

УДК 378.14:316.77
ББК 74.484:60.524.224.5

Demushina Olga Nikolaevna,
candidate of sociology, associate professor,
department of linguistics and intercultural communication,
Volgograd branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: olga-demushina@yandex.ru

Semikina Yulia Gennadyevna,
candidate of philology, associate professor,
Department of Linguistics and Intercultural Communication,
Volgograd branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: semikinajulia@yandex.ru

Semikin Dmitriy Viktorovich,
candidate of geography, associate professor
department of accountancy, analysis and audit,
Volgograd branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: semikindv@yandex.ru

Tomareva Irina Gennadiyevna,
candidate of pedagogy, associate professor,
department of linguistics and intercultural communication,
Volgograd branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: tomareva@bk.ru

Maryanina Lidia Anatolyevna,
senior lecturer,
department of linguistics and intercultural communication,
Volgograd branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: lida.maryanina@yandex.ru

Демущина Ольга Николаевна,
канд. социол. наук, доцент кафедры
лингвистики и межкультурной коммуникации
Российской Академии Государственной Службы
при Президенте Российской Федерации
(Волгоградский филиал),
г. Волгоград,
e-mail: olga-demushina@yandex.ru

Семикина Юлия Геннадьевна,
канд. филол. наук, доцент кафедры
лингвистики и межкультурной коммуникации
Российской Академии Государственной Службы
при Президенте Российской Федерации
(Волгоградский филиал),
г. Волгоград,
e-mail: semikinajulia@yandex.ru

Семикин Дмитрий Викторович,
канд. геогр. наук, доцент
кафедры учета, анализа и аудита
Российской Академии Государственной Службы
при Президенте Российской Федерации
(Волгоградский филиал),
г. Волгоград,
e-mail: semikindv@yandex.ru

Томарева Ирина Геннадьевна,
канд. пед. наук, доцент кафедры
лингвистики и межкультурной коммуникации
Российской Академии Государственной Службы
при Президенте Российской Федерации
(Волгоградский филиал),
г. Волгоград,
e-mail: tomareva@bk.ru

Марьянина Лидия Анатольевна,
старший преподаватель кафедры
лингвистики и межкультурной коммуникации
Российской Академии Государственной Службы
при Президенте Российской Федерации
(Волгоградский филиал),
г. Волгоград,
e-mail: lida.maryanina@yandex.ru

ФОРМИРОВАНИЕ У СТУДЕНТОВ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ НАВЫКОВ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ МАНИПУЛЯТИВНЫМ СТРАТЕГИЯМ СМИ

FORMATION OF SKILLS OF COUNTERSTAND TO MANIPULATIVE STRATEGIES USED IN MEDIA OF THE RUSSIAN UNIVERSITIES STUDENTS

13.00.08 – Теория и методика профессионального образования
13.00.08 – Theory and methodology of vocational education

В статье рассматривается проблема формирования у студентов современных вузов навыков противодействия манипулятивным стратегиям, используемым в СМИ. Исследования, посвященные этой проблеме, имеют комплексный характер и находятся на стыке нескольких наук (социологии, политологии, лингвистики и педагогики). Авторы полагают, что противодействие манипулятивным стратегиям поможет препятствовать созданию социальных мифов. Авторы

выявили степень воздействия СМИ на сознание молодого поколения, обосновали необходимость использования наиболее эффективных способов сопротивления стратегиям манипуляции общественным мнением и разработали стратегию формирования у студентов навыков такого противодействия.

The article examines the problem of formation of the students' skills of counterstanding to manipulative strategies used

by mass-media. Studies on this problem are complex; they are at the junction of several sciences (Sociology, Political Sciences, Linguistics and Pedagogics). The authors believe that the counterstand to manipulative strategies will help to prevent social myths creation. The authors characterized exposure level of media on the minds of young generation, justified the most effective way of counterstanding to the strategies of public opinion manipulation, and developed a strategy of formation of the students' skills of counterstanding to manipulative strategies.

Ключевые слова: навыки, процесс обучения, СМИ, манипулятивные стратегии, общественное мнение, манипулятивный потенциал, информационное общество, результаты эмпирического исследования, ценностный ориентир, процесс формирования навыка, педагогическое воздействие, вуз.

