

ISSN 2072-8514 (print)
ISSN 2310-7235 (online)



Вестник

МОСКОВСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ОБЛАСТНОГО
УНИВЕРСИТЕТА

Серия

**Психологические
науки**

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД К ПРОБЛЕМЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ ВЗАИМОСВЯЗИ ОСОЗНАННОЙ
САМОРЕГУЛЯЦИИ И УСПЕШНОСТИ ОВЛАДЕНИЯ
РУССКИМ ЯЗЫКОМ В ШКОЛЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ:
АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПОДХОДОВ
К ПОНИМАНИЮ ФЕНОМЕНА

ЗРЕЛОЕ РОДИТЕЛЬСТВО



2018 / № 1

ВЕСТНИК
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ОБЛАСТНОГО УНИВЕРСИТЕТА

ISSN 2072-8514 (print)

2017 / № 4

ISSN 2310-7235 (online)

серия

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Научный журнал основан в 1998 г.

Журнал «Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки» включён Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки Российской Федерации в «Перечень рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук» (См.: Список журналов на сайте ВАК при Минобрнауки России) по психологическим наукам (19.00.00)

The academic journal is established in 1998

«Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Psychology» is included by the Supreme Certifying Commission of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation into “the List of leading reviewed academic journals and periodicals recommended for publishing in corresponding series basic research thesis results for a PhD Candidate or Doctorate Degree” (See: the online List of journals at the site of the Supreme Certifying Commission of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation) in Psychological Sciences (19.00.00).

ISSN 2072-8514 (print)

2017 / № 4

ISSN 2310-7235 (online)

series

PSYCHOLOGY

BULLETIN OF THE MOSCOW REGION
STATE UNIVERSITY

Учредитель журнала «Вестник Московского государственного областного университета»:

Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области

Московский государственный областной университет

Выходит 4 раза в год

**Научный совет
«Вестника Московского государственного
областного университета»**

Хроменков П.Н. – д. филол. н., проф., ректор МГОУ (председатель совета)

Ефремова Е.С. – к. филол. н., начальник Информационно-издательского управления МГОУ (зам. председателя)

Клычников В.М. – к. ю. н., к. и. н., проф., проректор по учебной работе и международному сотрудничеству МГОУ (зам. председателя)

Антонова Л.Н. – д. пед. н., академик РАО, Комитета Совета Федерации по науке, образованию и культуре

Асмолов А.Г. – д. псих. н., проф., академик РАО, директор Федерального института развития образования

Климов С.Н. – д. ф. н., проф., Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ)

Клубуков Е.В. – д. филол. н., проф., МГУ им. М.В. Ломоносова

Манойло А.В. – д. полит. н., проф., МГУ им. М.В. Ломоносова

Новоселов А.Л. – д. э. н., проф., Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Пасечник В.В. – д. пед. н., проф., МГОУ

Поляков Ю.М. – к. филол. н., главный редактор «Литературной газеты»

Рюмцев Е.И. – д. ф.-м. н., проф., Санкт-Петербургский государственный университет

Хухуни Г.Т. – д. филол. н., проф., МГОУ

Чистякова С.Н. – д. пед. н., проф., член-корр. РАО

**Редакционная коллегия серии
«Психологические науки»**

Ответственный редактор серии:

Шульга Т.И. – д. псих. н., проф., МГОУ

Заместитель ответственного редактора серии:

Нестерова А.А. – д. псих. н., доц., МГОУ

Ответственный секретарь:

Филинкова Е.Б. – к. псих. н., доц., МГОУ

Члены редакционной коллегии серии:

Забродин Ю.М. – д. псих. н., проф., Московский городской психолого-педагогический университет

Иванников В.А. – д. псих. н., проф., МГУ им. М.В. Ломоносова

Карри К. – д. псих. н., Православный институт святого Иоанна Богослова

Марцинковская Т.Д. – д. псих. н., проф., Психологический институт РАО (г. Москва)

Овсяник О.А. – д. псих. н., доц., МГОУ

Митина Л.М. – д. псих. н., проф., РАН

Слайтер Э. – д. псих. н., доц., Салемский государственный университет (США)

Углик Э.П. – д. псих. н., проф., МГОУ

Фирсов М.В. – д. и. н., проф., Институт дополнительного профессионального образования работников социальной сферы

Шнейдер Л.Б. – д. псих. н., проф., Московский психолого-социальный институт

Эрнер И. – д. псих. н., доц., Городской университет Нью-Йорка (США).

