

3
Ш-32

На правах рукописи

ШАХОВА ИРИНА НИКОЛАЕВНА

**САМООБРАЗОВАНИЕ КАК КОММУНИКАТИВНОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

специальность 22.00.06 – социология культуры, духовной жизни

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Екатеринбург – 2006

✓ 00a
Работа выполнена на кафедре социологии Гуманитарного университета
г.Екатеринбурга

09-08674

НПБ им. К.Д. Ушинского
РАО

Научный руководитель:

доктор социологических наук, профессор
Шуклина Елена Анатольевна

Официальные оппоненты:

доктор социологических наук, профессор
Кораблева Галина Борисовна
кандидат социологических наук, доцент
Нотман Ольга Валерьевна

Ведущая организация:

Уральский государственный педагогический
университет

а заседании диссертационного
осуждение ученой степени канди-
даты технического университета –
Згородок, ул. Мира, 19.

библиотеке Уральского государ-

Ваш

В.Т.Шапко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

3
Ш-32

Актуальность темы исследования

Условия развития современного общества, становление информационной эпохи по-новому определяют социальный смысл самообразования, стратегии и технологии его реализации. Феномен самообразования обретает статус массового социального явления, неотъемлемого компонента деятельности многих социальных групп и образа жизни их членов. Являясь важным фактором самоконструирования, самосовершенствования личности в профессиональной и внепрофессиональной сферах, воспроизводства и изменения социального запаса знания, развития социума в целом, самообразование обладает высокой индивидуальной и общественной ценностью.

Актуальность исследования самообразования обусловлена не столько его сущностными и функциональными характеристиками, сколько новой социальной ролью, сформированной под воздействием факторов макроуровня на данном этапе общественного развития. К их числу, наряду с социально-экономическими, социально-политическими, социокультурными относится и коммуникативный фактор. В центре нашего внимания стоит взаимосвязь, взаимообусловленность феноменов самообразования и социальной коммуникации. Такой новый для социологической науки анализ представляется нам перспективным, т.к. объясняет изменения в требованиях социума к личности, её образовательным и коммуникативным способностям, выявляет восприятие, побудительные мотивы, цели самообразования, формируемые под влиянием условий социальной коммуникации.

Самообразовательная деятельность способствует поддержанию индивидуальности, целостности «Я» личности в условиях динамичных изменений социума и в более широком контексте – глобализации, способствует успешному самоопределению, самоидентификации субъекта в системе общественных отношений, современного коммуникативного пространства. Продолжающаяся историческая смена технологий коммуникации влечет новшества в способах самообразования. Субъект самообразовательной деятельности сегодня оказывается перед лицом множества новых возможностей и ограничений коммуникативно-познавательной сферы. Среди них: повышение ценности знаний и быстрота их устаревания; наличие широкого коммуникативного пространства и необходимость умения работать с потоком информации, её декодирования; рост количества и качества деятельности каналов коммуникации и противоречивость транслируемых через них сообщений; существование многообразных источников информации и дифференциация доступа различных социальных групп к ним в целях самообразования. В этих условиях самообразующая личность находится в ситуации ресоциализации, стремится найти и использовать новые стратегии удовлетворения потребности в знании.

Сегодня очевиден рост значимости образования и, особенно, самообразования как условий адаптации и конкурентоспособности личности на рынке труда. Задачи по обеспечению мобильности, свободы и широких возможностей человека в образовательной и самообразовательной сферах становятся приоритетными направлениями научной, образовательной и социальной политики ряда европейских государств, под-

писавших «Болонское соглашение». Данный факт демонстрирует высокую социальную ценность образования и самообразования, потребность государственного уровня в оптимизации системы образования и создания комфортных условий для самообразовательной деятельности граждан. Решение этих вопросов требует проведения социологических исследований природы образования и самообразования, результаты которых позволят объяснять, контролировать и регулировать процесс создания «супероптимального образования» (Э.Тоффлер) обеспечивающего соответствие знаний личности социальному заказу, потребностям социально-профессиональных групп и целям индивидов.

Формирование отношения личности к самообразованию как значимой ценности актуализирует необходимость создания определенных условий коммуникативного пространства, начиная от межличностной коммуникации в семье как основы формирования стратегий самообразования, внутригрупповой коммуникации в качестве фактора, стимулирующей активность личности в самообразовании, до массовой коммуникации, затрагивающей проблемы трансляции информационных сообщений между субъектами самообразования и обеспечивающей образовательную политику вещания средств массовой информации.

Проблемная ситуация исследования состоит в социальном противоречии между актуальностью теоретического знания о самообразовании как коммуникативном взаимодействии и отсутствием разработанных социологических концепций формирования стратегий самообразования в условиях социальной коммуникации. Одним из важнейших методологических средств в арсенале социологии, потенциал которой практически не реализуется в исследовании самообразования, является коммуникативный подход. Новизна его использования в социологии раскрывает широкое пространство для социологического воображения, множество новых граней в понимании самообразовательной деятельности.

Степень научной разработанности проблемы. Проблема взаимосвязи образования, самообразования и социальной коммуникации практически не изучается в отечественной социологии. В силу слабой разработки коммуникативного подхода к социологическому анализу самообразования мы использовали широкий спектр источников, обращаясь к традициям интерпретации образования и социальной коммуникации рядом гуманитарных наук: социологии, педагогики, психологии и социальной психологии, семиотики и др.

В России научные исследования взаимосвязи коммуникации и самообразования были и остаются прерогативой педагогики. Предметная область этих исследований – изучение влияния стилей педагогического общения на познавательную активность учащихся, особенностей межличностной коммуникации как фактора повышения интереса учащихся к образованию и самообразованию. В нашей работе анализ самообразования как непрерывного образования, как обязательной составляющей институционального образования и внеинституциональной деятельности был осуществлен на основе трудов В.С.Безруковой, А.В.Даринского, Р.Г.Гуровой, В.Н.Козиева, Т.С.Кошмановой, Т.Ф.Кузиной, А.Я.Найна, Г.Н.Серикова, Ю.А.Салмина и др.

Рассмотрение самообразования как самоконструирования личности, целенаправленной или стихийной деятельности, реализуемой человеком в повседневных коммуникативных практиках, базировалось на ряде отечественных работ в области психологии и социальной психологии: А.Я.Айзенберга, Г.М.Андреевой, А.А.Бодалева, Э.Ф.Зеера, А.А.Леонтьева, Б.Д.Парыгина и др., а также зарубежных - П.А. Вацлавика, К.Левина, Д.Майерса, А.Г.Маслоу, Т.Шибутани и др.