Keywords: skills, educatory process, mass-media, manipulative strategies, public opinion, manipulative opportunities, information society, empirical findings, value orientation, skill shaping, pedagogical influence, higher education institution.

В настоящее время как российские, так и западные СМИ активно используют манипулятивные стратегии с целью формирования общественного мнения. Молодое поколение, не получившее навыков различения манипулятивных стратегий и противодействия им, оказывается беззащитным и уязвимым в процессе восприятия недобросовестно представляемой информации. Вследствие этого все более актуальными становятся исследования, посвященные осмыслению способов активного или пассивного противостояния манипулированию общественным мнением. Работы, посвященные этой проблеме, должны носить комплексный характер и находиться на стыке нескольких наук (социологии, политологии, лингвистики и педагогики). Исследование проблемы с позиции педагогики представляется **актуальным**, поскольку именно в процессе получения высшего образования студенты не только получают знания, но и формируют представления о роли молодого поколения в жизни общества. В сфере педагогики тема манипуляции сознанием молодежи практически не исследована. Ряд ученых рассматривал предпосылки, технологии и механизмы манипулятивного поведения (О. Connor, S. Langston, О. Шостром), манипуляции в педагогическом общении (О. Шостром, Л. И. Рюмшина, А. И. Тарелкин), возрастные особенности манипуляторов (D. Domelsmith, A. Kidd, R. Kraut). Однако до сих пор не было попыток комплексного исследования манипулятивного воздействия СМИ на сознание молодежи и выработки системы мер по формированию у молодого поколения навыков сопротивления технологиям манипулирования. Данная статья в некоторой степени восполнит этот пробел и внесет вклад в понимание проблемы формирования у студентов навыков противодействия манипулятивным стратегиям, используемым в СМИ.

Цель статьи – рассмотреть проблему формирования у студентов российских вузов навыков противостояния формам воздействия на сознание людей и наметить стратегию работы преподавателей гуманитарного цикла по формированию у студентов навыков сопротивления манипулятивным технологиям.

Для решения поставленной цели необходимо решить ряд **задач**:

– выявить степень воздействия СМИ на сознание молодого поколения (студентов);

– установить, насколько молодежь осведомлена в вопросах использования основных форм манипулятивных стратегий, применяемых в СМИ.

Методологическую основу исследования составляют принципы и положения системного, структурно-функционального и сопоставительно-типологического подходов.

Важным методологическим ориентиром в настоящем исследовании служат работы Е. В. Ануфриевой, Е. Г. Ефимова, И. А. Небыкова [1, с. 311], П. Бергера, Б. В. Бирюкова [2], Бурдые.

Например, Е. В. Ануфриева, Е. Г. Ефимов, И. А. Небыков полагают, что «процесс внедрения любой технологии может быть описан через процесс взаимодействия различных социальных групп, среди которых можно выделить государство как группу чиновников, имеющих отношение к данному вопросу, СМИ как институт, формирующий общественное мнение и находящийся в нашей стране под большим влиянием государства, разработчиков технологии, то есть владельцев и менеджеров ресурсов, а также преподавателей и учащихся» [1, с. 314].

Особый интерес представляют труды В. А. Буряковской [3, с. 255], Б. А. Грушина [4, с. 10], Г. Дебор [5], М. Кастельса, Е. А. Смирновой [6, с. 85].

В. А. Буряковская в своем исследовании отмечает: «Массовая коммуникация носит двусторонний характер: с одной стороны, это отправитель информации, адресант, выразителем которого являются создатели текстов СМИ, а с другой – это адресат, то есть массовая аудитория зрителей, слушателей, читателей, пользователей Интернета» [3, с. 256].

Для формирования методов противодействия манипулятивным стратегиям СМИ было проведено эмпирическое исследование, выявляющее степень их воздействия на студентов, а также реакцию молодежи на это воздействие. В рамках исследования было опрошено 288 студентов, представителей волгоградских вузов в возрасте 18–22 лет. Распределение по полу: мужской – 144, женский – 144.

