

включают игры с правилами, различные варианты ролевых, познавательных, лингвистических игр. Игры с четкими правилами, но непредсказуемым результатом обеспечивают успешное обучение детей английскому языку.

Игра «Школьная столовая». На парте разложены карточки с изображением продуктов питания. Один ученик – буфетчик. Ученики выражают своё желание что-либо попробовать: *I would like (some) ...* Буфетчик отвечает: *Yes, please.*

Игра «The comb». Класс делится на две-три команды. На доске пишется какое-нибудь длинное сло-

во (для каждой команды). Например, *sandwich*. Представители команд по очереди пишут на доске слова (по одному), начинающиеся с букв, составляющих слово *sandwich*. Слова не должны повторяться. За каждое написанное слово дается одно очко. Команде, первой заполнившей «the comb» дается дополнительно три очка.

Игра «Охота за словами». Класс делится на две-три команды. Учитель пишет на доске гласную букву *Aa* (любую букву, обозначающую более, чем один звук) и два звука *[ei]* и *[æ]*. Задача каждой команды написать как можно больше слов со звуком *[ei]* и звуком *[æ]*.

### Секция «Аналитика культурологии», научный руководитель – Ромаха О.В., докт. филос. наук, профессор

#### КРАСОТА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ КОНСТРУКТ

Склярченко Д.С.

*Казахский национальный университет  
им. Аль-Фараби, Алматы, e-mail: trbkmr@mail.ru*

Общие закономерности в определении критериев привлекательности человеческих лиц пытались выявить многие ученые. Этот вопрос исследовался и психологами, и биологами, и социологами, и культурологами... Разделим теории по данной теме на три условных типа: натуралистический, эволюционно-биологический и культурологический.

Натуралистический подход исходит из гипотезы, что красота присуща предмету объективно, вне зависимости от культурных предпочтений. Ярким примером являются эстетические воззрения античности. Система идеальных пропорций человеческого тела, разработанная древнегреческим скульптором Поликлетом, основывалась на понятии «золотого сечения» Пифагора и была тесно связана с пифагорейскими представлениями об изначальном гармоническом совершенстве Космоса.

Свои аргументы есть и у адептов эволюционно-биологического подхода. Его суть в том, что физическая привлекательность связана со здоровьем и способностью произвести нормальное потомство (то есть симметричность черт лица сигнализирует нашему подсознанию о том, что у этого человека хорошие гены)<sup>1</sup>.

Множество сторонников в настоящее время имеет культурологический подход. В защиту гипотезы зависимости эстетических предпочтений от особенностей социокультурной среды приводятся аргументы, основанные на культурно-историческом анализе. Умберто Эко, провозглашая тезис: «...Красота никогда не была чем-то абсолютным и неизменным, она приобретала разные облики в зависимости от страны и исторического периода – это касается не только физической Красоты (мужчины, женщины, пейзажа), но и Красоты Бога, святых, идей...»<sup>2</sup>, – обосновывает его подробным анализом произведений искусства от античности до наших дней. Представление о красоте как о соразмерности, воплощением которой стал Дорифор Поликлета, а теоретическим выражением – его же «Канон», казавшееся незабываемым античным философам, сменяется эстетическими идеалами Средневековья, которые, в свою очередь, отрицаются искусством Возрождения. Так, если в Средние века идеалом является стройная

(даже тощая) женщина, бледная, с удлинненными конечностями и чуть выступающим животом (символ вечной беременности), то в эпоху Возрождения представления о женской красоте претерпевают значительные изменения – возвращаются античные каноны. Однако беременность все еще продолжает считаться красивой, поэтому в моде платья с оборками выше талии. А вот в эпоху рококо идеалом красоты стала женская фигура, похожая на хрупкую фарфоровую статуэтку. Утонченность форм подчеркивали пышные наряды. Мода на округлый, «беременный» живот уходит в прошлое, уступая место тонкой талии. Красивыми стали считаться чуть округлые бедра, маленькая головка, узкие плечи, открытые грудь, руки и шея<sup>3</sup>.

В нашу эпоху практически на весь мир транслируются эстетические предпочтения Запада. Основные поставщики популярных фильмов, шоу, музыки и журналов – Европа и США. Доказательством их влияния может послужить японский стиль аниме, появившийся в XX веке и вобравший в себя все штампы женской привлекательности современной западной культуры: огромные глаза, тонкая талия, длинные ноги, огромная грудь. Чтобы убедиться, что такая эстетика отнюдь не была присуща Японии изначально, достаточно посмотреть на средневековую живопись этой страны. Мы видим круглые лица, узкие глаза; изгибы тела условны, скрыты под кимоно.