ISSN 2072-8514 (print)

ISSN 2310-7235 (online)

Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. – 2017. – № 4. – 138 с.

Журнал «Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки» зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Регистрационное свидетельство ПИ № ФС77-26137.

**Индекс серии «Психологические науки»
по Объединённому каталогу «Пресса России» 40717**

© МГОУ, 2017.

© ИИУ МГОУ, 2017.

Журнал включён в базу данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете на платформе Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), а также на сайте Вестника Московского государственного областного университета (www.vestnik-mgou.ru).

При цитировании ссылка на конкретную серию «Вестника Московского государственного областного университета» обязательна. Опубликованные в журнале материалы могут использоваться только в некоммерческих целях. Ответственность за содержание статей несут авторы. Мнение редколлегии может не совпадать с точкой зрения автора. Рукописи не возвращаются.

**Адрес Отдела по изданию научного журнала
«Вестник Московского государственного областного
университета»**

г. Москва, ул. Радио, д. 10А, офис 98

тел. (495) 780-09-42 (доб. 6101); (495) 723-56-31;

e-mail: vest_mgou@mail.ru; сайт: www.vestnik-mgou.ru

Founder of journal «Bulletin of the Moscow Region State University»:

Moscow Region State University

Issued 4 times a year

Series editorial board «Psychology»

Editor-in-chief:

T.I. Shul'ga – Doctor of Psychology, Professor, MRSU

Deputy editor-in-chief:

A.A. Nesterova – PhD in Psychology, Associate Professor, MRSU

Executive secretary:

Y.B. Filinkova – PhD in Psychology, Associate Professor, MRSU

Members of Editorial Board:

Zabrodin Yu.M. – Doctor in Psychological Sciences, Professor, Gorodsky Moscow Psychological-Pedagogical University;

V.A. Ivannikov – Doctor in Psychological Sciences, Professor, Lomonosov Moscow State University

Ch. Currie – PhD in Psychology, Orthodox Institute of Saint John the Divine

T.D. Martsinkovskaya – Doctor of Psychology, Professor, Psychological Institute, RAE (Moscow)

O.A. Ovsyanik – Doctor of Psychology, Associate Professor, MRSU

L.M. Mitina – Doctor in Psychological Sciences, Professor, Russian Academy of Education (Moscow)

E. Slayter – PhD in psychology, associate professor, Salem State University (USA)

E.P. Utlik – Doctor of Psychology, Professor, MRSU

M.V. Firsov – Doctor of History, Professor, Institute for Additional Professional Education of Workers for Social Services.

L.B. Shneider – Doctor of Psychology, Professor, Moscow Psychology-Social Institute

I. Earner – PhD in psychology, associate professor, City University of New York (USA)

The journal is included into the database of the Russian Science Citation Index (RSCI), has a full text network version on the Internet on the platform of Scientific Electronic Library (www.elibrary.ru), as well as at the site of the Bulletin of the Moscow Region State University (www.vestnik-mgou.ru).

At citing the reference to a particular series of «Bulletin of the Moscow Region State University» is obligatory. The materials published in the journal are for non-commercial use only. The authors bear all responsibility for the content of their papers. The opinion of the Editorial Board of the series does not necessarily coincide with that of the author. Manuscripts are not returned.

**The Editorial Board address:
Moscow Region State University**

10A, Radio st., office 98, Moscow, Russia
Phones: (495) 780-09-42 (add. 6101); (495) 723-56-31
e-mail: vest_mgou@mail.ru; site: www.vestnik-mgou.ru

Science council of «Bulletin of the Moscow Region State University»

P.N. Khromenkov – PhD in Philological Sciences, Professor, Rector of MSRU (Chairman of the Council)

E.S. Yefremova – PhD in Philological Sciences, Head of Information and Publishing Department (Vice-Chairman of the Council)

