

УДК 159.929; 316.6

**ЭФФЕКТЫ МЕЖВИДОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ГРУППЕ
«ЧЕЛОВЕК — ДОМАШНЕЕ ЖИВОТНОЕ»: ЭТОЛОГИЧЕСКИЕ
И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ¹**



Гагарин Александр Валерьевич, доктор педагогических наук, профессор кафедры акмеологии и психологии профессиональной деятельности факультета психологии Института общественных наук Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС); просп. Вернадского, 84, Москва, Россия, 119606; e-mail: gagarin-av@ranepa.ru



Новиков Сергей Олегович, журналист, практический зоопсихолог, стажёр кафедры акмеологии и психологии профессиональной деятельности факультета психологии Института общественных наук Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; e-mail: guslja@mail.ru

РЕЗЮМЕ

В предлагаемой статье актуализируются исследования этологических и психологических аспектов межвидового взаимодействия «человек — домашнее животное». Показано, что это направление не только перспективно в теоретическом и прикладном аспектах, но также практически значимо и востребовано в самых разных сферах индивидуальной социальной активности и жизнедеятельности человека, а также социальных групп. Обозначены перспективные сферы исследования феноменов и/или эффектов указанного взаимодействия, проявляющихся в частности: в развитии семейных и детско-родительских отношений; в асоциальном развитии личности под воздействием различных факторов (социальных и индивидуально-личностных); в различных направлениях развития средств массовой информации (социальная реклама на телевидении и в печати), в художественной литературе и кино; в общественно значимом (как в позитивном, так и в негативном плане) общении в социальных сетях (коммуникация посредством обмена видеороликами и другой информацией). Показано, что эта проблематика важна для исследова-

ований в сфере образования и воспитания человека, где как непосредственный, так и косвенный контакт обучающегося с природными объектами способствует развитию разных сфер его личности (когнитивной, коммуникативной, эстетической, нравственной, эмоциональной, волевой).

Ключевые слова: межвидовое взаимодействие человека и животных, социальная этология животных, социально-психологическая группа «человек — домашнее животное», этологические (поведенческие) и психологические эффекты межвидового взаимодействия.

Проблема гармонизации взаимоотношений, коэволюционного сосуществования и развития человека и природы, впервые ставшая достоянием общественности четыре десятилетия назад, становится ещё более актуальной сегодня. Глобальные социальные (экономические, демографические, информационные) процессы оказывают возрастающее негативное (зачастую радикальное и неожиданное) влияние на природные экосистемы, на антропоэкосистемы, на каждого человека в отдельности. При этом необходимость снижения антропогенного воздействия на природу как среду обитания человека остаётся важнейшей задачей и современности, и отдалённого будущего. Решение этой задачи, а именно изменение потребительского, пользовательского, утилитарного отношения к природе, возможно лишь при условии осознания человеком своего единства с природой, гармонизации (и/или оптимизации) своих неразрыв-

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда, проект «Психологическое взаимодействие и межвидовая коммуникация человека с домашними животными в условиях городской среды» (№ 13-06-00687).

ных связей (=взаимоотношений) с окружающей средой своего обитания.

Одним из важнейших факторов «налаживания» таких связей и взаимоотношений человека и природы, и особенно в городских условиях, где проживает большая часть населения планеты, является личностный (субъективный) контакт человека с природными объектами, в частности с домашними животными.

Действительно, именно городской образ жизни действует на человека весьма негативно. Как ни странно, увеличивая концентрацию людей на единице площади, он разобщает их, делая при этом более одинокими. Можно предположить, что процесс этот находится в прямой зависимости от размера города и количества людей, в нём проживающих. Понятно, что в большой мере такой эффект характерен для мегаполисов. Именно здесь урбанизация и технологизация существования, жизнедеятельности социума большого города способствует в том числе и тому, что его жители стремятся разными способами восполнить недостаток общения и с природой, и с людьми не иначе как посредством содержания дома животных.

Следует отметить, что на уровне бытовом способность к социальному поведению животных в домашних условиях издавна используется человеком в целях психологических или, как принято говорить, «для души». То есть для эмоционального общения, удовлетворения потребности в привязанности, стремления оказывать заботу, нередко для целей оптимизации и стимуляции детско-родительских отношений, воспитания и развития детей в семье.

Взаимоотношения в группе «человек — домашнее животное» носят, несомненно, социально-психологический характер, выполняя при этом соответствующие важнейшие функции (эмоциональные и коммуникативные, развивающие и воспитывающие, релаксационные и коррекционные и т. д.).

Однако в научном плане, и в частности в теоретико-методологическом отношении, проблема межвидового общения (прежде всего коммуникации и интеракции как аспектов социально-психологического взаимодействия) владельцев животных со своими питомцами изучена слабо. В настоящее время в этом отношении отсутствуют какие-либо завершённые теоретико-методологические решения этой проблемы, однако уже есть и активно развиваются определённые теоретико-прикладные модели (разрабатываемые, в частности, на стыке социально-этологических, социально- и эколого-психологических исследований). И здесь изучаются, прежде всего, те феномены, которые возникают в процессе непосредственного контакта («контактного общения»), психологического взаимодействия между человеком и домашним животным, в совместной жизнедеятельности особой (межвидовой) группы «человек — домашнее животное» [8; 9; 13–15].

Указанные исследования аспектов взаимодействия в группе «человек — животное» можно было бы на-

зывать «социальной этологией»², если бы не отмеченная выше сугубо психологическая его сторона. Скорее всего это «межвидовая психология», а точнее «психология межвидовой коммуникации». И данное направление сегодня реально становится актуальным и востребованным как психологической наукой, так и (прежде всего) психологической практикой.

Указанные выше феномены проявляются в рамках активности субъектов данной группы, например в ситуационном и повседневном поведении человека и животных, а точнее в социальных эффектах такого поведения у человека и у животных. При этом они могут фиксироваться в индивидуальном сознании человека (не только хозяина животного, но и других людей, включённых непосредственно и опосредованно в активность указанной группы), и в индивидуальном мышлении конкретного животного, и в дальнейшем оказывать то или иное влияние на характер и интенсивность групповой активности. Характер такого влияния может быть амбивалентным — взаимодействие в группе может иметь как позитивный, так и негативный оттенок.