Значимыми для изучения составляющих коммуникативного акта, особенностей внутренней коммуникации оказались труды из области семиотики, принадлежащие Ю.М.Лотману, У.Эко, Р.О.Якобсону. Методология этой науки содержит наиболее подробное описание сущности и процессов коммуникации на микроуровне. Возможности для рассмотрения коммуникативных аспектов самообразовательной деятельности почерпнуты из традиций анализа коммуникации в отечественной социосемиотике и социопсихолингвистике, представленных работами Т.З.Адамьянц, Т.М.Дридзе, Г.В.Колшанского, Н.Б.Мечковской, Ю.А.Сорокина и др.

Особое значение для социологического понимания и объяснения взаимосвязи феноменов образования и самообразования представляли монографии и статьи по общим проблемам образования: Н.А.Аитова, Е.С.Баразговой, Л.А.Беляевой, Ю.Р.Вишневого, Б.С.Гершунского, С.И.Григорьева, В.И.Добренкова, И.А.Донцова, Г.Е.Зборовского, Ф.Г.Зиятдиновой, Г.А.Ключарева, М.Л.Князевой, Л.Н.Когана, Г.Б.Кораблевой, Н.А.Матвеевой, В.Я.Нечаева, О.Н.Никитиной, Е.И.Огарева, А.М.Осипова, Л.Я.Рубиной, М.Н.Руткевича, Ф.Р.Филиппова, В.Т.Шапка, Е.А.Шуклиной и др.

Специфика коммуникативного подхода к социологическому изучению самообразования строилась на интерпретации и анализе проблем социального взаимодействия в трудах классиков социологии и психологии: Х.Абельса, П.Бергера, М.Вебера, Г.Гарфинкеля, И.Гофмана, Э.Дюркгейма, Т.Лукмана, Дж.Г.Мида, Т.Парсонса, П.Сорокина, Дж. Тернера, Ю.Хабермаса, М.Шелера, А.Шюца и др. Феноменологические подходы легли в основу качественной стратегии проведенного нами эмпирического исследования.

Интерпретация самообразования в контексте различных видов социальной коммуникации и общения реализована на базе трудов отечественных ученых В.С.Басина, Г.П.Бакулева, Г.В.Булацкого, М.А.Василика, В.В.Васильковой, М.С.Кагана, В.П.Конецкой, И.А.Мальковской, О.И.Матъяш, М.М.Назарова, Т.В.Науменко, Ю.Д.Прилюк, А.В.Резаева, Б.А.Родионова, А.В.Соколова, В.П.Терина, Ф.И.Шаркова, И.П.Яковлева, зарубежных авторов Р.Берко, А.Д. и Д.Р. Волвин, Р.Крейга, Г.Д.Лассвелла, М.Маклюэна, Э.Ноэль-Нойман, Т.Ньюкома, Т.Питерсона, Н.Постмана, Ф.С. Сиберта, У.Шрамма и др.

Обоснование актуальности самообразовательной деятельности в контексте становления информационного общества выстроено на основе классических идей Д.Белла, Э.Гидденса, М.Кастельса, М.М.Ноулза, М.Постера, Э.Тоффлера, Ф.Уэбстера и др. Среди отечественных авторов, занимающихся вопросами информационного общества, важными для нашей работы оказались труды А.Д.Елякова, Г.Г.Дилигенского, В.З.Когана, К.К.Колина, Г.П.Орлова и др.

В разработке методики эмпирического исследования мы опирались на опыт отечественных социологов Г.С.Батыгина, С.А.Белановского, И.Ф.Девятко, Е.В.Дмитриевой, Е.М.Ковалева, О.Т.Мельниковой, В.В.Серикова, В.Г.Харчевой, Ф.Э.Шереги, И.Е.Штейнберга, В.А.Ядова и зарубежных – Д. А. Диллмана, Д.Корбин, А.Страусса, П.Сэлант и др.

Создание программы конкретно-социологического исследования, обоснование выбора объекта исследования, знакомство с проблемами и характерными чертами современного профессионального сообщества журналистов осуществлено на базе работ Я.Н.Засурского, Р.П.Овсепян, В.Ф.Олешко, Д.А.Рущина, Л.Г.Свитич и др.

Проблема изучения самообразования как коммуникации является междисциплинарной. Анализ работ по теме диссертации показал, что в научной литературе, в том числе социологической, практически нет целостных исследований самообразования как коммуникативного взаимодействия на основе применения коммуникативного подхода к его изучению.

Объектом исследования выступает самообразование как социальный феномен.

Предмет исследования – самообразование как социальная коммуникация.

Цель исследования – анализ самообразования как коммуникативного взаимодействия.

В связи с поставленной целью в работе решались следующие задачи:

1. Анализ методологии коммуникативного подхода к социологическому исследованию самообразования.
2. Характеристика самообразования как коммуникативного феномена (понятия, функций, структуры коммуникативного акта и др.).
3. Изучение самообразования как автокоммуникации.
4. Эмпирическое исследование механизмов самообразования как автокоммуникации (на примере конкретного социологического исследования журналистского сообщества).
5. Анализ межличностной, внутригрупповой и массовой коммуникации как факторов самообразовательной деятельности.
6. Выявление специфики методики (соотношение качественных и количественных стратегий) конкретного социологического исследования самообразования как коммуникативного взаимодействия.

Теоретико-методологическим основанием диссертационного исследования выступает коммуникативный подход к социологическому изучению самообразования. Общесоциологический уровень методологии исследования выстроен на основе анализа социального взаимодействия в классических парадигмах социологии.

В ходе теоретико-методологической разработки проблемы нашли применение специальные теории коммуникации междисциплинарного уровня, разрабатываемые в социальной психологии, социосемиотике, социокультурные направления исследований массовой коммуникации и др. В работе также использовался потенциал отраслевых дисциплин: социологии образования, социологии самообразования, социологии коммуникации, социологии знания. Определение и обоснование специфики методи-

ки, разработка качественных методических стратегий конкретно-социологического исследования базировались на методологических принципах феноменологии.

Эмпирическая база исследования. Теоретико-методологический анализ самообразования как коммуникативного взаимодействия был сопряжен с результатами четырех эмпирических исследований.

