние образа героя, реального или спроецированного, дает ощущение правильности жизненного выбора и сопричастности к чему-то очень важному и нужному. В образе героя сконцентрированы силы, чувства и инстинкты, в самом общем виде - потребности, которые владеют толпой, основанием героя становится действие, характеризующее с позиций социальной значимости, то есть герой формируется и воспроизводится самой социальной реальностью.

Классик социологии Макс Вебер писал: «Харизмой следует называть качество личности, признаваемое необычайным, благодаря которому она оценивается как одаренная сверхъестественными, сверхчеловеческими или, по меньшей мере, особыми силами и свойствами, не доступными другим людям»¹. В широком смысле слова, харизма - это тот «божественный дар», который люди видят в выдающемся человеке в процессе его жизнедеятельности. Человек, обладающий таким особым даром, оказывает не просто влияние на массы, но своими действиями внушает им веру в непогрешимость собственных поступков и намерений.

Теория харизмы Вебера - это «концепция политического общества, взрывчатую сердцевину которого составляет харизма, совершенно так же, как уран - сердцевину ядерного реактора. Обществом управляют страсти, на которых нужно играть, даже стимулировать их, чтобы затем иметь возможность овладеть ими,

¹ Вебер М. Типы господства // Социс. - 1988. - № 5. - С. 23-35.

подчинить разуму. Без такой внутренней энергии, непроницаемой для какой бы то ни было рефлексии, не происходит ничего оригинального и результативного». Наконец, сами носители харизмы - это, как правило, «фанатики, которые, не колеблясь, жертвуют своими интересами, комфортом, даже семьей ради часто весьма эксцентрической цели»¹.

Теория Вебера очевидным образом схожа с теорией «пассионарности» Л. Н. Гумилева. Однако можно отметить и ряд отличий:

1. Харизматический лидер может быть пассионарным, но не каждому пассионарию свойственна харизма. «Там, где появляется харизма, она представляет собой призвание в этимологическом смысле слова: как «миссию» или «внутреннюю задачу».

2. Верить в харизматику, значит верить в его всемогущество, а не полагаться на необычайные качества индивида, отвечающие желаниям группы. При этом если такая вера приводит к «слепоте» (культу личности), то наступает трагедия харизмы. Пассионарности трагедия не грозит, поскольку страсть приходит и уходит, а харизма - дарованная свыше человеку.

3. Харизма - это сугубо индивидуальное проявление человека, следует своему призванию, как планета движущаяся по своей орбите. Поэтому он, по определению «антисоциален», все его дела и слова не подлежат контролю. Он пророк, отделяющий себя от общности. Он зачаровывает и его действия и слова производят эффект.

4. Еще важная черта сходства двух понятий - одинаковая неясность происхождения. Оба эти фактора «что-то вроде дара небес, т. е. пришли неизвестно откуда, недаром пассионарность - предположительная гостья из космоса (Л. Гумилев), а харизма вообще означает «благодать» (Р. Зом).

5. Следует также обратить внимание на сходство в том, что можно было бы назвать циклом пассионарности. И Гумилев, и Вебер дали почти одинаковую схему жизни своих таинственных субстанций. И харизма, и пассионарность возникают в истории неожиданно, иррационально и неизвестно откуда, а затем, «натворив дел», сходят на нет, выдыхаются и в данном социуме уже не возобновляются. Пассионарность исчезает, поскольку численность пассионариев падает, подчиняясь закону естественного исторического отбора. С падением их численности восстанавливаются мирные эпохи, и число пассионариев начинает вновь расти. Что же касается харизмы, то она не вырождается, а социально преобразуется по мере того, как харизматические вожди преобразуют свою власть в обычную, рациональную и формальную, а революционная власть становится легитимной и бюрократической².

6. Кроме того, будучи более широким понятием, чем харизма, пассионарность представляет собой то качество, благодаря которому некоторые из пассионариев становятся харизматическими вождями. По Веберу, склонность к активной деятельности является признаком носителя харизмы.

В рамках такого сопоставительного взгляда можно утверждать, что герой - с одной стороны, харизматическая личность, дар очаровывать и увлекать людей дан ему «свыше», но с другой - он «пассионарий», поскольку увлечение, «заражение» им других людей своими взглядами обусловлено его страстностью, его личностной активностью.

Харизматический герой вводит новые ценности или заменяет привычные в иерархии старых. Он достигает посвящения последователей именно потому, что представляет экстраординарное и неслыханное, неизвестное, чуждое всем правилам и традициям, воплощает надежду и энтузиазм, делая индивида восприимчивым к крайним усилиям ради дела. В этой связи представляет интерес изучение этических проблем харизматического лидерства, оценка его деятельности для общества.

Один из основателей социальной психологии Г. Лебон писал: «Нужно, чтобы она (идея) сначала была принята небольшим числом апостолов, которым сила их веры или авторитет их имени дают большой престиж. Они действуют тогда более внушениями, чем доказательствами... Массы не дают себя никогда убеждать доказательствами, но только утверждениями, и авторитет этих утверждений зависит от того обаяния, каким пользуется тот, кто их высказывает;... те великие религиозные и политические революции, которые перевернули Европу, создавались людьми, достаточно поглощенными известной идеей, чтобы пожертвовать своей жизнью для ее распространения»³.

