

го лишь пять. На первых порах обходились редакционными силами, лишь позднее стали появляться сообщения с мест от аульных корреспондентов, что делало газету более живой и понятной низовому читателю, формировало новую нравственную атмосферу, «завоевывая широкие трудящиеся массы степей»²⁸.

Нами обозначены лишь первые начальные шаги газеты «Аул». Ее значимое будущее впереди, а пока шел процесс становления, профессиональный рост национальной журналистики, определялись пути развития. Пройдут годы, и восприемница одного из лучших изданий Казахстана газета «Костанай таны» по праву станет продолжателем идей и деяний первопроходцев казахстанского печатного слова.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Дейнега Т. Политико-воспитательная работа среди членов городских парторганизаций в зимний период // Известия Кустанайского Губкома РКП(б). Кустанай, 1922. № 12. С.16.
- 2 Известия... 1924. № 22.
- 3 Там же, 1923. № 17. С.4.
- 4 Там же, 1923. № 19. С. 62.
- 5 Тургайская газета. Оренбург, 1896. №17/18.
- 6 Известия Кустанайского Губкома РКП(б). Кустанай, 1923. № 17. С.4.
- 7 ГАКО (Государственный архив Кустанайской области). Ф. 139. Оп. 1. Д. 306. Л. 4–а.
- 8 ГАКО. Ф.1414. Оп.с2. Д. 24. Л. 5.
- 9 Там же, л.7.
- 10 Там же, л.8.
- 11 Справочник журналиста Казахстана / Под ред. С.К. Козыбаева. – Алматы, 2002. – С. 20. Справочник журналиста Казахстана. – Алматы, 2011. – С.53.

- 12 ГАКО. Ф. 1414. Оп. 2. Д. 24. Л. 16.
- 13 Зиманов С.З., Идрисов К. Общественно-политические взгляды Мухамеджана Сералина. – Алма-Ата, 1989. – С. 152.
- 14 ГАКО. Ф. 1414. Оп. 2. Д. 24. Л. 10.
- 15 ГАКО. Ф. 1414. Оп. 3. Д. 145. Л. 5-6.
- 16 Красная степь. Кустанай, 1923. №50.
- 17 ГАКО. Ф. 1414. Оп. 3. Д. 99–а. Л. 5.
- 18 Степная газета. Кустанай, 1923. 23 февраля.
- 19 Степная заря. Кустанай, 1922. №108.
- 20 Зиманов С.З., Идрисов К. Указ соч. С. 153.
- 21 Красная степь, Кустанай, 1923. №92.
- 22 Красная степь, Кустанай, 1923. №94.
- 23 ГАКО. Ф. 1414. Оп. 3. Д.99–а. Л. 10.
- 24 Известия Кустанайского Губкома РКП(б). Кустанай, 1923. №19.
- 25 Красная степь, Кустанай, 1923. №97.
- 26 Красная степь. Кустанай, 1923. №92.
- 27 ГАКО. Ф. 1414. Оп. 3. Д. 99–а. Л. 20.
- 28 Степной крестьянин. Кустанай, 1924. 30 августа.

Түйін

Мақалада қазақ тіліндегі («Ауыл») Қостанай газетінің ХХ ғ. 20-шы жылдардағы құрылуы мен дамуының шарттары қарастырылады. Басылымның негізін қалаушылар мен редакторларына бага берілген, басылым үрдісінің қиыншылықтарына талдау жасалынып, аймақтың қазақ тұрғындары арасындағы мәдени және әлеуметтік-экономикалық өзгерістеріндегі «Ауыл» газетінің рөлі анықталған.

Conclusion

The article deals with the development ways and creation conditions of the Kostanay newspaper of the 20's in the XXth century in the Kazakh language ("Aul"). It gives the evaluations of the founders and editors of the edition, analyses the difficulties of the publishing operation and establishes the role of the "Aul" in socio-economic and cultural transformations among the Kazakh population of the area.

АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ПРОБЛЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА

Кан Ж.И.

Понятие «социально-психологический климат» давно вошло в язык социальной психологии вместе с аналогичными понятиями, такими как «климат предприятия», «морально-психологический климат», «нравственная атмосфера», «психологический климат», «настрой», «атмосфера», «дух», «обстановка», «микроклимат», «ситуация», «экология группы»,

«социальная среда» и другие. Ольшанский В.Б. утверждал: «Человек может испытывать внутреннюю удовлетворенность и быть хорошим работником в одном коллективе и совершенно захиреть в другом» [1].

В отечественной социальной психологии впервые термин «психологический климат» использовал Н.С. Мансуров, который изучал

производственные коллективы. Одним из первых раскрыл содержание социально-психологического климата В.М. Шепель. Психологический климат – это эмоциональная окраска психологических связей членов коллектива, возникающая на основе их близости, симпатии, совпадения характеров, интересов, склонностей. Он считал, что климат отношений между людьми состоит из трех климатических зон. Первая климатическая зона – социальный климат, который определяется тем, насколько в данном коллективе осознаны цели и задачи общества, насколько здесь гарантировано соблюдение всех конституционных прав и обязанностей работников как граждан. Вторая климатическая зона – моральный климат, который определяется тем, какие моральные ценности в данном коллективе являются принятыми. Третья климатическая зона – психологический климат, т.е. неофициальные отношения, которые складываются между работниками, находящимися в непосредственном контакте друг с другом. Психологический климат – это климат, зона действия которого значительно локальнее социального и морального климата [2].