Потребности в самообразовании и образовании изучались нами в ходе исследования на тему «Анализ взаимосвязи рынка образовательных услуг и спроса на выпускников учреждений профессионального образования в Уральском федеральном округе» (квотная выборка, объем выборочной совокупности 1900 чел.), осуществленного по заказу Министерства труда и социального развития Российской Федерации в 2001 году.

Изучение самообразования как автокоммуникации проведено по методике case-study с применением качественной и количественной исследовательских процедур. Объектом исследования выступили студенты факультетов журналистики трех вузов России (Гуманитарного университета (ГУ, г. Екатеринбург), Уральского государственного университета им. А.М. Горького (УрГУ, г. Екатеринбург), Челябинского государственного университета (ЧелГУ, г. Челябинск)) и сотрудники ведущих СМИ г.Екатеринбурга, работающие над созданием эфирного продукта. Сбор данных проводился в течение года (с марта 2004 по февраль 2005г.). В опросах, реализованных с помощью количественных методов сбора информации, приняли участие 116, качественных – 18 респондентов.

Роль межличностной коммуникации в формировании стратегий самообразования студентов изучалась в качественно-количественном исследовании «Межличностная коммуникация как фактор формирования самообразовательных стратегий студентов» (I этап: апрель-май 2000г., объем выборки 44 студента Российского государственного профессионально-педагогического университета; II этап: 2004г., объем целевой выборки типичных представителей – 30 человек, среди которых - студенты УрГУ и ГУ в равной пропорции).

Влияние массовой коммуникации на самообразовательную деятельность анализировалось в рамках конкретно-социологического исследования «Стратегии самообразования аудитории СМИ», реализованного с помощью экспертного опроса руководителей СМИ г.Екатеринбурга (2004г., целевая выборка типичных представителей – 9 чел.).

Научная новизна исследования состоит в следующем:

1. На основе группировки и анализа дефиниций самообразования, имеющих в отечественной литературе, выявлены подходы к определению понятия самообразования как: свободной, творческой деятельности; внеинституциональной деятельности; вида непрерывного образования; деятельности, тесно связанной с образованием как системой и социальным институтом; организованной, систематической или стихийной деятельности; способа самоконструирования личности.
2. Сформулировано определение самообразования как вида коммуникативной деятельности личности, в результате которой происходит интериоризация информации посредством превращения её в индивидуальное знание. Показано, что самообра-

зование – это коммуникативная деятельность, ориентированная на самостоятельное систематическое приобретение знаний в профессиональной и/или внепрофессиональной сферах с целью самоконструирования личности, её социализации и самореализации.

3. Выявлены возможности рассмотрения самообразования в коммуникативных категориях социального взаимодействия, смыслового взаимодействия, социальной коммуникации, интеракции, диалога, дискурса, игры, обмена, конфликта. Проведен анализ самообразования как коммуникативного акта с описанием субъекта, объекта, предмета, кодов, каналов, эффектов его реализации.

4. Установлено, что коммуникативные функции самообразования на уровне личности обеспечивают саморегуляцию субъектом самообразования своего индивидуального запаса знания и коммуникативного пространства. Доказано, что на уровне общества коммуникативные функции самообразования состоят в регуляции процессов социальной коммуникации, связанных с циркуляцией и социальным распределением знаний между субъектами самообразования разных общественных уровней.

5. Показаны особенности применения качественных и количественных стратегий конкретно-социологического исследования самообразования как коммуникативного взаимодействия. Установлено, что применение количественных стратегий целесообразно в анализе самообразования как массового общественного явления, его квантифицируемых характеристик.

6. На базе специальных теорий коммуникации доказана возможность социологического изучения автокоммуникации как механизма самообразования человека, исследование которой целесообразно лишь с применением качественных методов сбора и анализа данных.

7. В ходе конкретно-социологического исследования выявлены модели отношения субъекта к самообразованию: «модель уважения» и «модель отстраненности». Установлено, что первая модель реализуется в условиях осознания личностью индивидуальной и общественной ценности самообразования, тогда как вторая формируется в результате противостояния индивида институциональному нормативному давлению. Доказана взаимосвязь профессионального самообразования и профессиональной коммуникации, на базе которой выстроена типология стратегий профессионального самообразования: профессионально-целевая, личностно-ориентированная, профессионально-адаптивная, профессионально-нормативная, материально-ориентированная и профессионально-статусная.

Теоретическая значимость диссертации состоит в разработке методологии и методики анализа самообразования как коммуникативного феномена, что способствует развитию теории самообразования, её понятийного аппарата.

Спектр теоретических выводов работы, сформулированных по результатам применения коммуникативного подхода к исследованию самообразования, вносит вклад в процесс интеграции отраслей социологии самообразования, социологии образования и социологии коммуникации.

Практическая значимость диссертационного исследования определена его направленностью на разработку рекомендаций для оптимизации самообразователь-

ной и образовательной деятельности различных социально-профессиональных групп в учебных заведениях и на предприятиях, создания необходимых коммуникативных условий для развития навыков самообразования, совершенствования коммуникативной среды как фактора успешной самообразовательной деятельности личности.

Основные положения диссертации могут быть использованы в преподавании курсов «Социология коммуникации», «Социология массовой коммуникации», «Социология образования», «Социология самообразования».

Апробация работы. Основные идеи и результаты работы изложены в 20 публикациях и выступлениях на одной международной, 11 всероссийских и 5 региональных конференциях в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Перми и др. городах.

Материалы диссертационного исследования и сама работа обсуждались на заседаниях кафедр социологии Российского государственного профессионально-педагогического университета и Гуманитарного университета (г.Екатеринбург).

Работа на тему «Исследование самообразования с позиции коммуникативного подхода в социологии» прошла аттестацию и получила высокую оценку в конкурсной образовательной программе «Современная социология: исследовательские и образовательные стратегии» (на базе кафедры социологии и Института повышения квалификации СПбГУ в 2004 г.).

Структура и объем диссертационного исследования

Диссертация состоит из «Введения», трех глав, «Заключения», списка литературы, состоящего из 221 названия, и «Приложения».