Наблюдения позволяют сделать вывод, что за последние годы аудиовизуальные СМИ по популярности во много раз превосходят традиционные массмедиа, но уступают Интернету. Особенно это относится к молодежной аудитории, для большинства представителей которой Всемирная паутина является самым востребованным средством коммуникации. По результатам опроса волгоградские студенты в качестве основного источника информации почти единодушно выбрали Интернет (87%), на втором месте по степени популярности оказалось телевидение (11%).

Результаты опроса показывают, что часть студентов интересуется публикациями на политические темы: 43% опрошенных признались, что делают это редко, 28% – часто, 15% – регулярно. Лишь 11% респондентов вообще не читают сообщения, посвященные политическим вопросам. Стоит отметить зависимость степени интереса к политическим темам в массмедиа от возраста и пола. Среди респондентов мужского пола высока доля тех, кто читает публикации СМИ регулярно или часто (88%). Опрошенные женского пола, напротив, как правило, совсем не интересуются политической проблематикой (23%) либо делают это редко (55%). Четкую закономерность можно увидеть, анализируя ответы разных возрастных групп. Регулярно или часто просматривают сообщения на политические темы студенты старших курсов в возрасте 18–20 лет. Редко или совсем не интересуются информацией на политические темы студенты колледжа и первокурсники (16–18 лет).

Большинство опрошенных студентов критически относятся к сообщениям СМИ. Примерно три четверти респондентов полагают, что информация, предоставленная массмедиа, поступает к потребителю не в полном объеме. Половина опрошенных уверена, что информация частично замалчивается. Около 23 % полагают, что средства массовой информации искажают смысл сообщений.

Анализируя результаты опроса, можно сделать вывод о невысоком уровне доверия студентов к информации, публикуемой в СМИ. Лишь незначительный процент опрошенных (4 %) верит сообщениям массмедиа безоговорочно. Большая часть респондентов (55 %) доверяет информации частично. Почти треть опрошенных студентов подвергает сообщения жёсткой фильтрации. Этот вариант ответа чаще выбирали респонденты мужского пола, склонные более бескомпромиссно оценивать ситуацию. Таким образом, результаты опроса констатируют скептическое отношение респондентов к содержанию сообщений, транслируемых в СМИ.

Согласно полученным данным, почти все респонденты (92 %) согласны с тем, что СМИ манипулируют общественным сознанием. Большая часть из них (50 %) разделяют это утверждение частично, 42 % – согласны с ним полностью. Определенное единодушие можно наблюдать у респондентов в ответах на вопрос об источниках манипулирования. Преобладающая часть опрошенных студентов считает, что особенно часто приемы манипулирования применяет телевидение (95 %), 42 % выбрали Интернет, 24 % полагают, что наибольшим потенциалом манипулирования обладает пресса, 11 % отдали свой голос радио. В сумме получилось больше 100 процентов, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

В одном из вопросов студентам было предложено назвать пример манипулирования СМИ. Таким образом планировалось проверить понимание респондентами смысла данного термина, с одной стороны, и их осведомленность относительно этой проблемы, с другой стороны. Ответы опрошенных можно разделить на две категории: одна часть респондентов называла вид манипулирования, другая – конкретный пример.

К первой группе ответов можно отнести следующие: «умалчивание информации», «запугивание аудитории», «политическая агитация», «предоставление противоречивой информации», «настраивание аудитории против другой страны», «искажение реальности», «реклама».

Вторая группа ответов содержит конкретные примеры манипулирования СМИ, которые студенты находят яркими и показательными: «распятый ребенок из Славянска»; «Украина це Европа»; «выступления Кашпировского и других целителей»; «сбитый Боинг»; «противостояние с Турцией»; «события на Болотной площади»; «митинг в защиту реки Хопер».

Необходимо отметить высокую степень заинтересованности студентов в обсуждаемой проблеме. Большая часть респондентов предложила свой вариант ответа на данный вопрос, в котором изложила свое видение приемов манипулирования СМИ. Часть опрошенных имеет также свое представление по поводу методов защиты от манипулятивного воздействия. Результаты исследования представлены в таблице.