V.M. Klychnikov – PhD in Juridical Sciences, PhD in Historical Sciences, Professor, Vice-Principal for academic work and international cooperation of MSRU (Vice-Chairman of the Council)

L.N. Antonova – Doctor in Pedagogic Sciences, Member of the Russian Academy of Education, the Council of the Federation Committee on Science, Education and Culture

A.G. Asmolov – Doctor in Psychological Sciences, Professor, Member of the Russian Academy of Education, Principal of the Federal Institute of Development of Education

S.N. Klimov – Doctor in Philosophical Sciences, Professor, Moscow State University of Railway Engineering

E.V. Klobukov – Doctor in Philological Sciences, Professor, Lomonosov Moscow State University

A.V. Manoylo – Doctor in Political Sciences, Professor, Lomonosov Moscow State University

A.L. Novosjolov – Doctor in Economic Sciences, Professor, Plekhanov Russian University of Economics

V.V. Pasechnik – Doctor in Pedagogic Sciences, Professor, MRSU
Yu.M. Polyakov – PhD in Philological Sciences, Editor-in-chief of "Literaturnaya Gazeta"

E.I. Rjuntsev – Doctor in Physical and Mathematical Sciences, Professor, Saint Petersburg State University

G.T. Khukhuni – Doctor of Philology, Professor, MRSU

S.N. Chistyakova – Doctor in Pedagogic Sciences, Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Education

ISSN 2072-8514 (print)

ISSN 2310-7235 (online)

Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Psychology. – 2017. – № 4. – 138 p.

The series «Psychology» of the Bulletin of the Moscow Region State University is registered in Federal service on supervision of legislation observance in sphere of mass communications and cultural heritage protection. The registration certificate ПИ № 0С77-26137.

**Index of series «Psychology» according to the
Union catalog «Press of Russia» 40717**

© MRSU, 2017.

© Information & Publishing department of MRSU, 2017.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I.

ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Богачева Н.В., Корнилова Т.В., Красавцева Ю.В. СВЯЗИ САМООЦЕНОК, ИМПЛИЦИТНЫХ ТЕОРИЙ РИСКА И ЛИЧНОСТНОЙ ГОТОВНОСТИ К РИСКУ У МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ 6

Капустина А.Н., Ермолаева О.Я. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ ЛИЧНОСТИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕЛЕВЕДУЩЕГО 20

РАЗДЕЛ II.

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Борисова А.М. КОЛЛЕКТИВНЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ИНТЕГРАЦИИ В ПРАЗДНИЧНОЙ КУЛЬТУРЕ 30

Воробьева А.Е., Акбарова А.А. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТИПЫ ОТНОШЕНИЯ К ДОСУГУ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА (РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА) 38

Кузин Е.Д. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РОЛЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ У МУЖЧИН И ЖЕНЩИН С РАЗЛИЧНЫМ ТИПОМ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ 51

Михайлова И.В., Таскина С.В. САМОВОСПРИЯТИЕ И КОГНИТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТУДЕНТОВ С РАЗНЫМ СОЦИОМЕТРИЧЕСКИМ СТАТУСОМ 60

Селезнёв В.Н., Овсяник О.А. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТАРШИХ ШКОЛЬНИКОВ 68

Шульга Т.И., Григорьева М.Ю. ИЗУЧЕНИЕ ПОЗИТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОДРОСТКОВОГО И ЮНОШЕСКОГО ВОЗРАСТОВ 80

РАЗДЕЛ III.

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Замятина А.А. ВОЗМОЖНОСТИ МЕТОДА СТРУКТУРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ИЗУЧЕНИИ АДАПТАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЛИЧНОСТИ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ СТУДЕНТОВ 94

Клейберг Ю.А. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЮНОЙ ЛИЧНОСТИ: ДЕВИАНТОЛОГИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ 107

Филинкова Е.Б., Селезнев В.Н. ВОСПРИЯТИЕ ЦЕНЫ МОСКОВСКИМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ 120

CONTENTS

SECTION I.