Отсюда модно сделать вывод, что харизматический герой возможен в нескольких ипостасях - в политической и религиозной «оболочке». Первая из них - государственная власть и социально-политическое лидерство. Общество верит в силу апробированных традиций. В контексте своей истории оно воздает должное системам лидерства, построенным на традиционных устоях наследственной власти, авторитете старейшин и т. п.; доверяет институтам бюрократии, на примере современных демократических стран, доказавших свою надежность как инструмента государственного управления. Это - в условиях нормального, спокойного развития, когда всякая инновационная идея, предполагающая отказ от общепризнанного, воспринимается как крамола, подрыв устоявшихся норм развития. Тем более, если у её сторонников нет доказательств собственной правоты, а есть только интуиция. Однако в периоды потрясений и смут традиционные властные механизмы не срабатывают: старое рушится, брэнность казавшихся незыблемыми ценностей налицо. Общество,

¹ Москвичи С. Машина, творящая богов / Пер. с фр. - М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. - С. 291.

² Фрумкин К. Пассионарность: к истории идеи // Россия XXI век. - 2001. - № 3. - С. 142-154.

³ Лебон Г. П. Психология народов и масс. - СПб.: Знание, 1995. - С. 108-110.

ощущая, что вступило в некую переходную стадию, само ищет пророков, которые станут поводырями в самых трудных ситуациях.

Вторая ипостась харизматики - это религиозное учительство. Поскольку харизма не может быть безличной, то её реальность воплощается в божьем даре учительства. Служение словом (учительство) проявляется преимущественно в трех формах: пророчество (предсказание), дидактика (учительство в более тесном смысле слова) и увещание (pouthesia). Носителями такого тройного дара учительства были, прежде всего, апостолы, пророки и учителя, которые стояли всегда в первом ряду христианства. Таким образом, в иерархии носителей харизмы можно выделить три ступени: высшая харизма - апостолы, средняя - пророки и низшая - учителя.

Русское культурное пространство характеризуется определенной национальной спецификой и в плане восприятия харизматического героя, в плане того, кого считать героем-харизматиком, какие качества создают ореол харизмы и т.п. Одной из социальных доминант правовой и политической истории в России, безусловно, была религия. Христианские представления о верховном правителе - наместнике Иисуса Христа, объединяющем функции светского владыки и религиозного спасителя, оказали решающее влияние на ход российской истории. Именно государь является высшим харизматическим вождем в русском культурном пространстве.

В целом можно утверждать, что с социально-психологической точки зрения образ героя в восприятии его некой социокультурной группировкой (этносом, государством, племенем, родом и др.) воплощает в себе наиболее сильные устремления «среднего человека» и явственно представляет для этого «среднего человека» способ, модель их идеальной реализации.

Важная ипостась героя - его авторитет, основывающийся на исключительных качествах личности (мудрости, силе, героизме, святости), которыми он может и не всегда обладать в реальности в достаточной степени, но которые приписываются ему в модели социокультурного восприятия за счет его «харизмы». Т.е. люди приписывают харизматическому лидеру те качества, которые они хотят в нем видеть, а не те, которыми он располагает в действительности. Харизма как свойство личности может привлекать или отталкивать, но нельзя отрицать, что она служит проводником «энергии героического», потому что выступает ключевым знаком в «коммуникации подвига».

Модели личности героя в разные эпохи получали разное конкретно-историческое содержание. Но при этом для всех них можно отметить универсальную общность: личность героя есть наиболее яркое воплощение активно-личностного, преобразовательного начала в отношении «человек - среда (как природная, так и социальная или культурная)». В известном смысле можно утверждать, что в каждом человеке подспудно существует сильнейшая психологическая потребность «обнаружить» в себе героя: это связано с такими существенными потребностями человека, как потребность в самореализации, в творчестве, в признании другими людьми.

Список использованной литературы

1. Вебер М. Типы господства // Социс. - 1988. - № 5.
2. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. - Л.: Гидрометеиздат, 1990. - 3-е изд., стереот.
3. Лебон Г. П. Психология народов и масс. - СПб.: Знание, 1995.
4. Московичи С. Машина, творящая богов / Пер. с фр. - М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.
5. Фрумкин К. Пассионарность: к истории идеи // Россия XXI век. - 2001. - № 3.

СПЕЦИФИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕФЛЕКСИИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СИТУАЦИИ ПРОДУКТИВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ

Троянская А. И.

Удмуртский государственный университет

Уникальность социально-культурной, экономической ситуации в России сегодняшнего дня состоит в том, что необходимость преобразований в обществе ставит проблему образования и развития человека в ранг приоритетных задач. Механизмом и принципом этой преобразующей деятельности внутри человека в рамках профессионализации является профессиональная рефлексия.

В узком значении профессионализация определяется как процесс достижения соответствия субъекта деятельности требованиям профессии [Карпов 2003]. Продуктивность профессионализации, способствующая профессионально-личностному развитию, формированию необходимых для деятельности психологических новообразований, достигается в процессе образовательной деятельности и самосовершенствования субъекта.

Проблема исследования состоит в том, что продуктивная профессионализация традиционно рассматривается как условие стимуляции профессионального и личностного роста, что вступает в противоречие с тем, что процессы, имеющие место в продуктивной профессионализации, сродни процессам, протекающим в кризисные периоды профессионального становления. Логично предположить, что психологические условия продуктивной профессионализации имеют специфику. В частности, особую роль в ситуации продуктивной профессионализации играет профессиональная рефлексия специалистов.