Результаты опроса показывают, что часть респондентов не отнеслась к данному пункту серьезно или не совсем поняла смысл вопроса. Так, в качестве мер противодействия манипуляции предлагались следующие: «не принимать близко к сердцу»; «уехать на необитаемый остров»; «смотреть только мультфильмы»; «относиться проще»; «забыть».

Способы противодействия манипулированию медиаинформацией

Меры противодействия манипулированию СМИ, предложенные респондентами	Частота упоминания респондентами
1. Фильтровать информацию, предоставляемую СМИ	16
2. Проверять достоверность информации	12
3. Отказаться от средств массовой информации / «не смотреть, не слушать, не читать»	12
4. Сопоставлять сообщения, полученные из разных источников	9
5. Обращаться к разным СМИ	5
6. Выработать свою точку зрения на актуальные события	3
7. Подвергать информацию жёсткой критике	2
8. Искать «первоисточник», отделять нужное от «шелухи»	2
9. Использовать только определённые, проверенные сайты	1
10. Проводить исторические параллели, всё циклично	1
11. Читать больше художественной литературы	1
12. Развивать собственный кругозор	1

Стоит, однако, отметить, что студенты предлагали применять в качестве мер противодействия манипуляциям, используемым в СМИ, такие приемы, которые, как правило, носят общий характер. Знание конкретных методик противодействия манипулированию отсутствует. Между тем во многих учебных планах специальностей и направлений подготовки в высших учебных заведениях представлены дисциплины, в рамках которых представляется возможным изучение отдельных аспектов манипулятивных стратегий, применяемых в речи, например, «Русский язык», «Русский язык и культура речи», «Риторика». Все эти дисциплины предполагают изучение разделов функциональной стилистики, следовательно, это дает возможность расширить знания студентов по теории и практике использования в речи манипулятивных приемов.

До студентов необходимо донести, что современные СМИ зачастую являются важным средством формирования у населения страны представлений о государственной идеологии. Вслед за Б. В. Бирюковым мы трактуем понятие «идеология» как систему превращенно-ложных представлений о некоем круге реалий. Вследствие этого необходимо, чтобы учащиеся осознавали родство двух понятий «идеология» и «социальная мифология» [7, с. 71].

Ряд исследователей полагает, что средства массовой информации конструируют социальную реальность, описывая события определённым образом и наполняя их новым смыслом [8, с. 86]. Материалы, представленные в массмедиа, способствуют тому, что в сознании реципиентов (в данном случае студентов) реальная действительность частично «замещается» искусственной, что в конечном итоге содействует формированию неомифологического сознания. Можно сделать вывод, что посредством средств массовой информации создаются социальные мифы, трактуемые определённым образом [2]. В связи с этим необходимо познакомить учащихся с понятием «социальный миф» и пояснить, что

в современной идеологии создаются картины «светлого будущего», которые менее всего совпадают с обликом реальной жизни. Для виртуального восполнения и «маскировки» недостатков идеологии используются СМИ, сообщения в которых основываются на относительном «Реальном», участвующем в массовом производстве ценностных суррогатов. Этому в значительной степени способствует сама природа СМИ, позволяющая создать референцию к вытесненной ценности. Информация, представленная в СМИ, функционирует в *коллективном бессознательном* как сложный механизм переноса ценности на новый субстрат» [9, с. 130].

Массовая коммуникация становится предметом особого изучения, поскольку именно этот канал распространения информации обладает мощной силой воздействия на сознание и на подсознание молодой воспринимающей аудитории. Е. А. Смирнова справедливо утверждает, что «на данном этапе развития общества можно с уверенностью сказать, что информационная революция трансформируется в революцию управления общественными отношениями» [6, с. 88].

Особенно важным представляется тот факт, что умелое использование аксиологических средств в материалах, представленных в массмедиа, влияет на восприятие аудиторией событий реальной действительности и формирует контекст трактовки этих событий. Как показал проведенный опрос, студенты осознают именно сам факт влияния СМИ на сознание людей, но они не понимают механизмов влияния манипуляторов на подсознание человека, в частности, и на коллективное подсознательное в целом.

В связи с этим необходимо обучать студентов теоретическим основам и практическим навыкам противодействия манипуляции их сознанием. Формируемые навыки можно разделить на несколько групп.