Однако, скорее всего, речь должна идти о так называемых социально-психологических эффектах [3; 16]³ (устойчивых, достаточно легко определяемых как экспериментально, так и в реальной повседневной жизни, в «бытовых» и стихийных наблюдениях, из индивидуального опыта исследователей и практиков, закономерностях, отражающих особенности коммуникативных и интерактивных отношений в группе). Причём психологическая специфика этих процессов может быть раскрыта в упрощённом, схематическом виде [16].

На наш взгляд, в случае с описанием специфики и характера, а также возможных (предполагаемых) ключевых параметров контактного общения (коммуникации, интеракции и, возможно, перцепции) человека с домашними животными применение термина «социально-психологический эффект» наиболее удачно на данном этапе (и уровне) разработки проблемы, когда её постановка уже сама по себе может быть воспринята научной общественностью как момент весьма спорный и дискуссионный.

Это позволяет нам, с одной стороны, выйти за рамки сугубо научного изложения сложившихся на данный момент взглядов на суть проблемы, а с другой — направить анализ на ту специфику межвидового взаимодействия в группе «человек — домашнее животное», которая могла бы быть не столько сопоставлена с содержанием и сутью уже известных в социальной психологии эффектов (бумеранга, новизны, ореола и т. п.), сколько дала нам возможность наметить ком-

² «...раздел этологии, изучающий социальное поведение животных с учётом условий окружающей среды, инстинктивных реакций, навыков, приобретённых в течение жизни» (см.: Социальная этология // Экологический словарь: [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ecolog/6882/> (дата обращения: 05.12.2015).

³ Традиционно в социальной психологии разводят понятия «феномен» и «эффект», однако более или менее содержательных критериев данной дифференциации до сегодняшнего дня не существует [16].

плекс тех особенностей протекания процессов этого взаимодействия, характер, выраженность и направленность которых позволяет «диагностировать» сам факт социально-психологического развития указанной группы.

И здесь важно ещё раз заметить, что *теоретическая* проработка данного направления, связанного с изучением указанных эффектов, крайне важна и востребована в *практическом* отношении.

Действительно, научно-психологические разработки такого рода могут быть направлены на выявление как теоретических, так и опытных данных о *позитивных* (в социальном и психологическом плане) моментах контактного общения (взаимодействия) человека с домашним животным. А полученные данные позволят в свою очередь обосновать соответствующие психологические рекомендации, и прежде всего для владельцев домашних животных.

С другой стороны, такие результаты станут важными и для психолога-консультанта, и для педагога, и для ветеринара, и для родителей. Ведь они могут быть использованы не только с конкретной целью нормализации взаимодействия человека и домашнего животного в условиях городской и любой другой жизненной среды, но и с самыми разными социальными целями: образовательными, воспитательными, развивающими, коррекционными, реабилитационными, наконец, терапевтическими.

И в данной связи следует остановиться, прежде всего, на стороне «положительных» эффектов. На самом деле контактное (коммуникативное, интерактивное) взаимодействие в группе «человек — домашнее животное» в подавляющем большинстве случаев имеет, безусловно, положительные стороны для человека, тем более, если речь идёт о социально-психологической сути вопроса.

Так, например, среди позитивных моментов можно отметить влияние домашних животных в качестве «нормализаторов» психологического климата в семье. Ежедневные стрессы городской среды, практически лишённой природной компоненты, могут отчасти компенсироваться наличием домашнего контактного зоопарка. В данном случае не имеет принципиального значения видовая принадлежность «контактёра» с человеком. Спектр широк — от обитателей аквариума до собак и кошек, и все они способны восполнить нехватку общения городского жителя с природой. Благотворное влияние может иметь и психофизиологический уклон (нормализация кровяного давления, снижение уровня стресса), сопоставимый по своему воздействию с медикаментозным влиянием.

Не случайно уже давно и успешно применяется целая система лечения и/или реабилитации людей при помощи общения с животными — анималотерапия. Доказано, что общение с «братьями нашими меньшими» благотворно влияет на психику человека и здоровье в целом: помогает снять нервное напряжение, что оказывает благотворное влияние на сердечно-сосудистую систему и способствует профилактике и даже лечению, например, инфаркта миокарда, инсульта, гипертонии. Известна способность кошек снимать боль

при артритах, остеохондрозах, радикулите, оказывать положительный эффект при лечении воспалительных заболеваний внутренних органов.

Люди, которые содержат животных (например, собак), меньше подвержены гиподинамии, так как вынуждены постоянно выгуливать своих питомцев. Это особенно благотворно для людей, у которых сидячая работа. Владельцы собак и кошек реже страдают от перепадов артериального давления, бессонницы, мигрени.

Однако вернёмся к собственно социально-психологической стороне обсуждаемой проблемы. Что же побуждает современных людей заводить домашнее животное, например собаку?

Собака обеспечивает не что иное как социальную поддержку своему хозяину. Это домашнее животное способно поддерживать его эмоционально, усиливать чувство самоуважения, тем самым избавляя хозяина от излишней тревожности, беспокойства и даже депрессии. Очевидно, что человек в стабильном (в психическом и психологическом планах) состоянии социально более активен, эффективен и успешен. Речь о самых разных сторонах и случаях социальной активности (семья, карьера, дружеское общение, культурно-досуговая сторона жизни, общественная деятельность и т. д.).

Широко известны и привлекают к себе внимание питомцы президентов и премьер-министров разных стран, многие из них знакомы зрительской и читательской аудитории порой не меньше, чем их владельцы. (лабрадор Кони Владимира Путина, собаки породы «Вельш корги» королевы Англии и другие).

Подобно тому как собака не может заменить общение с людьми, так и люди не способны заменить собаку. Общение с ней уникально. Тот факт, что собака — не человек, может быть преимуществом, так как не вызывает у владельца страха осуждения. Хозяин не боится проявить при собаке слабость или эмоции. Он знает, что собака будет рада каждой минуте общения с ним, не осудит его и в то же время она достаточно умна, чтобы понять его настроение и разделить с хозяином его печаль или радость [17, с. 33–34].