Положения, выносимые на защиту:

1. Разработка методологии и методики исследования самообразования как коммуникативного взаимодействия вносит вклад в развитие социологии самообразования, способствует интеграции социологического знания таких отраслей, как социология образования и социология коммуникации.
2. Коммуникативный подход к социологическому исследованию самообразования имеет трехуровневую структуру. Общесоциологический уровень – это полипарадигмальный анализ самообразования как социальной коммуникации; уровень специальных теорий самообразования и коммуникации означает наличие междисциплинарных исследований; эмпирический уровень предполагает разработку комплексных качественно-количественных стратегий изучения самообразования как коммуникативного феномена.
3. Ядром самообразования как коммуникативного взаимодействия является автокоммуникация. Она представляет собой процесс самоорганизации и саморегуляции деятельности субъекта самообразования, является результатом социального сравнения индивидуального уровня знаний личности с нормативно определяемым социальной группой, общностью, обществом в целом.
4. Внешняя коммуникация выступает значимым фактором самообразовательной деятельности субъекта. Массовая коммуникация предоставляет широкое пространство информационных сообщений для удовлетворения потребности личности в самообразовательном знании, устанавливает стереотипы, ценностные ориентации, интересы аудитории в самообразовании. Внутригрупповая коммуникация способствует опреде-

лению мотивов, целей субъекта самообразования как члена группы, актуализирует его потребность в коммуникации с другими как источнике знаний. Межличностная коммуникация оказывает существенное влияние на формирование стратегий самообразования субъектов, их ценностного отношения к самообразовательной деятельности как способу удовлетворения потребности в самореализации и самоидентификации.

5. Самообразование как коммуникативное взаимодействие осуществляется в ответ на потребность в самоидентификации с целью успешного включения личности в систему социальных связей, профессиональную деятельность.

Основное содержание работы

Во «Введении» обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень её разработанности, определяются цели и задачи, объект и предмет исследования, характеризуется его новизна. Описываются теоретико-методологические основания и эмпирическая база работы, раскрывается её теоретическое и практическое значение.

В первой главе **«Специфика коммуникативного подхода к социологическому анализу самообразования»** раскрываются возможности социологического изучения самообразования с позиций методологии коммуникативного подхода, которая выстраивается в соответствии с традиционной трехуровневой структурой социологического знания.

Общесоциологический уровень методологии коммуникативного подхода базируется на рассмотрении проблематики социального взаимодействия в классических парадигмах социологии. *Полипарадигмальный анализ раскрывает перспективы для интерпретации самообразования в коммуникативных категориях социального взаимодействия, смыслового взаимодействия, социальной коммуникации, интеракции, диалога, дискурса, игры, обмена, конфликта.*

Основываясь на понятии социального взаимодействия в *позитивизме*, самообразование можно рассматривать как деятельность, имеющую объективную природу, обусловленную включением человека в систему общественных отношений, а также как познание субъектом объективной реальности. Бихевиористское объяснение социального взаимодействия дает возможность определить, что самообразование в ситуации «стимул-реакция» не является свободной деятельностью. В свою очередь, социальная коммуникация выступает стимулом самообразовательной деятельности и обладает функцией переноса информации, значимой для формирования потребности субъекта самообразования в знании.

Следуя интерпретации социального взаимодействия в *парадигме марксизма*, самообразовательную деятельность можно обозначить как самостоятельную работу личности на благо общества, фактор развития производительных сил, вид деятельности широких масс населения. Самообразование обладает свойством «социальности взаимодействия» и регулируется посредством социальной коммуникации.

Исходя из формулировки сущности социального действия и взаимодействия в *понимающей социологии*, определяется возможность для интерпретации самообразования в качестве целерациональной и ценностно-рациональной социальной коммуни-

кации, а также коммуникативной деятельности, реализуемой индивидом под влиянием внутренних (личностных) смыслов и внешних социальных ожиданий.

Структурно-функциональный анализ социального взаимодействия позволяет рассматривать самообразование как: часть социального порядка; одну из подсистем общества; элемент систем образования и актуальной культуры; систему коммуникативных действий личности, направленных на удовлетворение её потребности в знании и включении в социум; асоциальную коммуникативную деятельность. В контексте данной парадигмы обосновывается значение социальных ролей и социальных ожиданий в регуляции потребностей, ценностных ориентаций, активности субъекта в самообразовании.

Обращение к понятию интеракции в *символическом интеракционизме* раскрывает возможность для понимания самообразования в качестве: способа овладения знаковой системой, символами коммуникации, необходимыми для формирования индивидуального сознания и включения личности в сферу социальных взаимодействий; результата непрерывной, взаимонаправленной коммуникации, где значимый другой воспринимается как активный действующий субъект самообразования, также движимый потребностью в получении знаний. В традициях символического интеракционизма самообразование может быть представлено и как внутренняя, латентная коммуникация, направленная на саморегуляцию и самоконструирование поведения личности через принятие роли другого.

Анализ социальной коммуникации в *драматургическом направлении* позволяет описать самообразование как: игру, направленную на воспроизводство и представление целей, ценностного отношения, стратегий самообразования; произвольную игровую коммуникацию, являющуюся традиционным взаимодействием, ориентированным на приобретение знаний, и непроизвольную коммуникацию, в которой символы, социальные роли определяют место субъекта самообразования в социальной группе и структуре общества.

В контексте *этнометодологии* устанавливается, что самообразование можно рассматривать в качестве актуального коммуникативного феномена повседневности, который регулируется фоновыми ожиданиями со стороны социальной группы, общности. Для самообразования как коммуникативного взаимодействия основное значение имеет способность субъекта адекватно воспринимать поступающую информацию, её внешнюю, знаковую сторону.

Феноменологическая интерпретация социального взаимодействия приводит к выводу, что самообразование можно понимать как: деятельность, направленную на освоение доступного личности социального запаса знания посредством коммуникативного взаимодействия; непрерывное образование, отвечающее закону социального порядка. Потребность в самообразовании относится к ценностному сознанию, а характер самообразовательной стратегии индивида обуславливается нормами взаимодействия в социальной общности, группе, к которой он принадлежит. Следуя феноменологической концепции распределения социального запаса знания, в работе подчеркивается, что знание, полученное субъектом в результате самообразования, разделяется им с другими в ситуации коммуникативного взаимодействия, а также может

оставаться исключительно предметом его внутренней коммуникации. Освоение различных видов знания дифференцируется по видам социальной коммуникации, в которую включается самообразующаяся личность.

Подход к пониманию социальной коммуникации в *парадигме обмена* дает возможность интерпретировать самообразовательную деятельность как обмен информацией между социальными субъектами. В свою очередь, получаемое знание выступает социальным благом, обретение которого происходит в ситуации обмена информацией с другими.