1. Информационные. Необходимо формировать у студентов навыки избирательного отношения к получаемой информации. На лекциях и семинарах, в ходе тренингов и деловых игр, а также в результате бесед представляется целесообразным обучить студентов методам селекции информации. Необходимо показать, что не всей информации можно доверять, научить распознавать признаки манипулирования сознанием в материалах СМИ, рассказать об основных приемах воздействия на психику молодежи с помощью СМИ.

2. Воспитательные. Формирование у студентов определенных личностных качеств будет способствовать их сопротивлению тактикам манипуляции сознанием. Такие свойства, как уверенность в себе, критичность мышления, скептицизм и самостоятельность – основа для противодействия манипуляции. Необходимо формировать у студентов лидерские качества, воспитывать личностей с активной гражданской позицией.

3. Языковые. В рамках данной группы необходимо формировать навыки различения, понимания и использования языковых и неязыковых аксиологических средств в различных стилях речи. Особое значение приобретает навык различения случаев подмены ценностей в процессе употребления различных языковых средств.

4. Защитные. Представляется необходимым сформировать у студентов навыки противодействия манипуляции. В ходе практических занятий и деловых игр возможно, например, с помощью метода моделирования типичной ситуации, научить студентов ставить фильтры на пути приемам манипуляции. Обучение методам эффективного усвоения печатной и аудиовизуальной информации поможет препятствовать деятельности манипуляторов, пытающихся манипулятивными технологиями навязать ложное мировоззрение.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие **выводы**:

- посредством манипулятивных технологий СМИ оказывают значительное воздействие на сознание студентов российских вузов;

- молодое поколение осведомлено о потенциальном влиянии массмедиа на сознание воспринимающей аудитории.

Результаты проведенного исследования подтверждают необходимость продолжить работу над созданием системы мер и педагогических действий, направленных на формирование у студентов навыков противостояния манипулятивным стратегиям, используемым в информационном пространстве. Предложенный в статье комплекс мероприятий, направленных на образование и воспитание студентов российских вузов, позволит сформировать у них более объективную картину мира и снизить уязвимость молодежи к воздействию манипуляторов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ануфриева Е. В., Ефимов Е. Г., Небыков И. А. Общественное мнение как фактор развития социальных сетей в России (социально-педагогические аспекты) // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). С. 311–315.
2. Бирюков Б. В. Социальная мифология, мыслительный дискурс и русская культура [Электронный ресурс] / Электронная библиотека «PROFILIB» URL: <http://profilib.com/chtenie/68339/boris-biryukov-sotsialnaya-mifologiya-myslitelnyu-diskurs-i-russkaya-kultura.php> (дата обращения: 28.06.16)
3. Буряковская В. А. Способы апелляции к адресату в массовой коммуникации // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 1 (22). С. 255–258.
4. Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения проблемы исследования. М.: Политиздат, 1987. 368 с.
5. Дебор Г. Общество спектакля [Электронный ресурс] / Электронная библиотека «ModernLib.Ru» URL: http://modernlib.ru/books/debor_gi/obschestvo_spektaklya/read (дата обращения: 2.07.2016).
6. Смирнова Е. А. Медиакоммуникации как средство управления репутацией предприятия // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2009. № 1 (8). С. 85–89.
7. Демушина О. Н. СМИ как инструмент легитимации институтов власти // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2008. № 3. С. 71–75.
8. Демушина О. Н., Семикина Ю. Г., Семикин Д. В. Манипулятивный потенциал СМИ // Научный вестник Волгоградского филиала РАНХиГС. Серия: политология и социология. 2015. № 3. С. 85–89.
9. Семикина Ю. Г. Феномен «государственного отцовства» в современной женской прозе // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. 2013. № 1 (76). С. 129–133.