Нельзя не признать, что убедительные аргументы предоставляют сторонники каждого из подходов. Все же более релевантной нам показалась культурологическая гипотеза, в рамках которой нами было проведено исследование, посвященное выявлению влияния культурных стереотипов на восприятие красоты<sup>4</sup>. Цель исследования – проверка предположения, что эстетические предпочтения формируются под воздействием социально-культурных, а не биологических факторов. В качестве теоретической базы исследования была использована теория личностных конструктов Д. Келли, позволяющая, на наш взгляд, определить степень влияния факторов той или иной природы<sup>5</sup>.

Личностные конструкты, согласно Келли, во-первых, дихотомичны, т.е. осмысление опыта и соз-

<sup>3</sup> [http://nadejda.nazarova.info/index/krasota\\_v\\_istorii/0-5](http://nadejda.nazarova.info/index/krasota_v_istorii/0-5).

<sup>4</sup> Склярченко Д. Влияние культурных стереотипов на восприятие красоты // Материалы международной научно-теоретической конференции «Культурологическая наука за 20 лет развития независимого Казахстана: проблемы, поиски, решения». – Алматы, КазНУ им. Аль-Фараби, 30.11.2011 (в печати).

<sup>5</sup> Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. Основные положения, исследования и применения. – СПб., 1997

<sup>1</sup> <http://www.vokrugsveta.ru/news/7564>.

<sup>2</sup> Эко У. История красоты. – М., 2004. С. 13.

дание конструкта происходит по принципу контрастности (черное или белое), а не по принципу градации (оттенки серого), а во-вторых – биполярны. Каждый конструкт имеет эмерджентный (то, в чем его элементы сходны) и имплицитный (то, в чем они противоположны третьему элементу) полюса.

Мы предположили, что для экспликации базового личностного конструкта красоты достаточно выявить корреляцию дихотомии «наиболее красивый – наименее красивый» с такими важными для формирования аттракции (как это неоднократно подчеркивалось социальными психологами)<sup>1</sup> биологическими факторами, как этническое и возрастное сходство.

Приведем краткое описание методики исследования.

**Объекты исследования.** В качестве объектов, в отношении которых планировалось исследовать эстетические предпочтения, были выбраны 10 фотографий женщин и 10 фотографий мужчин. Изображения были подобраны таким образом, чтобы представить основные типы внешности всех рас. Около двух третей площади каждой фотографии занимало лицо, все снимки были цветными и имели одинаковое качество. Материал был предоставлен респондентам в распечатанном виде.

**Тестируемые.** В анкетировании участвовали 80 студентов (и женщин, и мужчин) примерно одного возраста (от 17 до 22 лет) и одной национальности, однако с разным языком обучения. Анализ корреляции оценок с языком обучения представляется важным, так как именно языковой аспект в данном случае наиболее культурно репрезентативен.

Студентов из групп с казахским языком обучения было 47,5%, с русским, соответственно, 52,5%.

Языком семьи для 89% учащихся из групп с казахским языком обучения оказался казахский; 11% респондентов говорят и на русском, и на казахском. Группы с русским языком обучения: 15% – казахский, 50% – русский, казахский, 35% – русский. Как мы видим, среди групп с русским языком обучения больше людей, знающих два языка, что подтверждает правомочность условного разделения всех опрошенных на группы по языку обучения.

**Особенности методики тестирования.** Студентам предлагалось оценить фотопортреты по шкале от 1 до 5 (от худшего к лучшему соответственно) в категориях «самый красивый/самая красивая», «лучший отец/лучшая мать», «лучший работник», «самый сексуальный/самая сексуальная», «наиболее соответствующий/соответствующая современному эталону красоты».

Такое анкетирование больше всего подходит формату нашего исследования по нескольким причинам. Во-первых, присутствие на фотографиях людей не просто всех рас, но и большинства основных типов позволило нам увидеть, есть ли взаимосвязь между оценкой фотографии человека своего этноса и языком обучения респондента. Во-вторых, хотя общее количество фотографий может показаться недостаточным для предоставления на выбор всех возможных типов внешности и повышения этим точности эксперимента, оно является оптимальным в плане времени, затрачиваемого на данную анкету респондентом. На оценку уходит в среднем 10 минут; за это время анкетированный не устает, и ответы более соответствуют его действительно мнению.