Что же делает возможным формирование позитивной коммуникации и интеракции в структуре межвидового взаимодействия в системе «человек — домашнее животное» в конкретном случае с собаками? И почему именно это животное способно оказывать на человека столь сильное (и мотивирующее в плане социальной активности) воздействие?

Причину следует искать в биологическом контексте социального поведения человека и домашних животных. По мнению современных исследователей, это происходит благодаря общему биологическому смыслу социальных отношений, существующих у псовых хищников и у людей, и в силу того факта, что социальная структура может объединять представителей разных биологических видов. Такое межвидовое сообщество превосходит по своему развитию обычный для дикой природы симбиоз, поскольку основой для него становится высший (по К. Лоренцу) тип социальной организации — закрытое индивидуальное сообщество [5].

Необходимо отметить, что эти межвидовые отношения базируются на видовых представлениях: специфика «разделения труда» в стае псовых определяет собой и систему отношений ответственности, связывающих собаку и её хозяина или хозяев. В жизни домашней собаки стереотипы межвидового «коллективного» поведения, совместные с человеком, обеспечивают возможность использования собаки в полезной деятельности, а также во многом обуславливают характер отношений собаки с хозяином. Соответственно, и критерии поведения отражают не только собственные (эгоистические) интересы субъекта, но и эффективные взаимодействия внутри сообщества, а также выбор форм индивидуального поведения в зависимости от интересов сообщества в целом [4].

В последнее десятилетие в связи с развитием новых систем коммуникаций наблюдаются и сугубо специфические (социально-психологические) эффекты, которые можно наблюдать в группе «человек — домашнее животное». Отношения в этой системе стали формироваться не только напрямую, в параллельной плоскости, но и опосредовано. Такое косвенное взаимодействие выполняет не менее, а, возможно, и более важные (общественно, социально значимые) функции, масштаб действия которых выходит за пределы конкретной социально-психологической группы на уровень учреждения, района, города, государства.

Например, каково влияние на восприятие «животного компонента» в обществе за счёт социальных роликов и рекламы?

«Реклама — неотъемлемая часть нашего общества. Не довольствуясь простым продвижением товаров, она сама теперь диктует моду. А поскольку рекламодатели всегда стремятся угодить покупателю, то, естественно, давно уже обратили свой взор на собаку» [10]. Собака как «представитель торговой марки», собака как «маркетолог», собака как «потребитель»... Этот список можно продолжать.

Действительно, собаки из рекламы никого не оставят равнодушным, даже если животное появляется в ролике на несколько секунд, оно уже запоминается, вызывает положительную реакцию — именно этого и хотели добиться создатели.

Собака из рекламы многим настолько «западает в душу», что человек начинает искать название породы, далее у него возникает желание иметь дома такое же животное. Но ведь это и есть первые шаги к тому самому социально-психологическому взаимодействию. Возможно, это также социально-психологический эффект, который «заражает», мотивирует человека (как разумного субъекта деятельности) на создание и социально-психологическое развитие будущей межвидовой группы «человек — домашнее животное».

Обратимся к некоторым примерам. Уже не один год зрители вспоминают рекламу мобильного оператора Beeline, где забавная такса олицетворяла собой «Год полосатой собаки». С момента выпуска рекламной кампании прошло восемь лет, но любители такс до сих пор отпускают шуточки по этому поводу.

Реклама сети магазинов «Спортмастер» с собакой зимой стала популярной в декабре 2013 года. Здесь симпатяга шпиц сопровождает своего хозяина на прогулке, потешно прыгает по снегу и, похоже, не очень-то рад прогулке в такой мороз. Ещё бы, ведь хозяин купил новую обувь, в которой в любую погоду тепло, а вот собаке повезло меньше.

Наконец, стоит сказать отдельно о производителях кормов для собак. Благодаря им многие породы обрели популярность среди заводчиков. К примеру, многих заинтересовала порода собаки из рекламы Чаппи, показанной впервые в 2006 году на канале ОРТ. Ирландский сеттер навсегда запомнился людям как «лицо» производителя корма. В оригинальности создателям не откажешь.

Нельзя обойти стороной рекламу социальную. Например, показ животных в рекламе, демонстрирующей «полные» семьи, сегодня включает в качестве неотъемлемого атрибута четвероного «члена семьи». Сформированное подобным образом представление об идеальном составе семьи, безусловно, формирует у детей и подростков (как наиболее подверженной влиянию телевизионного эфира группы) представление о животных как непрременных и обязательных участниках полноценной и комфортной семейной жизни. В основе этого явления лежит эффект подражательности.

Подражательность свойственна обширному классу животных, не выпадает из этой системы и человек. Её можно наблюдать у детей вскоре после их рождения и, очевидно, с помощью её устанавливаются первые социальные отношения ребёнка. Когда он произносит первый подражательный звук, когда улыбается в ответ на улыбку матери, когда он повторяет виденное движение — это начало его социальности [12].

Следует сказать, что словосочетание «социальная реклама» произошло от англ. Social Advertising, и в переводе означает привлечение интереса к существенным проблемам либо явлениям. Это одна из разновидностей рекламы, цель которой кроется в смене моделей социального поведения. Другими словами, это форма неличностного представления, способ распространения социальных идей среди общества. Они в свою очередь должны способствовать гуманизации социума в целом и в покорении новых вершин, обладающих полезностью с точки зрения общественного быта.

Социальная реклама обладает важной стратегической задачей, суть которой кроется в смене поведенческой модели социума, в создании совершенно новых и непростых ценностей. Объектом такого типа рекламы считается «социальный продукт». Он может быть представлен в осязаемом и неосязаемом виде. К таким продуктам чаще всего относят идеи, отношения, а также ценности. Все они должны повлиять на изменение в сознании граждан, а также массовом поведении [11].

Можно привести много примеров социальной рекламы, в которой используются собаки-актёры. Например, минутный ролик в защиту бездомных собак с титром «Они для вас страница в жизни, а вы для них — целая жизнь». Где показана история, в которой

женщина отвозит старую собаку на машине за город и оставляет её там на произвол судьбы.