Парадигма социального конфликта позволяет рассмотреть самообразование в качестве коммуникативной деятельности, направленной на преодоление внутриличностного конфликта, связанного с необходимостью восполнения недостатка знания в какой-либо области и реализуемой под воздействием внешних конфликтных ситуаций, актуализирующих потребность субъекта в знаниях.

На основе *коммуникативной парадигмы*, представленной в диссертационной работе теориями коммуникативного действия и критического анализа дискурса, самообразование можно понимать как: дискурс, основной целью которого является взаимопонимание и взаимообогащение субъектов; фактор ценностно-нормативной мобильности общества; условие самосохранения личности в результате поддержания ею необходимого уровня знаний, позволяющего успешно идентифицировать себя со значимыми социальными группами, общностями; рациональную деятельность, целью которой является создание субъектом условий жизни, соответствующих его потребностям, интересам, ценностям. Успешность включения субъекта в самообразовательную деятельность определяется его коммуникативной компетентностью, означающей умение, способность и интерес к саморефлексии, обусловленный влиянием внешней коммуникации.

Уровень специальных теорий коммуникации представлен в главе социогуманитарными традициями теоретического анализа коммуникации в *социосемиотике, социальной психологии, направлениях социокультурных исследований массовой коммуникации*.

Идеи *социосемиотики* позволяют рассматривать самообразование в понятиях кодирования-декодирования информации, работы субъекта самообразования с текстом, коммуникативно-познавательного процесса порождения и интерпретации текстов. На основе теории социосемиотики доказывается социологичность категории «автокоммуникация», которую мы рассматриваем как процесс интериоризации информации, превращения её в самообразовательное знание, способствующий качественной трансформации «Я» субъекта самообразования.

Социально-психологический анализ феномена коммуникации дает возможность изучить самообразование во взаимосвязи с традиционными формами социальной коммуникации: подражанием, управлением, диалогом и конфликтом. Подражание и управление предполагают интерпретацию самообразования как субъект-объектного коммуникативного взаимодействия. Конфликт, в том числе внутриличностный, является значимым фактором подавляющим, или, наоборот, стимулирующим самообразовательную активность личности. Диалог представлен в работе как одна из сущно-

стных характеристик самообразования, так как основывается на взаимопонимании включающихся в коммуникацию субъектов, равноправном обмене информацией и совместном поиске необходимого знания.

С позиций *социокультурных традиций анализа массовой коммуникации* раскрывается проблема влияния СМИ на самообразовательную деятельность аудитории. Рассматриваются противоречия воздействия современных технологий массовых коммуникаций на самообразование социальных субъектов, связанные со «ступенями» воздействия СМИ на аудиторию, спецификой транслируемых ими информационных сообщений. Характеризуются объективные факторы, ограничивающие это воздействие: закон о средствах массовой коммуникации; социально-экономическая политика вещания СМИ, форматы СМИ; ориентир создателей эфирного продукта на «усредненный образ» целевой аудитории; ограниченное время воздействия; мозаичность предмета коммуникации. Доказывается, что массовая коммуникация в качестве источника самообразовательного знания определяет стихийность процессов самообразования, ставит под вопрос его понимание как целеориентированной, систематической, образовательной, свободной деятельности.

Представлен спектр показателей, характеризующих изменение социальной роли самообразования как коммуникативного взаимодействия в информационном обществе: актуализация социального заказа, состоящего в необходимости для субъектов обладания навыками самообразовательной деятельности, коммуникативной компетентностью; усиление информационной зависимости субъекта самообразования, сопровождающееся значительным ослаблением самоидентификации и сочетающееся с необходимостью регулярной рефлексии информации, самоопределения субъекта как потребителя продуктов СМИ; появление новых источников информации и новых критериев социальной идентификации. Всё это приводит к тому, что систематизированная самообразовательная деятельность становится в большей мере инструментальной ценностью. Использование СМИ в качестве источников информации с целью самообразования актуализирует вопрос о стихийности самообразовательной деятельности, глубине, мозаичности, адекватности полученных знаний.

В первой главе обозначен ряд понятий, важных для формирования методологии коммуникативного подхода к анализу самообразования и необходимых для дальнейшего раскрытия темы диссертационного исследования. Понятие *социальной коммуникации* рассматривается как более широкое, нежели понятие общения. Мы основываемся на понимании социальной коммуникации в качестве процесса «со-творения» реальностей субъектами, конструирования «Я» взаимодействующих сторон.

Формулируется понятие *самообразовательного знания* как результата самостоятельного освоения личностью социального запаса знания группы, общности, социума. *Уникальность* этого вида знания заключается в том, что интериоризация информации субъектом обусловлена его коммуникативным опытом в образовательной, профессиональной и непрофессиональной деятельности, особенностями его внутреннего мира. *Типичность* самообразовательного знания предопределена освоением субъектом типичных коммуникативных практик, источников, стратегий удовлетворения потребности в знании. Самообразовательная деятельность личности во многом

определяется условиями становления, воспроизводства и изменения её *коммуникативного пространства*, которое мы рассматриваем как систему коммуникативных взаимодействий, в которую включается личность (социальная группа, общность) для самостоятельного удовлетворения потребности в знании.

Базовая концепция нашей работы состоит в анализе самообразования как автокоммуникации. Она представлена во второй главе **«Самообразование как автокоммуникация»**.

Существующие в отечественной научной литературе дефиниции самообразования подразделяются нами на шесть групп, каждая из которых олицетворяет одну из *сущностных характеристик самообразования*: *свободная, творческая деятельность; внеинституциональная деятельность; деятельность тесно связанная с образованием как социальным институтом и системой; вид непрерывного образования; организованная, систематическая или стихийная деятельность; способ самоконструирования личности*.

В ходе анализа групп дефиниций нами установлены следующие *коммуникативные характеристики самообразования*:

- коммуникативное пространство самообразования охватывает систему коммуникативных взаимодействий личности в сфере образования и за её пределами;
- потребность в самообразовании может возникать в ситуации повседневного коммуникативного взаимодействия и иметь стихийный характер;
- в ходе коммуникации в системе образования, личность обретает навыки самообразования и интериоризирует основные социальные роли, которые реализует их в самообразовательной деятельности;
- социальная природа самообразования обусловлена совокупностью коммуникативных связей человека, в которые он вступает в процессе социализации;
- самообразование как самоконструирование личности способствует её успешному включению в межличностную и внутригрупповую коммуникацию.

