

## АДАПТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ В ХОДЕ ЕЁ РЕАБИЛИТАЦИИ

© 2014

**Ю.Е. Криводонова**, педагог-психолог, аспирант кафедры практической и коррекционной психологии  
Уральского государственного педагогического университета  
МБОУ СОШ № 40 имени Вячеслава Токарева, Бийск (Россия)

**О.П. Денисова**, кандидат психологических наук, доцент  
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

*Аннотация:* В статье представлены особенности адаптивных механизмов социализации - самоактуализация, самореализация, стремление к смыслу жизни у слепых и слабовидящих.

*Ключевые слова:* реабилитация личности слепых, адаптивные механизмы социализации, слепота и слабовидение, жизненный путь личности.

Механизмы социализации - это процессы, помогающие человеку адаптироваться к окружающей среде. Они существуют как в норме, так и при патологии зрения. К адаптивным механизмам социализации при слепоте и слабовидении относятся: самоактуализация, самореализация, стремление к смыслу жизни. Самоактуализация - это новое использование человеком своих талантов, способностей и возможностей. [1]

Большой вклад в изучение данного механизма социализации внес А. Маслоу, выделив пути самоактуализации личности:

1. «Самоактуализация не означает переживание полное, живое, беззаветное с полной концентрацией и полным вживанием». Как и в норме, человек с дефектом зрения мало осознает, что происходит внутри и вокруг него, но у него наблюдаются моменты высшего осознания и интенсивного интереса к жизни. Эти моменты А. Маслоу называет самоактуализационными.

2. «Если мылить жизнь как процесс выбора, то самоактуализация означает возможность решать каждый выбор в пользу роста».

3. «Актуализироваться - значит становиться реальным существом фактически, а не только в потенциальности».

4. Честность и принятие ответственности за свои действия существенные моменты самоактуализации. Для этого нужно искать ответы внутри, соприкасаясь со своей внутренней самостоятельностью.

5. Первые шаги по самоактуализации позволяют развить возможность «лучшего жизненного выбора», поэтому мы учимся верить своим суждениям.

6. Самоактуализация - это постоянный процесс развития своих потенций, использование своих способностей и разума.

7. «Пик переживания» - переходный момент в самоактуализации, благодаря которому люди с дефектом зрения чувствуют, думают, действуют более ясно и точно, они больше понимают других, более свободны от внутренних конфликтов и тревожности, более конструктивно используют свою энергию.

8. Обнаружение своих защит и работа по избавлению от них, то есть при слепоте и слабовидении необходимо лучше осознать каким образом происходит искажение образа себя и образа внешнего мира с помощью различных методов психологической защиты. [2]

Таким образом, самоактуализация слепых и слабовидящих - обучение самонастраиваться со своей собственной, внутренней природой, а это, по мнению Е.Ю. Коржовой, означает, что «нельзя мудро выбирать жизнь, если ты не сможешь внутренне прислушаться к себе, к собственной аморфности в каждый момент времени». [3]

Самоактуализирующиеся люди с дефектом зрения способны трансцендировать категории прошлого, настоящего, будущего, добра и зла, воспринимать единство за каузальной сложностью и прочностью жизни. Они склонны считать себя носителями талантов и способностей, так как менее экзистенциально вовлечены в

свою природу. Важным элементом самоактуализации слепоте и слабовидении является метамотивация, которая касается поведения, связанного с ценностями. Метамотивация часто принимает форму превращения себя определенным идеалам и целям. Фрустрация метапотребностей при слепоте и слабовидении вызывает метапатологию, которая может проявляться в нездоровье ценностей, бессмысленности или бесцельности жизни. Анализируя работы различных психологов, можно выделить следующие характеристики ценностей, способствующие самоактуализации личности слепых и слабовидящих: истина, добро, красота, целостность, преодоление духа, жизненность, уникальность, совершенство, необходимость, полнота, справедливость, порядок, простота, богатство, легкость без усилий, игра, самодостаточность.

Как и в норме, самоактуализирующихся инвалидов привлекает более трудная и запутанная проблема, требующая максимально творческих усилий. Когда человек становится интегрированным, тоже происходит с его внутренним миром. Теоретические и эмпирические исследования показали, что высоко самоактуализирующихся личностей с дефектом зрения отличают следующие особенности: активность, самоуважение, самопринятие, спонтанность поведения, автономность.