Или ролик, собравший более 6 млн просмотров во всём мире, от аргентинского фонда трансплантации. Ролик призывает стать донорами органов по завещанию. По сюжету у собаки умирает хозяин. Пёс ждёт хозяина у дверей больницы, но его всё нет. Позже из клиники выезжает на инвалидной коляске женщина, в которой пёс признает своего нового владельца...

Интересным эффектом социально-психологического плана, на наш взгляд, является формирование средствами кино и телевидения «моды» на разные породы собак, в результате чего одни из них резко увеличивают свою численность, однако потом могут сойти на нет.

В качестве примера можно привести художественные сериалы с участием собак. Так, главный персонаж киноленты «Лесси» — шотландская овчарка, роль которой исполняли разные животные этой породы. В результате трансляции этого сериала интерес к данной породе мгновенно возрос. Многие зрители пожела-ли приобрести именно шотландских овчарок, мало приспособленных к содержанию в малогабаритных городских квартирах. Спрос породил предложение, заводчики собак массово разводили животных, подчас не самого лучшего экстерьера. В результате порода потеряла былую привлекательность, начала резко сокращаться её численность. Сейчас шотландские овчарки относительно редки в городах.

Та же история происходит сейчас с породой Джек Рассел терьер — героем популярного фильма «Маска» и многочисленных рекламных и социальных роликов.

Важно, что привлечение интереса в животным, находящимся на грани исчезновения, средства массовой информации подарили шанс на восстановление численности популяции. И пусть с трудом можно назвать «домашними» такие виды животных, как большая или красная панда, сохранение этих животных в природной среде имеет широкий общественный резонанс, объединяя для решения проблемы сохранения видов множество людей во всём мире.

Важный эффект, возникающий при контактном общении людей с домашними животными, чаще всего отмечаемый самими владельцами, — сплачивание всей семьи. Нередко домашние питомцы привлекаются для создания внутрисемейных «коалиций», в качестве средства воздействия одних членов семьи на других, служа своеобразным «громоотводом» для отрицательных эмоций.

Другой пример — формирование интернет-сообществ на основе притягательности образов того или иного домашнего питомца, обмен фото- и видеоматериалами, посвящёнными домашним питомцам. Устоявшимся интернет-явлением стали так называемые котоматрицы — фотоизображения домашних кошек с забавными или поучительными подписями. Эти подборки фотографий пользуются популярностью не только среди любителей кошек, но и у других интернет-пользователей, далёких от содержания домашних питомцев.

Объединение по признаку общих интересов привело к распространению и возрастанию социальной роли сообществ любителей и спасателей животных, которые помогают устроить в семьи беспородных и бездомных питомцев.

Однако существуют объединения и прямо противоположные по своей деятельности. Так называемые догхантеры — целая сетевая субкультура, сформировавшаяся во второй половине 2000-х годов, сетевое сообщество сопротивления деятельности борцов за права и свободу бездомных собак и радикальных зоозащитных движений. Это группа граждан, объединённая принципиальной ненавистью к бездомным собакам как к явлению. Деятельность догхантеров неоднозначно оценивается в обществе как с этической, так и с правовой точек зрения. Различные аспекты деятельности догхантеров вызывают как положительные, так и отрицательные оценки в обществе. По данным социологического опроса Фонда общественного мнения, проведённого в январе 2013 года, догхантеров поддерживают 9% жителей России, 72% не поддерживают, 19% не определились с мнением по данному вопросу [2].

Домашние животные часто наравне с членами семьи (если не чаще) становятся объектами видеосъёмки.

Особой популярностью в Интернете пользуются социальные сети любителей и владельцев домашних животных, например Petonik.com, lai-mik.ru, paws.ru и многие другие. Такие сети позволяют не только обмениваться фото и роликами питомцев, налаживать контакты между заводчиками, но организовывать совместный досуг с участием домашних любимцев.

Интересно, что видеозаписи реальных случаев межвидового взаимодействия человека с домашними животными дали дополнительную возможность исследователям фиксировать необычное («социальное») и сложное адаптивное поведение домашних животных, особенности которого ждут своего объяснения как со стороны зоопсихологов и этологов, так и социальных психологов. При этом речь не только о «социальных» проявлениях в поведении домашних животных, но и о нехарактерных изменениях, которые происходят в плане психического развития у собак.

Чтобы изучить содержание многочисленных сюжетов, связанных с «социальным» эффектом взаимодействия человека и животных, мы создали тематическую страницу в социальной сети Facebook [18], где для начала просто фиксировали найденные и подходящие по тематике видеоролики, а затем стали давать комментарии к ним в форматах уточнения, объяснения, а также информации к размышлению, постепенно расширив функции этого ресурса до учебно-информационного портала для студентов-психологов.

В процессе просмотра и осмысления многочисленных сюжетов мы обнаружили, что в некоторых видеороликах достоверно зафиксированы нехарактерные для собак проявления перцептивных особенностей развития психики в поведении. Например, некоторые свидетельствуют о том, что домашние собаки узнают себя и своего хозяина в зеркале.

Так, в одной из публикаций в сети Facebook на странице, посвящённой вопросам межвидового взаимодействия, хозяин домашнего питомца породы Джек Рассел терьер по кличке Диана комментирует именно такой случай. Диана не только видит себя в зеркале, но и узнаёт своих хозяев. С чем связано проявление именно у Дианы признаков абстрагирования и перцепции, характерной для разумных существ, сказать сложно, можно только предполагать.

Интересно, что эта собака реагирует на руку хозяина в отражении, которая «тянется» к её собственному отражению, и когда собака видит критическое приближение руки в отражении к её телу, она реагирует эмоционально, оборачиваясь и игриво огрызаясь. Из последнего можно заключить, что собака не воспринимает «руку» как какую-либо опасность, она реально абстрагирует данный объект как руку своего хозяина, не опасный предмет, вступая в игру, инициированную хозяином.