В главе дается *определение самообразования с позиций коммуникативного подхода*. Самообразование – это коммуникативная деятельность, ориентированная на самостоятельное систематическое приобретение знаний в профессиональной и/или непрофессиональной сферах с целью самоконструирования личности, её социализации и самореализации. Самообразование как вид коммуникативного взаимодействия основывается на интериоризации информации посредством превращения её в индивидуальное знание.

Коммуникативные функции самообразования конкретизируют и дополняют общие функции самообразовательной деятельности. На индивидуальном уровне коммуникативные функции самообразования состоят в саморегуляции субъектом самообразования своего индивидуального запаса знания и коммуникативного пространства, формировании коммуникативных и образовательных потребностей, обеспечении процессов самопознания, самоидентификации личности и др. *Общественный уровень коммуникативных функций* самообразования базируется на регуляции коммуникативных процессов, связанных с циркуляцией и социальным распределением знаний между субъектами самообразования разных общественных уровней, интеграции лю-

дей со схожими интересами в образовании и самообразовании, поддержании эффективной коммуникации между ними и др.

В работе доказывается, что *ядро самообразовательной деятельности – это автокоммуникация, которая предполагает взаимодействие индивидуального запаса знаний с нормативно определяемым социальной группой, социумом.* Автокоммуникация является механизмом самообразования, основывается на внутреннем диалоге, целью которого является соотнесение имеющегося и желаемого уровня знаний. Роль автокоммуникации в самообразовании раскрывается нами через анализ понятия самоидентификации, которую мы определяем как значимый фактор самообразовательной активности субъекта, базирующийся на его потребности принадлежать социальной группе, сравнивать себя со значимыми другими. Автокоммуникация также представлена нами в качестве инструмента самоорганизации внешнего мира (мира деятельности) личности через определение и непосредственное удовлетворение ею потребности в необходимом коммуникативном пространстве с целью самообразования.

В работе реализуется попытка анализа *ядра самообразования как коммуникативного акта*, в котором: *субъектом* является самообразующая личность; *объект* представлен социальными ценностями, нормами, целями; предмет состоит в интериоризации информации, рефлексии коммуникативных сообщений. Выбор предмета самообразования, как правило, обусловлен влиянием внешней среды коммуникаций. *Контакт с внешней средой* заключается в интериоризации кодов, символов коммуникации, изучении возможного и формировании собственного отношения к коммуникативным сообщениям, определении приоритетных целей, интересов в самообразовании. *Код автокоммуникации* субъекта самообразования субъективен и индивидуален. *Канал* самообразования как автокоммуникации является естественным и вербальным, представляя собой внутреннюю речь, объективированную в языке и проявляющуюся во внешней коммуникации. *Эффекты* самообразования как автокоммуникации проявляются в реакциях личности на результаты внутренней коммуникации, а также могут быть выражены в невербальной коммуникации, ориентированной на внешние объекты.

По итогам анализа самообразования как автокоммуникации в работе указывается, что в этом контексте интерпретации оно представляет собой: *ядро самообразовательной деятельности; индивидуальную, свободную деятельность; уникальные процессы интериоризации получаемой информации; внутреннюю «работу» с информацией, но не обмен ею с внешними субъектами, как то предполагает любой другой вид коммуникации; «преобразование» получаемой извне информации в сознании личности, с учетом её субъективного опыта; процесс, обеспечивающий целостность познающего субъекта; механизм самоидентификации личности, самоорганизации и саморегуляции ею своего коммуникативного пространства.*

В свете коммуникативного подхода к социологическому анализу самообразования в главе *специально рассматривается значение видов внешней коммуникации (массовой, межличностной, внутригрупповой) для самообразовательной деятельности*, которое состоит в обеспечении притока информации к субъекту самообразова-

ния, регуляции самообразовательной деятельности, формировании ценностного отношения, стратегий самообразования.

В третьей главе **«Конкретно-социологическое исследование самообразования как коммуникативного взаимодействия: особенности методики и результаты»** раскрываются специфика методики и задачи социологического исследования самообразования как коммуникативного феномена, анализируются результаты его эмпирического изучения.

Методика социологического исследования самообразования как коммуникативного взаимодействия может основываться на количественных и качественных стратегиях исследования. *Количественная исследовательская стратегия* ориентирована на изучение самообразования как массового явления в квантифицируемых показателях, его анализ в качестве компонента образования, систематической, институциональной деятельности, вида непрерывного образования. Ограничениями исследования самообразования количественными методами мы считаем: необходимость четких формулировок понятия самообразования в инструменте исследования; формализованность технологий сбора данных, минимизирующая важную составляющую – межличностную коммуникацию исследователя и респондента; невозможность исследования ядра самообразовательной деятельности – автокоммуникации.

Ключевой для построения теории самообразования как автокоммуникации является *качественная исследовательская стратегия*. Она позволяет: получить широкий спектр интерпретаций, понимания самообразования представителями разных социальных групп; изучить типологию отношения к самообразованию как коммуникативному феномену повседневности; доказать взаимосвязь широты коммуникативного пространства и активности личности в самообразовании; установить (косвенно) результаты автокоммуникации; показать сущность, этапы, стратегии самообразования как автокоммуникации.

В работе формулируются *особенности методики социологического исследования самообразования на уровне массовой, внутригрупповой, межличностной коммуникации и автокоммуникации*. Доказывается, что *методика изучения самообразования в контексте массовой коммуникации* базируется на теориях массовой коммуникации. Она охватывает анализ механизмов воздействия массовой коммуникации на самообразовательную активность аудитории; предполагает изучение влияния СМИ на изменение социальной роли, стереотипов восприятия самообразования в обществе; затрагивает вопросы исследования воздействия массовой коммуникации на самообразование как групповой феномен и отличается количественным, формализованным характером. Понятие самообразования в инструменте исследования для массовых опросов интерпретируется максимально широко, как развитие общих знаний, кругозора личности, в программе исследования – как массовый общественный феномен.