На этой основе подтвердилось мнение о том, что высоко самоактуализирующиеся люди с дефектом зрения легче и успешнее приспосабливаются к меняющимся условиям окружающей среды и способны активно изменять свое поведение в зависимости от ситуации. Они понимают и принимают себя, свои достоинства и недостатки, у них выше психическая устойчивость в экстремальных ситуациях, благодаря чему они легко могут найти выход из любой трудной ситуации. У них выше уровень внутреннего самоконтроля, благодаря чему они легче переносят изменения окружающей среды, так как рассчитывают на свои силы, возможности и способности, а не на внешние обстоятельства. [4]

На этой основе М.В. Коняева выделила общие критерии адаптации слепых и слабовидящих, способствующие их самоактуализации: самостоятельность, независимость, переход от внешнего контроля и управления к самоконтролю. По ее мнению, низко самоактуализирующиеся личности с дефектом зрения характеризуются низким уровнем адаптации к окружающей среде. Им труднее привыкнуть и приспособиться к изменениям ситуации, они менее адекватно принимают себя и оценивают свое поведение.

Личности данного типа более тревожны, часто испытывают нервно-психические напряжения, подвержены стрессам. [5]

Таким образом, все поведение человека вдохновляется и регулируется неким мотивом, который К. Роджерс назвал тенденцией к актуализации. Этот мотив представляет собой свойственную организму тенденцию развивать свои возможности для того, чтобы развивать и сохранять свою личность. [6]

Не менее важным механизмом социализации слепых

и видящих является самореализация. Самореализация - это осознанная, мыслительная когнитивная деятельность, результатом которой является человек, максимально раскрывающий и использующий свой потенциал. Самореализация представляет собой непрерывный процесс развития, имеющий сходство с нормой при слепоте и слабовидении. [5]

Человек, который стремится к максимальному развитию своих способностей, имеющий потребность в самореализации, имеет мотив, побуждающий его к деятельности. Проблема самореализации человека представлена в истории развития философии. Цицарева Л.А. (1992) считала, что трактовка самореализации, как Высшей ценности присутствует в философии упианишад (3 и 5 век до н.э.) и в даосизме (6-5 век до н.э.). По мнению Г.К. Чернявской (1992) самореализация - это практическое осуществление человеком его задатков, способностей, дарований, черт характера через те или иные сферы деятельности с пользой для себя. [1]

Благодаря самореализации как адаптивному механизму социализации, психология слепых может быть конструирована на уровне суммы отдельных особенностей, частных уклонов, единичных признаков тех или иных функций, но эти особенности и уклоны становятся понятными только тогда, когда личность исходит из единого жизненного плана, из лейтлинрии жизни слепых и слабовидящих и определяет мир не только как значение каждой особенности или отдельного признака.

Таким образом, лейтлинрия жизни в психологии слепых направлена на преодоление дефекта через его социальную компенсацию, через приобщение к опыту зрячих, через возможность максимально проявить себя в своей деятельности. [5]

Важным элементом самореализации слепых и слабовидящих является жизнотворчество. Процесс собственного жизнотворчества предполагает непрерывную саморегуляцию, которую можно рассматривать как высший уровень регуляции организической системы, смыслообразующей специфику реализуемых ею средств отражения.

В самоосуществлении человека с дефектом зрения данная система играет двоякую роль: с одной стороны, она регулирует весь процесс самореализации, подчиняя его единой смыслообразующей цели, с другой - состоит в том, чтобы все виды деятельности человека максимально способствовали его реализации, обогащению его жизненного опыта, осуществлению его жизненных планов и программ.

В ходе жизнотворчества, осложненного дефектом зрения, могут быть выделены узловые этапы, являющиеся определенными вехами на жизненном пути человека. Они связаны с поворотными моментами биографии индивида.

Грани жизнотворчества незрячих зависят от того, является ли оно стихийным или сознательным [7-12].

Таким образом, жизнь человека с дефектом зрения тем лучше и осмысленнее, чем больше преобладает в ней элементов самореализации. [4]

Большое количество литературы посвящено проблеме смысла жизни как одному из важных механизмов социализации слепых и слабовидящих. В современной психологической науке, по мнению Н.А. Логиновой, такие понятия как «характер», «жизненная направленность», «смысл жизни» можно объединить в понятие «жизненный путь человека».

Жизненный путь - это история формирования развития личности определенном обществе. Планирование жизненного пути не происходит без учета естественных сроков жизни, естественной зрелости организма и мозга, возрастных ограничений здоровья. Проблема смысла жизни как адаптивного механизма социализации слепых и слабовидящих относится к числу междисциплинарных. Смысл жизни — психическая реальность, независимо от того, в чем человек его видит. Согласно представлениям

А. Адлера, смысл жизни правильно или ложно находит отражение во всех проявлениях человека: установках, психических процессах и чертах характера индивида и является истоком его смысла.