Наблюдая за поведением собаки Дианы, которая смотрит в зеркальное отражение, можно видеть, что она сравнивает объекты («отражение хозяина» и «реальный хозяин»). Собака смотрит в зеркальное отражение, анализируя, как следует предположить, и выражение лица, и позы, и движения человека в зеркале, после чего оборачивается и смотрит на реальный (не зеркальный) объект. Следует предположить, что собака понимает (отражает) этот объект как идентичный зеркальному, являющийся прямым «продолжением» «зеркальной действительности», или, возможно, отражением этой действительности.

На самом деле все собаки способны к обобщению и ассоциативному мышлению, но лишь немногие особи смотрят в зеркала и видят себя (в зоопсихологических исследованиях такое поведение описывается как характерное для семейства слоновых, дельфиновых, гоминид, но никак не для псовых). И в действительности среди собак такие случаи крайне редки (из опыта собственных наблюдений за разными породами собак, большинство из которых к зеркальному отражению равнодушны). Однако описанный выше случай реален.

В качестве объяснения такому поведению сам хозяин склоняется к мысли о том, что на протяжении совместной с человеком жизни данная особь была неоднократно поставлена перед необходимостью жить с разными хозяевами, находящими или в родственных, или в дружеских отношениях. Возможно, такие ситуации (вынужденного выбора того или иного стиля поведения с разными хозяевами) и послужили дополнительным стимулом для формирования усложнённых форм адаптивного поведения («социального», в плане необходимости общения с разными людьми, от которых собака находится в жизненной зависимости).

Известный зоопсихолог Н.Н. Мешкова даёт некоторые объяснения описанному феномену в своей работе «Собаки и городской транспорт», правда, на примере бездомных собак. Описываются случаи формирования сложнейшего адаптивного поведения бездомных собак, которые в прямом смысле слова пользуются наземных и подземных транспортом для

передвижения по городу. По мнению автора, есть все основания говорить, что «происходит постепенное увеличение адаптационных возможностей собак, обитающих в современном городе на свободе, подобно тому, как это установлено для диких животных, также приспособившихся к обитанию в урбанизированной среде...» [7].

Речь, несомненно, об особях более сообразительных от природы, с более уравновешенной нервной системой, быстрее обучающихся, в том числе и путём наблюдения и за сородичами, и за людьми! У городских собак психическое развитие зависит от их взаимодействия с социальной городской средой, «и чем более сложны и разнообразны эти связи, тем более развита психика животных...» [7].

Удивительный случай описывает автор, которая «стала свидетелем попытки крупной дворняги воспользоваться маршрутным такси. На остановке автобуса № 59, который ходит с интервалами по 40–50 минут, стояла толпа, и, как только подъехало маршрутное такси, люди стали садиться. В очередь встал и пёс. С лёгкостью он запрыгнул в салон и сразу прошёл назад. Пассажиры не возражали, но на его беду стали громко обсуждать этот факт. Водитель услышал и быстро выгнал собаку из салона. Пёс не сопротивлялся и, оказавшись опять на улице, зашёл под навес и скромно улёгся там под лавкой, видимо, в ожидании следующей оказии» [7].

Следует предположить, что и в случае с домашней Дианой речь может идти о высоком уровне не только адаптивных, но и интеллектуальных возможностей данной особи, о её необычайной сообразительности, а также о большом «социальном опыте» (13 лет) контактного общения (коммуникативного и интерактивного межвидового взаимодействия) в группе «человек — домашнее животное» с «выходом» на более высокий его уровень.

И здесь необходимо говорить о своеобразном «социальном симбиозе», который складывается и существует долгие годы между человеком и домашним животным. При этом именно человек ищет общения с питомцем, пробуждая его к коммуникативному и интерактивному взаимодействию, что в свою очередь способствует психическому развитию домашнего питомца «на повышенном уровне». Ежедневное взаимодействие (игра, кормление и уход) носит характер диалога. Такой «разговор» человека с животным в конце концов превращается в привязанность. Человек субъективизирует (переносит на животное) свои свойства и способности слушать, понимать, быть внимательным, ласковым и др. В таких случаях, когда «антропоморфизация» (в контексте нашей проблемы — уподобление животного человеку) всё более и более завладевает сознанием и подсознанием человека, едва ли не возникает «культ поклонения животному» («зоолатрия»). Человек начинает относиться к животному так, как если бы это был человек: животному разрешается лежать на диване и на кровати хозяина, его частенько кормят из тарелки, взяв на руки за стол, где сидят люди. В некоторых случаях животное спит с хозяином в одной постели [6].

О возникновении в процессе совместной жизнедеятельности человека с домашним животным таких форм взаимодействий, когда возникает их психическая и психологическая общность, говорят и другие исследователи-психологи, например в сфере межвидовой коммуникации.

Такая психическая общность объединяет человека и животное в единого, совокупного субъекта совместной психической активности по отношению друг к другу. Домашние животные могут становиться «заемщиками» личностных привязанностей человека к другим людям. Наделяя питомцев «человеческими» чертами, люди, испытывающие дискомфорт от общения с другими людьми, подчас восполняют эмоциональную брешь. Так, одинокие люди часто ведут ежедневные беседы с попугаями, выясняют отношения с кошками и т. д. В процессе тесного совместного существования в рамках городской квартиры человек ожидает от животного исполнения роли домашнего любимца, которую каждый член семьи может определять по-своему. Между ролевыми ожиданиями членов семьи от собаки возникает несоответствие. Животное, в свою очередь, в зависимости от своих характерологических особенностей и мотивации в борьбе за статус, может соответствовать или не соответствовать ролевым ожиданиям владельцев. В случае несоответствия поведения собаки ролевым ожиданиям владельцев последние неадекватно формируют алгоритм взаимодействия с животными. Неадекватные ожидания владельцев, их незнание видотипичных механизмов поведения, антропоморфизм в отношении домашних питомцев могут приводить к тому, что животное начинает проявлять девиантное, с точки зрения хозяев, поведение. И лишь анализ отношений в системе «человек – собака» позволяет формировать адекватные отношения и эффективное взаимодействие между ними [8, 9].