В целом этот феномен принято называть социально-психологическим климатом коллектива. При его изучении внимание ученых концентрируется на трех основных вопросах:

1. Какова сущность социально-психологического климата?
2. Какие факторы оказывают влияние на его формирование?
3. По каким показателям можно оценить состояние климата?

В отечественной психологии наметились четыре основных подхода к пониманию природы социально-психологического климата.

Представителями первого подхода (Л.П. Буева, Е.С. Кузьмин) климат рассматривается как общественно-психологический феномен, как состояние коллективного сознания. Климат – отражение в сознании людей комплекса явлений, связанных с их взаимоотношениями, условиями труда, методами его стимулирования. Под социально-психологическим климатом необходимо понимать такое социально-психологическое состояние первичного трудового коллектива, которое отражает характер, содержание и направленность реальной психологии членов коллектива.

Сторонники второго подхода (А.А. Русалинова, А.Н. Лутошкин) подчеркивают, что

сущностной характеристикой социально-психологического климата является общий эмоционально-психологический настрой коллектива. Климат – настроение группы людей.

Авторы третьего подхода (В.М. Шепель, В.А. Покровский) анализируют социально-психологический климат через стиль взаимоотношений людей, находящихся в непосредственном контакте друг с другом. В процессе формирования климата складывается система межличностных отношений, определяющих социальное и психологическое самочувствие каждого члена коллектива.

Создатели четвертого подхода (В.В. Косолапов, А.Н.Щербань) определяют климат в терминах социальной и психологической совместимости членов коллектива, их морально-психологического единства, сплоченности, наличия общих мнений, обычаев и традиций [3].

Таким образом, существует множество определений и толкований социально-психологического климата, общим недостатком которых служит то, что климат явно или неявно сводится к другим социально-психологическим явлениям, а иногда просто с ними отождествляется.

Наиболее близко к глубинной сущности социально-психологического климата подошел К.К. Платонов, представив его как «взаимодействие физической и социальной среды и личности, которое стойко отражается ее сознанием, формируя ее психическое состояние...», выступая при этом как одна из структурных характеристик группы. «Социально-психологический климат для каждого члена группы – это объективная реальность, которую он отражает, включаясь в эту группу; отраженный психологический климат становится одновременно и его субъективной реальностью, и объективной реальностью для других членов этой группы» [4].

Развитием идеи психологического климата служит концепция «места поведения», предложенная в 40-е гг. XX века основателем экологической психологии Р. Баркером. Его исследования показали, что разные люди ведут себя сходным образом в одной и той же среде, в то время как один и тот же человек может вести себя очень по-разному, оказываясь в новых условиях. По мнению Р. Баркера, полное описание существующих мест поведения дает возможность создавать новые типы сред с заданными свойствами и определен-

ным типом деятельности. Концепция Р. Баркера ввела в психологию в качестве важнейшего компонента понятие социальной среды [5].

Психологический климат – конечное, наиболее близкое к человеку проявление социальной среды, того культурно-психологического и морального климата, намеренно или непреднамеренно, сознательно или бессознательно создаваемого для личности и социальных групп самими людьми и слагающегося из влияния людей как социально-биологических существ друг на друга непосредственно и с помощью изобретенных ими средств материального, энергетического и информационного воздействия.

Б.Ф. Ломов включает в понятие «психологический климат» систему межличностных отношений, психологических по природе (симпатия, антипатия, дружба); психологические механизмы взаимодействия между людьми (подражание, сопереживание, содействие); систему взаимных требований, общее настроение, общий стиль совместной трудовой деятельности, интеллектуальное, эмоциональное и волевое единство коллектива.

Р.Х. Шакуров рассматривает понятие психологического климата с двух его сторон: психологической, которая раскрывается в эмоциональных, волевых, интеллектуальных состояниях и свойствах группы, и социально-психологической, которая проявляется в интегративных особенностях психологии группы, значимых для сохранения ее целостности и для ее функционирования как самостоятельного объединения людей [5].

Для уяснения природы климата необходимо принимать во внимание не просто то, что влияет на людей, но прежде всего сам факт влияния. При анализе и понимании климата внимание следует сосредоточить на феномене влияния группы на личность, на каналы и механизмы этого влияния, среди которых заражение, обучение, давление и пр.

Проще говоря, к социально-психологическому климату относится все то в психологии группы, что так или иначе влияет на жизнь и деятельность членов этой группы. Сегодня можно считать, что климат группы (организации) – это те компоненты коллективной психологии, которые оказывают воздействие на самочувствие, здоровье, развитие и деятельность человека, входящего в состав данной группы (организации).