REFERENCES

1. Anufrieva E. V., Efimov E. G., Nebykov I. A. Public opinion as a factor in development of the social networks in Russia (social-pedagogical aspects) // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. No. 4 (25). P. 311–315.
2. Biryukov B.V. Social mythology, cogitative discourse and Russian culture [Electronic resource] / Digital library «PRO-FILIB» URL: <http://profilib.com/chtenie/68339/boris-biryukov-sotsialnaya-mifologiya-myslitelnyy-diskurs-i-russkaya-kultura.php> (date of viewing: 28.06.16).
3. Burakovskiy V. A. Methods of appeal to the addressee in mass communication // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. No. 1 (22). P. 255–258.
4. Grushin B. A. Mass consciousness: Experience of the research problem definition. M. : Politizdat, 1987. 368 p.
5. Debor G. Society of the performance [Electronic resource] / Digital library «ModernLib.Ru» URL: http://modernlib.ru/books/debor_gi/obschestvo_spektaklya/read (date of viewing: 2.07.2016).
6. Smirnova E. A. Media communications as a means of the company reputation management // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2009. No. 1 (8). P. 85–89.
7. Demushina O. N. Media as a tool of institutions of powers legitimation // News of the Volgograd State Pedagogical University. 2008. No. 3. P. 71–75.
8. Demushina O. N., Semikina, Y. G., Semikin D. V. Manipulative opportunities of mass-media // Scientific Bulletin of the Volgograd branch of RANEPa. Series: Political Sciences and Sociology. 2015. No. 3. P. 85–89.
9. Semikina Y. G. The phenomenon of «state fatherhood» in modern women's prose // News of the Volgograd State Pedagogical University. 2013. No. 1 (76). P. 129–133.

Как цитировать статью: Демушина О. Н., Семикина Ю. Г., Семикин Д. В., Томарева И. Г., Марянина Л. А. Формирование у студентов российских вузов навыков противодействия манипулятивным стратегиям СМИ // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2016. № 3 (36). С. 261–265.

For citation: Demushina O. N., Semikina Yu. G., Semikin D. V., Tomareva I.G., Maryanina L. A. Formation of skills of counterstand to manipulative strategies used in media of the russian universities students // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2016. No. 3 (36). P. 261–265.

УДК 376.1
ББК 74.24

Melnik Julia Vladimirovna,
candidate of pedagogical sciences,
associate professor of the department
of social technologies of
North Caucasus Federal University,
Stavropol,
e-mail: melnik_stav@mail.ru

Мельник Юлия Владимировна,
канд. пед. наук,
доцент кафедры социальных
технологий, Северо-Кавказский
федеральный университет,
г. Ставрополь,
e-mail: melnik_stav@mail.ru

ТАКТИКА ВЗАИМНОЙ ПОДДЕРЖКИ УЧАЩИХСЯ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

TACTICS OF MUTUAL SUPPORT OF STUDENTS WITHIN THE FRAME OF IMPLEMENTATION OF INCLUSIVE EDUCATIONAL PROCESS

13.00.01 – Общая педагогика, история педагогики и образования
13.00.01 – General pedagogy, history of pedagogy and education

В статье анализируются вариативные концепции создания взаимной поддержки между учащимися в инклюзивном классе. Дана авторская трактовка понимания «нетипичности» в широком смысловом и категориальном контекстах. Охарактеризован перечень социально-педагогических действий учителя инклюзивного класса в процессе становления взаимной поддержки учащихся; выделены характеристики личности учащегося, оказывающие позитивное влияние на формирование взаимной поддержки в ситуации инклюзии; определен спектр трансформаций в сфере стилистических транзакций между детьми в инклюзивной группе, оптимизирующих предоставление взаимной поддержки.

Different concepts highlighting development of mutual support between students in inclusive class are analyzed in the article.

The author describes his own understanding of the term «non-typical» as a category in broad semantic context. Range of teacher's social and pedagogical actions that are needed for mutual support between students are described here; the author shows key characteristics of a student as a personality, which are necessary for positive development of mutual support in the conditions of inclusion; spectrum of transformations in the sphere of stylistic transactions between children in inclusive group, which are aimed at development of mutual support, are determined by the author in the article.

Ключевые слова: инклюзивный образовательный процесс, инклюзивное образование, нетипичный ребенок, реципрокное взаимодействие, взаимная поддержка, техники взаимной поддержки, особые образовательные потребности, академическое развитие, социальное становление, индивидуальный подход.