Замечено, что на способность собаки общаться с хозяином сильно влияют условия её детства. Если определённый период жизни щенка проведёт без людей, то он не сможет наладить с человеком контакт, как обычная собака. Если этот же период питомец находится только с людьми, не играя с сородичами, то у него не сформируется нормальное поведение для его вида и он не сможет общаться с другими собаками. Этот период называется периодом социализации, и он продолжается примерно от 4 до 12 недель. Даже неделя в течение этого периода, проведённая в изоляции от сородичей или людей, оказывает влияние на будущее поведение и характер собаки. Однако нормально выращенная собака во взрослом состоянии способна привязываться к человеку очень быстро. Три дня подряд люди брали собак из приюта на короткую прогулку, и этого оказалось достаточно для образования привязанности [17, с. 115, с. 423–431].

В указанных исследованиях изучается межвидовое взаимодействие человека и домашнего животного, которое происходит в рамках семьи как в малой группе. И, по мнению авторов, это взаимодействие строится не иначе как в соответствии с моделями, принятыми в социальной психологии.

Далее, следует отдельно сказать о случаях трансформации межвидовых взаимодействий в контексте «утилитарно-социальных» взаимоотношений (например, случаи с охранными собаками, собаками-поводырями и др.) и соответствующих социально значимых эффектах такого взаимодействия, которое происходит на уровне не только привязанности, но и эмоциональной зависимости.

Эффекты, связанные с собаками и психологически объединяющие людей, можно наблюдать время от времени. Вспомним недавний случай, широко представленный в разных средствах массовой информации, когда в августе 2015 года принадлежащую слепой аспирантке МГУ им. М. В. Ломоносова собаку по кличке Диана украли у метро «Профсоюзная». Друзья хозяйки лабрадора Юлии Дьяковой написали об этом в блогах и социальных сетях. В течение недели волонтеры активно искали Диану. В Интернете появились фотографии предполагаемой похитительницы. Очевидцы сообщали, что эта женщина с собакой села на Павелецком вокзале на электричку, следующую в Домодедово. История попала в средства массовой информации и не оставила равнодушными очень многих. Даже глава Следственного комитета Александр Бастрыкин лично пообещал помощь в поисках собаки. Благодаря всем неравнодушным животное вскоре было найдено и возвращено хозяйке.

В заключение следует сказать о воспитательных и образовательных эффектах взаимодействия человека и домашних животных.

С одной стороны, может показаться, что психолого-педагогическая сторона проблемы (общения с животными в дошкольных учреждениях, в школе, внешкольных организациях) хорошо изучена. Большое количество работ посвящено этим вопросам, защищено огромное количество диссертационных исследований.

Действительно, вряд ли, например, у педагогов и/или психологов вызовет сомнение то, что в учреждении дополнительного образования или в младшей школе «живой уголок», а также непосредственное общение с животными в домашних условиях выполняют важнейшие и воспитательные, и развивающие функции в личностном становлении ребёнка. Непосредственное общение с природой вообще и с домашними животными в частности в среднем и старшем школьном возрасте также принципиально в контексте учебно-познавательном и воспитательном.

Сегодня экологическое образование и воспитание, в основе которого лежат идеи специальной организации социально и психологически значимого взаимодействия человека и природных объектов, не только прочно вошло в непрерывный педагогический процесс, но и активно развивается на разных его уровнях и этапах, в том числе на уровне профессионального образования.

С другой стороны, есть и такие моменты, которые ещё предстоит осмыслить в теории и воплотить в соответствующих воспитательных и образовательных технологиях. На наш взгляд, для организации эффективного воспитательного и образовательного процесса в современных образовательных учреждениях важно

организовать не непосредственное взаимодействие учащихся с животными (это сложно, а зачастую невозможно), а взаимодействие косвенное, опосредованное, с выходом на сторону «эффектную». Важно актуализировать проблему такого взаимодействия, включая учащихся в самые разные виды учебной и познавательной активности, связанной с этой проблемой, акцентируя внимание на её социальной и личностной значимости. Всё это может и будет способствовать развитию познавательной мотивации учащихся и активизировать их к учебной деятельности.

Так, например, в цикле зоопсихологической (и/или социально-психологической) подготовки будущего психолога можно обозначить и реализовать одну из таких предметных областей, которая лежит в сфере социально-психологических и эколого-психологических исследований взаимодействия человека и домашних животных. Включение студентов на аудиторных занятиях в реальное контактное взаимодействие с домашними животными не представляется возможным. Однако учебного и познавательного эффекта от такого взаимодействия можно достичь опосредованным путём, при осмыслении (рефлексии) учащимися реальных случаев такого взаимодействия из их прошлого и/или настоящего индивидуального опыта в процессе выполнения тех или иных учебно-практических заданий.

Наш опыт показывает, что такое приложение проблемы в учебном процессе действительно вызывает интерес у студентов-психологов, более того, оно востребовано ими, а работа с этой проблематикой, пусть даже в формате «косвенного межвидового взаимодействия», постепенно, но эффективно пробуждает интерес к психологии вообще, а в итоге к познанию её фундаментального значения для собственного личностного и профессионального роста.

Так, один из вариантов такого осмысления может быть представлен в индивидуальной письменной работе (эссе) по итогам анализа учащимися информации, собранной на странице Ecological Anthropology (учебно-информационный портал для студентов-психологов [18]), и опыта собственных наблюдений реальных случаев межвидового взаимодействия в группе «человек — домашнее животное».