Социально-психологический климат коллектива – это совокупность всех влияний членов коллектива друг на друга, а также психологических условий, которые позволяют или мешают удовлетворению социальных потребностей его членов. К этим условиям относятся: внутригрупповая информация, которая удовлетворяет потребности в знании и ориентировке; признание (принятие), уважение друг друга; групповые факторы, которые позволяют человеку реализовать свой интеллектуальный и эмоциональный потенциал, сыграть ту роль, для которой он способен и подготовлен; возможность чувствовать себя свободным, иметь статус, не ущемляющий его самооценку.

Климат – это также и групповое давление, и социальный контроль. Если коллектив заставляет человека быть конформистом, то климат воспринимается как неблагоприятный. Именно так представляет социально-психологический климат Ю.П. Платонов: «Психологический климат – это качественная сторона межличностных отношений, проявляющаяся в виде совокупности психологических условий, способствующих или препятствующих продуктивной совместной деятельности и всестороннему развитию личности в группе». Правда, автор не акцентирует данное понимание, поскольку на следующей странице он, в сущности, повторяет традиционное определение климата как «состояние межличностных и групповых связей в коллективе, отражающих деловой настрой, трудовую мотивацию и степень социального оптимизма персонала организации» [6].

Анализ различных точек зрения на содержание понятия социально-психологического климата позволяет сделать вывод, что он представляет собой полифункциональное социально-психологическое образование, которым опосредуется любая деятельность коллектива (группы). Специфика его состоит в том, что он представляет собой интегральную и динамическую характеристику психических состояний всех членов коллектива. Сложившиеся в коллективе отношения, выступая в качестве объективных условий трудового взаимодействия и общения, требуют от человека не любого, а вполне определенного стиля поведения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Ольшанский В.Б. Социально-психологический климат в коллективе // Социальная психология. – М.: Политиздат, 1975. – С. 260-274.

2 Шепель В.М. Социальное управление производственным коллективом. – М.: Мысль, 1976. – 212 с.

3 Неймер Ю.Л. Социально-психологический климат коллектива предприятия // СОЦИС. – 1990. – № 11. – С. 81-86.

4 Платонов К.К. Проблемы управления психологическим климатом коллектива // Социально-психологические проблемы повышения эффективности деятельности производственных коллективов. – Курган, 1977. – С.138-139.

5 Утлик В.Э. Психологический климат студенческой группы // Инновации в образовании. – 2010. – № 8. – С 32–42.

6 Кабаченко Т.С. Психология управления: Учебник – М.: Педагогическое общество России, 2002. – 400 с.

7 Платонов Ю.П. Основы социальной психологии: Учебное пособие для вузов. – СПб.: Речь, 2004. – С. 310.

Түйін

Мақалада шағын топ іс-әрекетіндегі психологиялық климат рөлі талданады. Әр түрлі теориялар мен концепцияларға салыстырмалы талдау жасалған.

Conclusion

The paper analyzes the various theoretical concepts and theories to the problem of psychological climate in the domestic and foreign social psychology.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Картунова О.А.

Использование компьютерных технологий обучения в наше время имеет огромное значение. XXI век – век информатизации, несомненно, вносит свои коррективы в традиционное преподавание иностранных языков. И наша задача – научиться правильно и эффективно использовать современные информационные технологии (СИТ) в образовательном процессе в рамках средней школы. Компьютер может выполнять многие функции, и поэтому его часто сравнивают с искусственным интеллектом.

Широкие перспективы для СИТ открываются и в педагогической области. Использование СИТ в учебно-педагогическом процессе представляет, по мнению специалистов, качественно новый этап в теории и практике педагогики.

Основной целью обучения иностранному языку учащихся средней школы является воспитание личности, желающей и способной к общению, самообразованию. Участие в разнообразных международных программах, возможность учиться за границей предполагают не только высокий уровень владения иностранным языком, но и определенные особенности личности: коммуникабельность, отсутствие языкового барьера, знание норм международного этикета, широкий кругозор, умение что называется «подать» себя. Как правило, при выполнении различных тестов при поступлении в высшее учебное заведение или участии в конкурсах или олимпиадах устанавлива-

ется строгий лимит времени выполнения каждого задания, что также требует особого вида подготовки.

Для достижения всех перечисленных целей, безусловно, эффективную помощь учителю оказывает использование ресурсов Интернета в обучении иностранным языкам, тем более английскому.

Если в больших городах у учащихся есть возможность общения с носителями языка, просмотра фильмов на языке оригинала, участия в международных проектах, то в небольших населенных пунктах одной из самых серьезных проблем обучения английскому языку является проблема мотивации, так как о «живом» общении не может быть и речи.

Говоря о конкретных способах использования возможностей Интернета в обучении английскому языку, следует выделить следующие как наиболее эффективные.

– Переписка по электронной почте со сверстниками – носителями языка и изучающими английский язык как иностранный в других странах (современный живой язык, оперативность информации, возможность изучения другой культуры, получать знания из «первых рук»).

– Участие в телекоммуникационных международных проектах (повышение уровня владения языком, развитие общего кругозора, получение специальных, необходимых для выполнения конкретного проекта знаний).