Таким образом, несмотря на обилие трактовок, вопрос о смысле жизни в настоящее время остается открытым. При слепоте и слабовидении смысл жизни связан с личностно значимыми ценностями человека, которые выступают в качестве цели деятельности индивида. В ценностной основе смысла жизни заключен неглубокий теоретический феномен, выступающий как жизненно важная эмоционально приемлемая цель, которая не только объективно сообразно, но и субъективно утверждена, личностно приемлема признана в качестве таковой.

Из этого следует связь личности и смысла жизни, так как смысл жизни является существенно важным атрибутом жизни человека. При благоприятной социализации слепых и слабовидящих их смысл жизни возрастает. На этой основе можно сделать вывод о том, что включение человека в значимую деятельность способствует его успешной адаптации в обществе и социализации. [13]

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вахромов Е.Е. Психологические концепции развития человека: теория самоактуализации: учебное пособие / Е.Е. Вахромов. - М., 2001
2. Фиделин Дж. А. Маслоу и психология самоактуализации / Дж. Фиделин. - М., 2002.
3. Фобии и тревожные ожидания позднослепших: методическое пособие для работников тифлопедагогики АПН института им. Герцена, Институт реабилитации и профилатки слепых. - М, 2003.
4. Психология профессий / Под ред. Э.Ф. Зеер. - М.: Академический проект, 2001.
5. Психология с человеческим лицом: гуманистическая перспектива в постсоветской психологии / Под ред. Л.Ф. Бурлачук, Е.Ю. Коржовой М.: Российское Агентство, 1998.
6. Коростылева Л.А. Самореализация личности: брачно-семейные отношения / Л.А. Коростылева. - СПб., 2002.
7. Криводонова Ю.Е. Особенности межличностного взаимодействия слепых и слабовидящих людей в процессе их профессионального роста // Самарский научный вестник. 2013. № 2 (3). С. 30-33.
8. Криводонова Ю.Е. Основные подходы к проблеме ценностных ориентаций слепых и слабовидящих в процессе их профессиональной подготовки // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2012. № 1. С. 45-51.
9. Криводонова Ю.Е. Основные подходы к проблеме ценностных ориентаций личности слепых и слабовидящих и их влияние на поведение в процессе выбора профессии // Балтийский гуманитарный журнал. 2012. № 1. С. 12-13.
10. Криводонова Ю.Е. Осмысленность жизни у людей с нарушениями зрения как фактор их реабилитированности // Карельский научный журнал. 2013. № 2. С. 19-21.
11. Криводонова Ю.Е. К вопросу о личностных особенностях и адаптации слепых и слабовидящих граждан // Самарский научный вестник. 2013. № 1 (2). С. 28-31.
12. Криводонова Ю.Е. Психолого-педагогические особенности освоения информационных технологий людей с нарушением зрения в процессе социализации // Балтийский гуманитарный журнал. 2013. № 2. С. 16-18.
13. Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности: актуальные проблемы исторического материализма / А.Г. Здравомыслов. - М.

ADAPTIVE MECHANISMS OF SOCIALIZATION OF THE INDIVIDUAL  
IN THE COURSE OF ITS REHABILITATION

© 2014

*Ju.E. Krivodonova*, educational psychologist, a graduate student of the Ural State Pedagogical University  
MBEI middlecover secondary school № 40 named after V. Tokarev, Biysk (Russia)  
*O.P. Denisova*, the candidate of psychological sciences, associate professor  
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

*Annotation:* The article presents the features of adaptive mechanisms of socialization - self-actualization, self-realization, the pursuit of the meaning of life in the blind and visually impaired.

*Keywords:* rehabilitation of the blind person, adaptive mechanisms of socialization, blindness and low vision, career personality.

УКД 81`25

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ НА НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

© 2014

*Г.А. Кузнецова*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры  
«Туризма и межкультурной коммуникации»

*Московский государственный гуманитарный университет им. М.А.Шолохова, Москва (Россия)*

*Аннотация:* При переводе рекламных текстов на немецком языке следует ориентироваться на достижение динамичной эквивалентности. Для этого необходимо учитывать особенности текстов данного вида. Принцип формального соответствия применим только для транскрипции и транслитерации названий торговых марок, но не для перевода слоганов.