Методика социологического исследования самообразования на уровне внутригрупповой коммуникации основывается на множестве теорий, преимущественно социально-психологического характера. Она сосредоточена на изучении проблемы самокатегоризации, самоидентификации, самоопределения личности в группе; об-

рашается к анализу воздействия группы на самообразовательную активность, интересы её членов; позволяет исследовать самообразование как коммуникативное взаимодействие малых групп, а также рассматривать самообразовательную деятельность в качестве группового и межгруппового фактора социального сравнения и социальной идентификации. Данная методика характеризуется: контекстуальностью анализа, т.е. учетом особенностей внутригруппового коммуникативного пространства, влияющего на самообразовательную активность членов группы; целесообразностью совмещения качественных и количественных стратегий сбора и анализа данных. Количественные стратегии позволяют исследовать статусное размещение членов группы и получить оценки ими друг друга как субъектов и объектов самообразовательной деятельности. В свою очередь, качественные исследовательские стратегии дают возможность сравнить статусное положение личности в группе и её активность в самообразовании.

Основными характеристиками *методики социологического исследования самообразования на уровне межличностной коммуникации* являются: ориентация на интерпретативные традиции социологии в понимании межличностной коммуникации; контекстуальность, т.е. изучение взаимосвязи целей, ценностей, стратегий самообразования с показателями межличностного коммуникативного пространства (широта, насыщенность повседневных коммуникативных практик, их открытость и др.); доминирование качественных стратегий исследования; учет постоянных изменений межличностного коммуникативного пространства субъекта самообразования в процессе социализации и обретения им новых целей самообразовательной деятельности.

В работе показано, что *методика исследования самообразования как автокоммуникации основывается на феноменологическом анализе*, отличается надежностью в использовании лишь качественных исследовательских стратегий, максимальной гибкостью в выборе методов сбора и анализа информации, использованием мягких методов, “социологичностью” в изучении индивидуальных особенностей самообразования, невмешательством исследователя в процессы рефлексии респондента; интерпретативностью в процедурах сбора и анализа данных; следованием восходящей стратегии описания полученной информации.

Эмпирическая база нашей работы представлена несколькими исследованиями, результаты которых позволили доказать перечисленные выше выводы о методике социологического исследования самообразования как коммуникативного взаимодействия и подтвердить гипотезу об автокоммуникации как ядре самообразования. Ключевым являлось исследование, посвященное анализу профессионального самообразования как автокоммуникации и деятельности, реализуемой в условиях межличностной и внутригрупповой коммуникации. Нами использовалась методика case-study с применением качественной и количественной исследовательских процедур. Объектом выступили студенты факультетов теле-радиожурналистики трех вузов России и сотрудники ведущих СМИ г.Екатеринбурга, работающие над созданием эфирного продукта. В анкетном опросе приняли участие 116, в биографическом интервью – 18 респондентов.

По результатам интервью были установлены две модели отношения к самообразованию: «модель уважения», предполагающая осознание человеком индивидуальной и общественной ценности самообразования, и «модель отстраненности», которая формируется в результате противостояния институциональному нормативному давлению.

На основе эмпирических обобщений дается *определение профессионального самообразования как автокоммуникации. Оно представляет собой взаимодействие сферы знания личности с социальным запасом знания профессионального сообщества и более широкого социального окружения, в процессе которого происходит трансформация личностных смыслов, ценностей, норм и других внутренних регуляторов деятельности субъекта самообразования.* Этот тип самообразования выступает необходимым условием включения человека в профессиональное сообщество, его самореализации как профессионала.

По данным количественного опроса, автокоммуникация, которая трактовалась в инструменте как размышления над информацией, полученной из профессиональной литературы и опыта профессиональной деятельности, находится в группе основных ассоциаций с понятием профессионального самообразования, наряду с опытом и практикой работы по профессии, а также с понятиями «развитие, рост, расширение, углубление», профессионально-ориентированными ассоциациями, связанными с конкретными профессиональными задачами и видами СМИ.

Установлено, что *профессиональное самообразование актуализирует потребности субъекта в профессиональной коммуникации, профессиональном диалоге по поводу осмысления ценностей и норм профессиональной деятельности, непрерывном профессиональном и непрофессиональном самообразовании. Занятие профессиональным самообразованием способствует идентификации личности с профессиональным сообществом, к которому она принадлежит, влияет на её эмоциональное восприятие и удовлетворенность включенностью в профессиональное сообщество, а также повышает самооценку как профессионала.*

Выявлены *отличительные черты респондентов, занимающихся профессиональным самообразованием.* Во-первых, это *высокий уровень потребности в профессиональной коммуникации.* Он характерен для 60 % занимающихся и лишь для 21 % не занимающихся профессиональным самообразованием. Во-вторых, это *высокий уровень удовлетворенности профессиональным выбором,* который является стимулом для занятий профессиональным самообразованием с целью соответствия требованиям, нормам, ценностям, динамике темпов развития профессионального сообщества. В-третьих, это *высокий уровень удовлетворенности профессиональной подготовкой в вузе.* В-четвертых, это *высокая самооценка профессиональных качеств.* В-пятых, это *преимущественно позитивное эмоциональное восприятие профессионального сообщества.* В группе не занимающихся профессиональным самообразованием профессиональное сообщество оценивается более негативно сквозь призму таких качеств, как: «нетерпимость», «безответственность», «равнодушие», «ангажированность», «прагматизм».

Уровень самоидентификации с профессиональным сообществом и насыщенность повседневной профессиональной коммуникацией определяют отношение к профессиональному самообразованию. Так, актуальность профессионального самообразования выше в группе сотрудников СМИ, которые эмоционально воспринимают его противоречивее (как «тяжелое», «значительное», «приятное»), нежели студенты. В свою очередь, отношение к профессиональному сообществу среди сотрудников СМИ более позитивно. Студентам присуща оценка профессионального сообщества в качествах: «беспринципность», «субъективизм», «конформизм» и др.

Автокоммуникация как источник профессионального самообразования свойственна 53 % сотрудников СМИ и лишь 20 % студентов. Этот факт свидетельствует о различии целей профессионального самообразования, а также глубине включенности респондентов в коммуникативное пространство профессионального сообщества. Для студентов профессиональное самообразование – это, прежде всего, практика, опыт работы по профессии, потребность в котором чрезвычайно остра. Доминирующими целями профессионального самообразования среди сотрудников СМИ являются: соответствие нормам, культурным образцам динамично развивающейся медиасферы, мобильная адаптация к изменениям в профессиональном сообществе.