Социально-психологическое («эффектное») проблемное поле таких работ может заключаться:

– в *первом* случае в следующих аспектах: животное как «лучший друг» человека; как любимое существо; как источник опыта общения; как средство компенсации нехватки общения; как средство социальной реабилитации человека, попавшего в трудное положение (потеря родителей, «выпадение» из привычного социума, травмы, потеря трудоспособности и т.п.) или экстремальную жизненную ситуацию (крупные аварии, катастрофы, резкие изменения климата, жизненной среды обитания, вооружённые конфликты);

– во *втором*: межвидовое взаимодействие человека с домашним животным как детерминанта и средство самообразования и самовоспитания, как мотиватор познавательной (в том числе учебной, исследовательской) деятельности человека, как фактор формирования и развития личности человека в целом

(например, болезнь питомца как фактор нравственного развития и самовоспитания, формирования опыта поиска выхода из трудной ситуации и т.п.);

– в *третьем*: анализ взаимоотношений в системе «дети — родители»: сравнение психологического климата семьи, где есть какое-либо животное (собака, кошка, хомяк, попугай и т.д.), и семьи, где животного нет; зависимость «благоприятности — неблагоприятности» семейной обстановки от наличия домашнего животного; изменение проблемной ситуации в семье с появлением в доме питомца; животное как компенсатор детской гиперактивности; животное как фактор улучшения взаимопонимания между поколениями и т.п.;

– в *четвёртом*: анализ взаимоотношений в системе «супруг — супруг»: сравнение уровня конфликтности в семьях, где есть животное и где его нет; формы взаимодействия человека с животным в профилактике семейных конфликтов (общение, игра, «беседа» и т.п.); питомец как фактор преодоления ситуации разобщения в семье и т.п.;

– в *пятом*: особенности взаимодействия человека с животным в профилактике психологических (детская и подростковая агрессия, потеря жизненных ориентиров, асоциальное поведение), нервно-психических (раздражительность, агрессивность, гиперактивность, дислексия) и психических расстройств, способствующих различным вариантам асоциального развития человека (аутизм, психопатия, шизофрения); взаимодействие человека с животным в профилактике психофизиологических расстройств (стресс, эмоциональное перенапряжение, аффект и т.д.).

Подводя итог, заметим, что исследование феноменов и эффектов межвидового взаимодействия «человек — домашнее животное» в контексте социальной этологии и/или социальной психологии есть перспективное и в теоретическом, и в прикладном аспектах. Оно практически значимо и востребовано в самых разных сферах индивидуальной социальной активности и жизнедеятельности человека, а также социальных групп. Это и сфера развития семейных и детско-родительских отношений; и вопросы асоциального развития личности в силу различных факторов (социальных и индивидуально-личностных); и направления развития средств массовой информации (например, социальная реклама на телевидении и в печати), художественной литературы и кино; проблемы социально значимого (как в позитивном, так и в негативном плане) общения в социальных сетях (коммуникация посредством обмена видеороликами и др. информации) и ряда других. Эта проблематика важна и для исследований в сфере развития системы образования и воспитания человека, где социально-психологическая сторона как непосредственного, так и косвенного контакта становящейся личности с животными и с природой, несомненно, оказывает существенное влияние и в целом способствует её социализации на основе развития разных её сфер (когнитивной, коммуникативной, эстетической, нравственной, эмоциональной, волевой).

ССЫЛКИ

[1]. 10 примеров гнусной рекламы с собаками или наша петиция ко всем креативным маркетологам. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dogtales.ru/?p=9420> (дата обращения 22.11.2015).

[2]. *Аграновский Д.* Догхантеры и общество: всё на благо человека. [Электронный ресурс]. URL: http://rapsinews.ru/incident_publication/20130130/266245286.html (дата обращения 22.11.2015).

[3]. *Базаркина И.Н., Донцов Д.А., Донцова М.В., Сокур-ренко М.Б.* Социально-психологические эффекты общения, влияние их на взаимодействие и применение их в обучении. [Электронный ресурс]. URL: <http://novainfo.ru/archive/16/effekt-obshcheniya> (дата обращения 23.11.2015).

[4]. *Криволапчук Н.Д.* Прикладная психология домашней собаки. Учебное пособие. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2008. [Электронный ресурс]. URL: http://samlib.ru/g/gorbunkow_s_s/acad_sequestered.shtml (дата обращения 20.11.2015).

[5]. *Лоренц К.* Человек находит друга. М.: РИМИС, 2013. 496 с.

[6]. *Маслова Н.В.* Компенсаторные психические комплексы. [Электронный ресурс]. URL: <http://econet.ru/articles/66074-kompensatornye-psihicheskie-kompleksy> (дата обращения 20.11.2015).

[7]. *Мешкова Н.* Собаки и городской транспорт. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nkj.ru/archive/articles/4330/> (дата обращения 22.11.2015).

[8]. *Никольская А.В.* Экопсихологическая модель межвидового взаимодействия человека с домашними животными. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.twirpx.com/file/685570/> (дата обращения 09.03.2015).

[9]. *Панов В.И.* Экопсихологические взаимодействия: виды и типология // Социальная психология и общество. 2013. № 3. С. 13–28.

[10]. Собака в рекламе. [Электронный ресурс]. URL: <http://dogbook.ru/dogs/sobaka-v-reklame> (дата обращения 22.11.2015).

[11]. Социальная реклама. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.markint.ru/socialnaya-reklama/> (дата обращения 23.11.2015).

[12]. *Тард Г.* Законы подражания. М.: Академический проект, 2011. 304 с.

[13]. *Шукова Г.В.* Социально-психологические аспекты межвидового взаимодействия человека и домашних животных // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2015. Т. 4, вып. 1(13). С. 83–86.

[14]. *Шукова Г.В.* Межвидовое взаимодействие человека: итоги и перспективы исследования // Ученые записки ЗабГУ. 2013. № 5(52). С. 103–110.

[15]. *Шукова Г.В., Григорьева М.И.* Некоторые психологические особенности человека как субъекта межвидового взаимодействия // Ученые записки ЗабГУ. 2014. № 5 (58). С. 99–109.

[16]. Эффекты социально-психологические // Кондратьев М.Ю., Ильин В.А. Азбука социального психолога-практика. М.: ПЕР СЭ, 2007. 464 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/894/word/yefekty-socialno-psihologicheskie> (дата обращения 23.11.2015).

[17]. *Collis G.M., McNicholas J., Morley I.E.* Can pet-person «attachment» explain the beneficial effects of owning pets? // Int. Congress on Applied Ethology. Berlin, 1993.

[18]. Ecological Anthropology. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/ecoanthropology/> (дата обращения 22.11.2015).

EFFECTS OF THE INTERSPECIFIC INTERACTIONS IN THE GROUP «HUMAN — PET»: IN ASPECTS OF BEHAVIORISM AND PSYCHOLOGY

Alexander V. Gagarin, Ed.D., Professor, Chair of Acmeology and Professional Psychology, Faculty of Psychology, Institute of Social Science of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; e-mail: gagarin-av@ranepa.ru.