GENERAL PSYCHOLOGY

- N. Bogacheva, T. Kornilova, Y. Krasavtseva.* RELATIONSHIPS BETWEEN SELF-ASSESSMENTS, IMPLICIT THEORIES OF RISK AND MEDICAL WORKERS' PERSONAL RISK READINESS 6
- A. Kapustina, O. Ermolaeva.* MULTIDISCIPLINARY APPROACH IN THE RESEARCH OF TV PRESENTER'S PERSONALITY AND ACTIVITIES..... 20

SECTION II.

SOCIAL PSYCHOLOGY

- A. Borisova.* MANIFESTATIONS OF COLLECTIVITY AS A PSYCHOLOGICAL FACTOR OF INTEGRATION IN THE CULTURE OF HOLIDAYS 30
- A. Vorobieva, A. Akbarova.* PSYCHOLOGICAL TYPES OF ATTITUDE TO LEISURE IN THE CONDITIONS OF THE ECONOMIC CRISIS (REGIONAL SPECIFICITY)..... 38
- Ye. Kuzin* COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CHARACTERISTICS OF ROLE BEHAVIOR OF MEN AND WOMEN WITH DIFFERENT TYPES OF PARTNERSHIPS..... 51
- I. Mikhailova, S. Taskina.* SELF-EXAMINATION AND COGNITIVE FEATURES OF STUDENTS WITH DIFFERENT SOCIOMETRIC STATUS 60
- V. Seleznev, O. Ovsyanik.* VALUE ORIENTATIONS OF SENIOR PUPILS 68
- T. Shulga, M. Grigorieva.* STUDYING ADOLESCENTS AND YOUNG PEOPLE'S POSITIVE IDENTITY 80

SECTION III.

EDUCATIONAL PSYCHOLOGY

- A. Zamyatina.* POTENTIALITIES OF STRUCTURAL MODELING METHOD IN STUDYING THE PERSONALITY'S ADAPTIVE POTENTIAL AND STUDENTS' PSYCHOLOGICAL WELL-BEING 94
- Yu. Klayberg.* PSYCHOLOGICAL SAFETY OF A YOUNG PERSONALITY: DEVIANTOLOGICAL CONCEPT 107
- E. Filinkova, V. Seleznev.* MOSCOW CONSUMERS' PERCEPTION OF PRICE 120

РАЗДЕЛ I. ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9:61

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-6-19

СВЯЗИ САМООЦЕНОК, ИМПЛИЦИТНЫХ ТЕОРИЙ РИСКА И ЛИЧНОСТНОЙ ГОТОВНОСТИ К РИСКУ У МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ*

Богачева Н.В.¹, Корнилова Т.В.², Красавцева Ю.В.²

¹ Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова (Сеченовский университет)

119435, г. Москва, ул. Большая Пироговская, д. 2, стр. 4, Российская Федерация

² Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 11, стр. 9, Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена выявлению особенностей самооценок рискованности, имплицитных теорий риска и личностной готовности к риску при сравнительном анализе выборок: 1) студентов медицинского и немедицинского (но также специализирующегося в профессии типа «человек – человек») вузов и 2) студентов медицинских факультетов и практикующих врачей. Анализировались различия в выраженности измеренных переменных в выборках двух студенческих групп и врачей (по сравнению со студентами-медиками). Для каждой из трех групп выявлялись связи между всеми измеренными переменными и описывались межгрупповые отличия в установленных связях. Выявлено, что врачи в большей степени, чем студенты-медики воспринимают риск как «недостаточность рациональности» и как «невозможность прогнозирования». У студентов-медиков в большей степени, чем у врачей, выражена имплицитная теория «гедонистического риска». Для всех трёх выборок установлены связи самооценок рискованности с имплицитным представлением об «осознанном риске», но только у студентов-медиков эта самооценка значимо связана с имплицитной теорией «гедонистического риска».

Ключевые слова: самооценка рискованности, имплицитные теории риска, готовность к риску, рациональность.

RELATIONSHIPS BETWEEN SELF-ASSESSMENTS, IMPLICIT THEORIES OF RISK AND MEDICAL WORKERS' PERSONAL RISK READINESS

N. Bogacheva¹, T. Kornilova², Y. Krasavtseva²

¹ Sechenov First Moscow State Medical University (Sechenov University)
2-4, Bolshaya Pirogovskaya ul. Moscow, 119435, Russia

² Lomonosov Moscow State University
11, building 9, Mokhovaya ul. Moscow, 125009, Russia

© Богачева Н.В., Корнилова Т.В., Красавцева Ю.В., 2017.