В рамках этого же исследования был проведен еще один тест. Респондентам предлагалось записать ассоциации со словом «красота» и ответить на вопрос, имеет ли значение национальность супруга.

По результатам анкетирования были выявлены следующие закономерности:

во-первых, наибольшие баллы получили, в основном, одни и те же фотографии, вне зависимости от языка обучения и пола респондентов, и лидирующие позиции занимают представители совершенно разных национальностей. При этом высоко были оценены мулаты – тип, который едва ли большинство опрошенных видели живую.

Во-вторых, абсолютным лидером стала кореянка, которая является самой юной из моделей.

В-третьих, в группах с русским языком обучения средний балл по всем фотографиям оказался выше, чем в группах с казахским. Можно предположить, что люди, знающие больше языков, более щедры на хорошие оценки.

В-четвертых, любопытно, что у юношей из групп с казахским языком обучения с большим отрывом (0,7 балла) победил казах (в остальных трех группах максимальный разрыв между первым и вторым местом – 0,3 балла); наименьший же балл набрал длинноволосый блондин, по самым ярким параметрам внешности наименее похожий на казаха. Также заметна разница в средней оценке женских и мужских фотографий – разрыв между ними составил 0,4 балла, тогда как в остальных трех группах разница в средней оценке составляет всего лишь 0,1 балла.

Также выяснилось, что около 50% фотографий получили одинаковые оценки по всем категориям; вторая половина портретов получила высокий балл как хорошие родители или работники при низких оценках за внешние данные, и наоборот – плохие оценки по всем категориям, кроме внешности. Мы видим, что две противоречащие друг другу тенденции (первая – тому, кто нравится внешне, присуждать только хорошие личные качества, и вторая – меньше доверять красивому человеку как родителю или работнику) представлены одинаково. Это довольно интересный результат, требующий дополнительных исследований.

Интересны и результаты второго теста: преобладающей ассоциацией со словом «красота» среди всех опрошенных, вне зависимости от пола и языка обучения, была «ухаживаемость» (30 повторов). Это, вероятно, результат популяризации декоративной косметики, накладных ногтей, пластических операций и прочего – на Западе эта тенденция проявляется очень ярко, и, так как мы смотрим в основном западные шоу или российскую кальку с них, то это тоже может служить доказательством преобладающего влияния масс-медиа на вкусы молодежи. Следующими по популярности оказались «нежность» (21), «духовность» (20), «интеллект» (18).

Не важна национальность супруга для 23 опрошенных (29%), из них 20 человек – из групп с русским языком обучения. Здесь мы видим, опять же, большую культурную открытость.

В продолжение данного исследования был проведен еще один опрос. Респондентам предлагалось ответить, кого из знаменитых людей (как среди мужчин, так и среди женщин) они считают наиболее красивыми. Было опрошено 64 человека (42 женщины, 22 мужчины), по преимуществу казахи, часть из которых лучше владела русским языком, часть – казахским. Средний возраст – 20 лет.

Так как был задан открытый вопрос (без вариантов ответа), наиболее информативными для исследования были повторяющиеся ответы. Их оказалось около 30%, что свидетельствует о высоком уровне стандартизации в восприятии молодежью медийной культуры. Чаще всего были названы Анжелика

<sup>1</sup> Суэми В., Фернхем А. Психология красоты и привлекательности. – М., 2009.

Джолли (7 повторов), Брэд Питт (7 повторов), Моника Белуччи (5), Джордж Клуни (4), Джессика Альба (4), Джонни Депп (3), Баян Есентаева (4), Мирамбек Бесбаев (3). Последние два имени были названы студентами из групп с казахским языком обучения. В ходе опроса семеро юношей не смогли назвать имен мужчин-знаменитостей.

**Выводы.** В данной социальной группе (студенты крупного вуза) на восприятие красоты в большей степени влияют не национальные культурные особенности, а масс-медиа (образ красивой мулатки, явно не обычный для Казахстана, тому подтверждение).

Расширение культурных рамок (в нашем случае, посредством изучения языков) способствует менее критичному восприятию внешности окружающих. Заметна ассоциация красоты с молодостью (это доказывает успех корейки).

В группе респондентов-мужчин, владеющих только казахским языком, красота совершенно определено феминизирована. Уже в ходе проведения анкетирования были замечены частые высказывания респондентов о том, что они не будут оценивать мужские фотографии, потому что не гомосексуальны – это явно показывает нам, что красота в данном случае ассоциируется исключительно с сексуальностью. Это же доказывает и тот факт, что 7 респондентов не смогли назвать имени красивого мужчины-знаменитости.