Sergey O. Novikov, Journalist, Applied Zoopsychologist, Intern, Chair of Acmeology and Professional Psychology, Faculty of Psychology, Institute of Social Science of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; e-mail: guslja@mail.ru.

ABSTRACT

The article reveals the features of interspecific interaction «Human — Pet» in aspects of behaviorism and psychology. It is shown, that this direction is promising in the theoretical and applied aspects. This is significant for the study of individual social activity and of human life, as well as social groups. There are identified promising areas of research of the phenomenon and/or effect of the pointed out interaction, appearing, in particular, in: the development of family and child-parent relations; the asocial individual development under the influence of various factors (social and individual personality); various directions of mass media development (social advertising on television and in print), fiction and the cinema; positive and negative communicating in social networks (communication through video sharing, etc.). It is shown that this topic is important for researches in education and upbringing. Direct and indirect contact of a trainee with natural objects contributes to the development of different spheres of his personality (cognitive, communicative, esthetic, moral, emotional, strong-willed).

Key words: interspecies interaction between humans and animals, social ethology of animals, socio-psychological group «Human — Pet», behavioral and psychological effects of interspecific interactions.

REFERENCES

[1]. 10 primerov gnusnoj reklamy s sobakami ili nasha peticija ko vsem kreativnym marketologam [10 examples of nefarious advertising dogs or our petition to all creative

marketers]. Available at: <http://www.dogtales.ru/?p=9420> (accessed 22 November 2015).

[2]. *Agranovskij D.* Doghantery i obshhestvo: vse na blago cheloveka [Doghantery and society: all for the benefit of man.]. Available at: http://rapsinews.ru/incident_publication/20130130/266245286.html (accessed 22 November 2015).

[3]. *Bazarkina I. N., Doncov D. A., Doncova M. V., Sokurenko M. B.* Socialno-psihologicheskie jeffekty obshhenija, vlijanie ih na vzaimodejstvie i primenenie ih v obuchenii [Socio-psychological effects of communication, the impact of their interactions and their application in teaching]. Available at: <http://novainfo.ru/archive/16/effekt-obshcheniya> (accessed 22 November 2015).

[4]. *Krivolapchuk N. D.* Prikladnaja psihologija domashnej sobaki. Uchebnoe posobie. [Applied psychology of the domestic dog. Tutorial]. Rostov-na-Donu: «Feniks», 2008. Available at: http://samlib.ru/g/gorbunkow_s_s/acad_sequestered.shtml (accessed 22 November 2015)

[5]. *Lorenc K.* Chelovek nahodit druga [Man finds a friend]. Moscow, RIMIS, 2013. 496 p.

[6]. *Maslova N. V.* Kompensatornye psihicheskie kompleksy [Compensatory mental complexes]. Available at: <http://econet.ru/articles/66074-kompensatornye-psihicheskie-kompleksy> (accessed 22 November 2015)

[7]. *Meshkova N.* Sobaki i gorodskoj transport [Dogs and urban transport]. Available at: <http://www.nkj.ru/archive/articles/4330/> (accessed 22 November 2015).

[8]. *Nikolskaja A. V.* Jekopsihologicheskaja model mezhvidovogo vzaimodejstvija cheloveka s domashnimi zhivotnymi [Ecopsychological model of interspecific interaction of a person with pets. Available at: <http://www.twirpx.com/file/685570/> (accessed 22 November 2015).

[9]. *Panov V. I.* Jekopsihologicheskie vzaimodejstvija: vidy i tipologija [Ecopsychological interaction: types and typology]. Socialnaja psihologija i obshhestvo [Social Psychology and the society], 2013, no. 3, p. 13–28.

[10]. Sobaka v reklame [The dog in advertisements]. Available at: <http://dogbook.ru/dogs/sobaka-v-reklame> (accessed 22 November 2015).

[11]. Socialnaja reklama [Social advertising]. Available at: <http://www.markint.ru/socialnaya-reklama/> (accessed 22 November 2015).

[12]. *Tard G.* Zakony podrazhanija [Laws of imitation]. Moscow, Akademicheskij proekt, 2011, 304 p.

[13]. *Shukova G. V.* Socialno-psihologicheskie aspekty mezhvidovogo vzaimodejstvija cheloveka i domashnih zhivotnyh [Socio-psychological aspects of interspecific interaction between humans and domestic animals]. Izv. Sarat. un-ta. Nov. ser. Ser. Akmeologija obrazovanija. Psihologija razvitija. [Acmeology of education. Development psychology.], 2015, T. 4, no. 1(13), pp. 83–86.

[14]. *Shukova G. V.* Mezhvidovoe vzaimodejstvie cheloveka: itogi i perspektivy issledovanija [Interspecies interaction: results and prospects of research]. Uchenye zapiski ZabGU [Scientists note ZabGU], 2013, no. 5(52), pp. 103–110.

[15]. *Shukova G. V., Grigor'eva M. I.* Nekotorye psihologicheskie osobennosti cheloveka kak subjekta mezhvidovogo vzaimodejstvija [Some psychological characteristics of the person as a subject of interspecific interactions]. Uchenye zapiski ZabGU [Scientists note ZabGU], 2014, no. 5(58), pp. 99–109.

[16]. Jefferkty social'no-psihologicheskie [Socio-psychological effects]. Kondrat'ev M. Ju., Ilyin V. A. Azbuka socialnogo psihologa-praktika. [Abc social psychologist-practice]. Moscow, PER SJe, 2007. 464 p. Available at: <http://vocabulary.ru/dictionary/894/word/yefekty-socialno-psihologicheskie> (accessed 23 November 2015).

[17]. *Collis G. M., McNicholas J., Morley I. E.* Can pet-person «attachment» explain the beneficial effects of owning pets? Int. Congress on Applied Ethology. Berlin, 1993.

[18]. Ecological Anthropology. Available at: <https://www.facebook.com/ecoanthropology/> (accessed 22 November 2015).