* Публикация подготовлена в рамках научного проекта РФФИ № 17-06-00130 / The reported study was carried out according to the research project № № 17-06-00130.

Abstract. The aim of this study was to identify the relationships between self-assessed readiness to risk, implicit theories of risk and personal risk readiness in the following comparative analysis of samples: 1) medical versus non-medical students (the latter also specializing in a “human-to-human” type of profession) and 2) medical students versus practicing doctors. Differences in the measured variables were analyzed between the two student groups and the sample of doctors (the latter was compared with medical students). For each of the three groups, the relationships between all the measured variables were identified and the intergroup differences in the established relationships were described. It is identified that the doctors to a greater extent rather than medical students perceive risk as “insufficiency of rationality” and as “an impossibility to prognosticate”. For medical students, an implicit theory of “hedonistic risk” is expressed to a greater extent than in case with the doctors. For all three samples, links are established between self-assessed readiness to risk and the implicit theory of “deliberate risk”. But only for medical students, this self-assessment is significantly associated with the implicit theory of “hedonistic risk”.

Key words: self-assessed readiness to risk, implicit theories of risk, risk readiness, rationality

Восприятие и принятие (либо не-принятие) людьми риска определяются личным, в том числе профессиональным, опытом, кристаллизирующимся в имплицитных представлениях о ситуациях и источниках риска, суждениями на основе использования знаний (в том числе под влиянием СМИ), личностной готовностью к действиям и решениям в условиях неопределённости или опасности.

Риск в деятельности человека определяется как ситуационными (спецификой задач и видов деятельности – risk-taking), так и диспозиционными факторами, среди которых выделяют склонность к риску и готовность к риску [6].

В то время как личностные особенности, способствующие и препятствующие принятию риска, стали специальным предметом исследований и разработки ряда самооценочных психодиагностических средств (опросников), роль прямой самооценки своей рискованности пока не изучалась. В то же время в понимании *принятия риска* как акта «примеривания» выбора

альтернативы в ситуации неопределённости к своим возможностям, своему личностному Я [6] самооценка рискованности играет важную роль. Косвенно это представлено в исследованиях, демонстрирующих, что при принятии собственных решений и советов выбора другому человеку личность допускает разную меру риска, позволяя себе бóльшую рискованность, чем другому. Роль ретроспективных и проспективных самооценок в принятии решений в условиях неопределённости уже становилась предметом изучения [7], но не по отношению к самооценкам рискованности и специфики деятельности медицинских работников.

Проведено множество исследований восприятия природных, техногенных, финансовых рисков [2; 11]. В психологии утверждается понимание готовности к риску как реализуемой человеком способности к самоконтролю и регуляции своих действий при заведомой неполноте информации или недоступности развёрнутой ориентировки в ситуации. Однако практические не изученными остаются особен-

ности восприятия риска, связанного с собственными действиями человека или принятием им решений, имеющих неизвестные или не полностью прогнозируемые последствия выбора. Применительно к деятельности медицинских работников это может рассматриваться как в контексте последствий решений для другого человека, так и в контексте восприятия самим профессионалом риска его решений, включающем прогноз и принятие (либо не принятие) оцениваемого риска.

Рискованные действия совершает человек думающий (и готовность к риску важно отличать от импульсивности как снижения самоконтроля), и его представления о риске в конкретной ситуации существенно влияют на то, как он в ней поступит. *Имплицитные теории риска* выступают при этом не только житейскими представлениями, но и ориентированными на профессиональные нормы возможных решений и действий.

Факторы риска во врачебной деятельности прямо входят в постановку диагноза и лечение больных, вероятностные оценки риска тех или иных заболеваний у различных групп людей, связанные с ними типичные когнитивные ошибки, а также разного рода риски здоровью уже изучались психологами [3; 14]. Однако не произошло пока связывания общепсихологических представлений о восприятии риска и его роли в регуляции действий и решений человека с изучением готовности к риску у лиц в медицинской сфере, хотя именно с деятельностью врача, принимающего решения, обязательно сталкивается каждый человек.