Тенденция считать наиболее красивыми людей, сходных с респондентами в этническом и возрастном плане, выражена слабо. Сильнее всего она проявляется в группе мужчин из сельских районов, владеющих только казахским языком, наиболее подверженных влиянию традиционной казахской культуры. Тем не

менее, несмотря на «глобалистский» конструкт красоты, спутников жизни большинство респондентов собираются выбирать в родственных этнических и возрастных группах. Следовательно, в обследованной группе этот конструкт не используется для интерпретации значимых людей и имеет, скорее всего, абстрактный или переходный характер.

Итак, основной вывод по результатам исследования таков: решающее влияние на эстетические вкусы молодых людей оказывает не реальный окружающий мир, а реальность, сформированная СМИ. Так как популярные телевизионные передачи, модные журналы и тому подобное пока еще в основной массе представлены только на русском языке, русскоязычные казахи подвергаются влиянию мировых тенденций больше, чем их сверстники, говорящие исключительно на казахском языке. Также среди последних довольно популярны местные исполнители, ни разу не упомянутые при опросе студентами, говорящими преимущественно на русском. Это заставляет думать о наличии некоей субкультуры казахоязычной молодежи, что, безусловно, нуждается в дополнительном изучении, позволяющем выявить больше особенностей, влияющих на восприятие красоты.

Однако, обнаруженный нами разрыв между репрезентативной и регулятивной функциями личностных конструктов красоты свидетельствует о том, что в данной социальной группе эти конструкты находятся в стадии становления, и об окончательном их характере говорить рано. Имеет смысл продолжить исследование, привлекая в качестве респондентов студентов старших курсов, уже адаптированных к жизни в новой культурной среде.

### Педагогические науки

#### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ НАРОДНОЙ ПЕДАГОГИКИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ

Абдуллина А.М., Телеева Е.В.

*Шадринский государственный педагогический институт, Шадринск, e-mail: teleevaev@rambler.ru*

Народная педагогика имеет значительный развивающий и воспитательный потенциал, воплощенный в доступных для школьников источниках: играх, сказках, песнях, загадках и т.д. Источники народной педагогики высоко гуманистичны, незаметно воздействуя на сознание и поведение ребенка, они открывают детям нравственные ценности народа: трудолюбие, милосердие, любовь к человеку, к природе, к родной земле. Использование народной педагогики создает условия для умственного развития и саморазвития личности учащихся.

Применение средств народной педагогики способствует раскрытию души ребенка, его внутреннего мира, формирует уверенность в себе, интерес к изучению предмета. Самовыражение собственного «Я» происходит без принуждения. В результате ребенок становится свободным, незакомплексованным.

Сказки улучшают восприятие учениками материала, поскольку такой вид обучения детям преподносят практически с рождения.

Пословицы и поговорки украшают и обогащают речь человека, расширяют словарный запас, развивают воображение.

Загадки способствуют развитию памяти ребенка, его образного и логического мышления, умственных реакций. Загадка учит ребенка сравнивать признаки различных предметов, находить общее в них и тем самым формирует у него умение классифицировать

предметы, отбрасывать их несущественные признаки. Другими словами, с помощью загадки формируются основы теоретического творческого мышления.

В заключение хотелось бы сказать, что мудрость народного воспитания как исторически проверенного опыта должна стать основой современных учебно-воспитательных систем.

#### ВИРТУАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ КАК СРЕДСТВО ПРИОБЩЕНИЯ К КУЛЬТУРНОМУ НАСЛЕДИЮ В ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Биктагиров Р.Р., Биктагирова Г.Ф.

*Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, e-mail: r\_a\_nel@mail.ru*

Сегодня мы начинаем осознавать, что будущее страны, каждого поколения и семьи во многом зависят от того, удастся ли нам сохранить культурное наследие. И в то же время современный образовательный процесс трудно представить без такой его составляющей, как информационное обеспечение.

Виртуальный музей – собрание Web-страниц, расположенных на одном или нескольких Web-серверах, содержащих каталоги и фотографии экспонатов из различных художественных собраний. Виртуальный музей может быть плоским (каталог) и трехмерным (можно пройти по залам и посмотреть экспонаты под разным углом). «Посетитель» виртуального музея может посмотреть, выбрать нужный ему экспонат, а так же сохранить его изображение на свой компьютер [1]. Ознакомиться с некоторыми интересными виртуальными музеями можно на сайтах, представленных в приложении. В новом информационном простран-