На основе эмпирических данных нами выстроена *типология стратегий профессионального самообразования*. Установлены шесть типов стратегий: профессионально-целевая, личностно-ориентированная, профессионально-адаптивная, профессионально-нормативная, материально-ориентированная и профессионально-статусная. Стратегии дифференцируются по целям и источникам самообразовательного знания, в том числе – коммуникативного свойства. Показано, что автокоммуникация является основой профессионально-адаптивной и профессионально-целевой стратегии, то есть фактором адаптации личности к профессиональному сообществу и важным условием достижения целей профессионального становления. Институционально организованная внутригрупповая коммуникация служит источником самообразовательного знания для материально-ориентированной стратегии. Профессионально-нормативная и личностно-ориентированная стратегии отличаются потребностью в массовой коммуникации. Профессионально-статусная стратегия самообразования характеризуется активной межличностной профессиональной коммуникацией в целях реализации потребности в самообразовании и карьерном росте.

Направления дальнейших поисков в области социологического анализа самообразования как социальной коммуникации могут быть представлены:

- исследование феномена социального сравнения, его коммуникативных характеристик, воздействующих на необходимость удовлетворения потребности в самообразовании;
- изучением асоциальных стратегий самообразовательной деятельности и коммуникативного пространства как условия их возникновения и реализации;
- анализом национальной специфики организации коммуникативного пространства субъектов самообразования;
- рассмотрением самообразования как текстовой деятельности.

В «Заключении» диссертации подводятся итоги исследования, формулируются общие теоретические и эмпирические выводы, касающиеся вклада работы в интеграцию и дальнейшее развитие отраслей социологии самообразования, образования и социологии коммуникации.

Основное содержание исследования изложено в следующих публикациях автора:

1. Значение профессионального самообразования в социальной идентификации личности//Презентации в современной культуре. Материалы восемнадцатой Всероссийской конференции студентов, аспирантов, докторантов «Майские чтения». ПГТУ. Пермь 2006. 0,3 п.л.
2. Применение количественных и качественных стратегий в социологических исследованиях самообразования // Вестник ГОУ ВПО УГТУ-УПИ № 3 (55). Трансформация российского общества и актуальные проблемы социологии: Материалы Всероссийской научно-практической конференции «XV Уральские социологические чтения». Екатеринбург, 2005. № 3 (55). Ч. 2. 0,2 п.л.
3. Социокультурные аспекты самообразования: коммуникативный подход // Материалы международной научно-практической конференции «Социальные коммуникации: новое в науке, образовании, технологиях». СПб. Гос. Университет. Санкт-Петербург, 2004. 0,2 п.л.
4. Самообразование как коммуникативное взаимодействие: особенности методики социологического исследования // Материалы VII Всероссийской научной конференции, посвященной памяти профессора З.И.Файнбурга «Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований». В 2 т. Т. 2. ПГТУ. Пермь, 2004. 0,2 п.л.
5. Самообразование как автокоммуникация: социологический анализ // Образование и наука. Известия УрО РАО.2003. №5. 0,5 п.л. (в соавт.).
6. Методология коммуникативного подхода в исследовании самообразования // Сб. материалов по результатам Всероссийской научно-практической конференции «Большой Урал XXI век». Екатеринбург, 2002. 0,2 п.л.
7. К вопросу о классификации теорий коммуникации // Тезисы докладов VIII межрегиональной научно-практической конференции молодых ученых и специалистов «Инновационные технологии в педагогике и на производстве». Екатеринбург, 2002. 0,2 п.л.
8. Значение массовой коммуникации для самообразования личности // Тезисы докладов Всероссийской научно-практической конференции «Человек и образование в современной России». СПб. Гос. Университет. Санкт-Петербург, 2002. 0,2 п.л.
9. Социальная природа самообразования: социологический анализ // «Образование и наука. Известия УрО РАО». 2001, № 2 (8). 0,8 п.л.
10. Стратегии самообразования студентов: социологический анализ // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции «Формирование гуманитарной среды и внеучебная работа в вузе, техникуме, школе». Том III. Ч. 1. Пермь, 2001. 0,2 п.л.

11. Образование в меняющемся мире (Круглый стол) // «Образование и наука. Известия УрО РАО». 2001, № 2 (8). 0,2 п.л.
12. Межличностная коммуникация как условие формирования самообразовательной деятельности // Материалы научно-практической конференции, посвященной 80-летию УГТУ-УПИ «Возрождение России: Общество – Образование – Культура - Молодежь». Уральский государственный технический университет. Вып. 3. Екатеринбург, 2001. 0,2 п.л. (в соавт.).
13. Самообразование как социальный феномен // Сб. материалов Всероссийской научно-практической конференции «Большой Урал XXI век». Ч.1. XIII Уральские социологические чтения. Екатеринбург, 2001. 0,2 п.л.
14. Виды коммуникации и их место в самообразовательной деятельности личности // Тезисы докладов VII региональной научно-практической конференции молодых ученых и специалистов «Инновационные технологии в педагогике и на производстве». Уральский государственный профессионально-педагогический университет. Екатеринбург, 2001. 0,2 п.л.
15. Самообразование как коммуникативное взаимодействие в зеркале классических парадигм социологии // Тезисы докладов IV Всероссийской научной конференции и статьи «Проблемы общественного развития в зеркале социологии и экономики». Уральский государственный профессионально-педагогический университет. Екатеринбург, 2001. 0,2 п.л.
16. Самообразование как вид межличностного коммуникативного взаимодействия // Материалы Всероссийской научно-методической конференции «Университетское образование специалистов – потребность современного производства». Часть I. Уральский государственный университет путей сообщения. Екатеринбург, 2000. 0,2 п.л. (в соавт.).
17. Профессиональное самообразование как вид межличностного коммуникативного взаимодействия // Тезисы докладов 8-й Российской научно-практической конференции «Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании». Уральский государственный профессионально-педагогический университет. Екатеринбург, 2000. 0,2 п.л. (в соавт.).
18. Проблемы самоорганизации студенчества во внеучебной деятельности в вузе // Тезисы докладов межрегиональной научной конференции «Проблемы общественного развития в зеркале социологии и экономики». Уральский государственный профессионально-педагогический университет. Екатеринбург, 1999. 0,2 п.л. (в соавт.).
19. Отношение студенчества к внеучебной работе в вузе // Тезисы докладов. Всероссийская межвузовская научно-практическая конференция «Российский вуз: в центре внимания – личность». Т.3. Донской государственный технический университет. Ростов – на – Дону, 1999. 0,2 п.л. (в соавт.).
20. Образование как фактор социальной защиты неблагополучных подростков // Сб. тезисов научных работ студентов и аспирантов. Уральская школа молодых социологов. Уральский государственный университет им. М. Горького. Екатеринбург, 1998. 0,2 п.л.