Имплицитные теории риска, сложившейся в деятельности профессио-

налов (в данном случае медицинских работников), могут пониматься как «таситные» (неявные) знания о возможности тех или иных исходов [10] и в контексте субъективных репрезентаций готовности к «возможному в мышлении», что предполагает как критичность мышления, так и готовность личности отвечать вызовам неопределенности [5].

Развиваемая нами концепция единого интеллектуально-личностного потенциала человека, предполагающая множественную многоуровневую регуляцию решений и действий в актах преодоления человеком условий неопределенности, позволяет предложить единую исследовательскую платформу для проверки гипотез о взаимодействиях когнитивных и личностных, ситуационных и диспозиционных составляющих в репрезентациях риска и принятии риска профессионалами. Предметом исследования могут выступать при этом субъективные репрезентации своей личностной рискованности у медицинских работников, отражаемые в *самооценках*, рассматриваемые во взаимосвязях с факторами опытности (по критерию «новички – профессионалы») и системой личностных свойств, отражающих отношение человека к неопределенности и риску.

Диагностируемые личностными опросниками *имплицитные теории риска* (ИТР) [9] и *готовность к риску* как личностное свойство саморегуляции [8] задают разные аспекты представленности риска в самосознании личности.

Прямые самооценки рискованности включают, на наш взгляд, и аспект когнитивных репрезентаций риска в самосознании личности, и аспект са-

моотношения, отражающий не только отношение к риску как ценности или средству достижения других целей, но и значимость для себя лично этого свойства – собственной готовности идти на риск в своих решениях и действиях. Прямые самооценки рискованности в меньшей степени отражают личностную готовность к риску как связанную с глубинными мотивационными образованиями, но в большей степени – результат активности личности в ее самоопределении как соотнесении этого свойства (рискованности) с личностным Я.

Целью нашей работы стало выявление особенностей самооценок рискованности, ИТР и личностной готовности к риску при сравнительном анализе выборок: 1) студентов медицинского и немедицинского вузов и 2) студентов медицинских факультетов и практикующих врачей как новичков и профессионалов в медицинской сфере.

Принятие парадигмы «от деятельности к личности» предполагает, что в деятельности складываются схемы психологической регуляции, включающие репрезентации своих личностных свойств. Сравнительный анализ самооценок как верхнего уровня саморегуляции у лиц, выступающих новичками и профессионалами во врачебной деятельности, позволит описать специфику отношения к риску у лиц, профессионально занятых врачебной деятельностью. Аналогичное сравнение студентов-медиков и студентов-психологов позволит уточнить особенности личности и самооценки у новичков в разных профессиях типа «человек – человек».

Знания, как теоретические, так и «тацитные», накопленные в личном

опыте, и индивидуальные представления о риске включаются в оценках возможного развития событий, но также и приемлемости для личности профессионала выбора того или иного варианта решения.

Психологическое звено оценки субъективного риска интегрирует когнитивные и личностные составляющие. Исследовательским вопросом остаётся, как связаны самооценки рискованности с теми особенностями восприятия риска, которые остаются на уровне не вполне осознаваемых имплицитных представлений – имплицитных теорий риска, а также с готовностью к риску и рациональностью как личностными свойствами саморегуляции.

Метод

Участники исследования

Всего в трёх выборках участников было 192 человека.

Выборка 1: студенты медицинских факультетов ($n = 78$, из них 73% – женщины) в возрасте от 17 до 29 лет ($M = 19$, $SD = 1,4$).

Выборка 2: врачи разных специальностей ($n = 40$, из них 55% – женщины) в возрасте от 24 до 73 лет ($m = 43$, $M = 12,9$) со стажем работы по профессии от 1 до 50 лет ($M = 19$; $SD = 12,5$).

Выборка 3: студенты факультета психологии ($n = 74$, из них 90% – женщины) в возрасте от 18 до 43 лет ($M = 21,6$, $SD = 4,2$).

Методики

1. Опросник «Личностные факторы принятия решений» (ЛФР-21) включает две шкалы: личностная *готовность к риску* отражает умение осуществлять и реализовывать выбор в условиях неопределённости как не-

достаточности и неполноты информации о ситуации; *рациональность* характеризует направленность на максимально полную ориентировку в ситуации и повышение информированности перед принятием решений [6].