*Ключевые слова:* структурные элементы рекламного текста, стилистические особенности текста, средства выразительности, заимствование, динамичная эквивалентность, фразеологический оборот, слоган.

Реклама является массовым средством коммуникации и представляет собой глобальную индустрию, направленную на информирование адресата о товарах и услугах. Современные лингвисты, специалисты в области рекламы (Д. Розенталь, Н.Кохтев [1], Г. Николенко [2] и др.) придерживаются позиции, что при переводе рекламных текстов переводчик решает не только лингвистические проблемы. Переведенный текст должен быть социолингвистически адаптирован и включен в социокультурную среду языка перевода. Он должен быть способен вызвать у целевой аудитории ту же реакцию, что и у получателей оригинального текста.

Перевод рекламных текстов на немецком языке является очень специфическим, креативным видом перевода, так как требуется передать или воссоздать на другом языке то, что по сути не поддается переводу: образность, хлесткие заголовки, крылатые выражения, ассоциативно-визуальные ряды и т.д. При переводе рекламных текстов следует учитывать его особенности.

Способ подачи информации в рекламе зависит от характера представленной в рекламе информации и особенностей целевой аудитории. Наряду с вербальными элементами в большинстве рекламных текстах присутствуют аудиовизуальные элементы. В качестве основных структурных элементов рекламного текста выступают заголовки, основной текст и слоган. Рекламному тексту прежде всего присущи информативность и экспрессивность, благодаря широкому спектру средств выражения. Язык рекламы, ее устный и письменный дискурс обладает своими различиями. Так устный дискурс допускает лексическую и грамматическую вариативность. При переводе рекламного текста следует обращать особое внимание на такие особенности как лаконичность, ориентацию на стереотипы, стремление к необычности, своеобразию, оригинальности, благодаря чему усиливается воздействие на адресата. Для этого в большинстве рекламных текстов помимо вербальных средств используются аудиовизуальные, иконические средства, а также средства других семиотических кодов.

Основную сложность при переводе рекламного текста вызывают его основные структурные элементы, заголовки, основной текст и слоган. При переводе заголовка следует учитывать тот факт, что он должен быть эффективным по воздействию на целевую аудиторию и ясным по смыслу. При переводе основной части рекламного текста следует учитывать не только его струк-

туру, но и форму, так как текст может быть написан как в форме монолога, так и форме диалога. Структура основного рекламного текста отражает коммуникативную стратегию, которая избрана ее составителем, и может строиться на основе различных коммуникативных моделей. Наряду с этим необходимо учитывать также и стилистические особенности текста рекламы на немецком языке.

Предмет рекламы оказывает значительное влияние на стиль рекламного стиля. Свойства рекламируемого продукта передаются с помощью образов, разных средств выразительности (И. Имшинецкая [3]). Так, реклама такого известного продукта как чай Эль Грэй создает особую атмосферу изысканного комфорта:

«Earl Grey ist einer der ganz großen Tees der Weltgeschichte. Er wurde mit Bergamottöl vermischt, um einen delikaten, aromatischen und erstaunlich erfrischenden Tee zu kreieren. Er lässt sich mit und ohne Milch genießen».

(Чай Эль Грэй является одним из самых известных в мире. Для создания изысканного, ароматного и удивительно освежающего напитка в чай добавляется бергамот. Ароматом чая можно наслаждаться с молоком и без него).

Язык и стиль рекламного текста зависит во многом от того, на какую целевую аудиторию он ориентирован. Реклама косметики и парфюмерии для женщин характеризуется обычно изысканным стилем, использованием разных средств выразительности, придающих тексту особое звучание, как, например в рекламе косметики фирмы Герлен:

«Unter dem Lippenstift aufgetragen, sorgt Liplift für perfekte Fixierung und dauerhaften Halt des Lippenmakeups. Lippenfältchen werden geglättet, die Lippen wirken ebenmäßig, voll und sinnlich modelliert. Dieses Schmuckstück für die Handtasche schmeichelt den Lippen mit seiner kostbaren Verwöhnformel und pflegt sie samtweich».

(Используя как помаду, блеск для губ хорошо ложится и долго держится. Маленькие морщинки на губах разглаживаются. Блеск ложится равномерно, придает губам объем и позволяет его моделировать. Это украшение для дамской сумки придает губам естественную форму и делает их бархатистыми).

При переводе следует учитывать используемую при создании рекламного текста тактику расположения потребителя к рекламному товару. Рекламуемый товар представляется покупателю как нечто само собой разу-