2. Опросник «Имплицитные теории риска». Имплицитные теории риска выступают в качестве устойчивых индивидуальных представлений о риске и рискованных ситуациях, включающих как когнитивные, так и личностные оценки [9]. Опросник включает в себя 7 шкал, выявляющих следующие формы имплицитных теорий о риске:

– *риск как невозможность прогноза / расчёта*;

– *осознанный риск* – риск при сознательном нарушении принятых норм, готовность действовать без оглядки на опасность;

– *риск как испытание и проверка себя*;

– *риск как недостаточность рациональности и контроля над ситуацией*;

– *риск как стремление приумножить ценности*;

– *риск как потеря или приобретение*;

– *гедонистический риск* – имплицитное представление о риске как поиске ярких впечатлений, источнике позитивных переживаний; риск ради удовольствия.

3. *Прямая самооценка рискованности (СОР)*. Самооценка выступает как проявление самосознания личности, в данном случае в отношении своей рискованности. Самооценивание возможно как для личности в целом, так и по отдельным качествам, последнее зачастую основывается не только на самоотношении, но и на социальном сравнении себя, своих достижений с окружающими [1]. СОР отражает не только когнитивную оценку своей ри-

скованности, но и ее ценностный, личностно значимый аспект, в том числе и применительно к профессиональной деятельности.

Самооценивание рискованности осуществлялось аналогично процедуре прямой самооценки интеллекта по А. Фернхему [8; 13]: испытуемым предлагалось оценить количественно выраженность свойства рискованности у себя лично, учитывая вспомогательный график нормального распределения с характеристиками $M = 100$, $SD = 15$.

Результаты

Для выявления межгрупповых различий между студентами разных специализаций и между студентами-медиками и профессиональными врачами использовался t-критерий Стьюдента для двух независимых выборок. Для выявления связей между переменными на всех этапах исследования использовался частный коэффициент корреляции.

Различия между студентами-психологами и студентами-медиками

Студенты-медики отличались от студентов-психологов только более высокой личностной *готовностью к риску* ($p < 0,01$), что представлено в таблице 1 (не указаны переменные, для которых не установлены различия).

В таблице 2 представлены попарные связи между переменными для обеих студенческих выборок. Поскольку различия по возрасту оказались значимыми ($p < 0,001$), корреляции считались с поправкой на возраст.

В обеих группах студентов *самооценка рискованности* положительно связана с личностной *готовностью к риску* и отрицательно – с *рационально-*

стью (по первой переменной группы значимо различались, по второй нет). Эти переменные отрицательно связаны в обеих выборках. Сходным образом связаны в них *готовность к риску* (по опроснику ЛФР) с двумя шкала-

ми имплицитных теорий (по ИТР) – «осознанного риска» и «риска как испытания». Схожи для обеих выборок также связи *самооценок рискованности* с имплицитным представлением об «осознанном риске».

Таблица 1

Значимые различия по шкалам между студентами-психологами и студентами-медиками (по t-критерию Стьюдента)

Шкала	Методика	Различие	Средний балл у студентов-психологов	Средний балл у студентов-медиков
Готовность к риску (по ЛФР)	ЛФР	t = 3,075, p < 0,01	-0,21	<u>2,6</u>

Таблица 2

Связи шкал имплицитных теорий риска, личностной готовности к риску и самооценок рискованности для студенческих выборок

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	СОР	1	-0,198	0,517**	0,161	-0,09	-0,035	0,055	0,196	0,529**	-0,327**
2	Риск как невозможность прогноза	-0,043	1	-0,35**	0,22	0,334**	0,188	0,202	0,096	-0,223	0,332**
3	Осознанный риск	0,455**	0,102	1	0,276*	-0,307*	-0,143	-0,148	0,095	0,566**	-0,257*
4	Риск как испытание	0,183	0,28*	0,215	1	0,133	0,349**	0,163	0,273*	0,304*	0,003
5	Риск как недостаточность рациональности	-0,082	0,303**	-0,223	0,207	1	0,26*	0,299*	0,246*	-0,084	0,362**
6	Риск как стремление приумножить ценности	0,081	0,481**	0,011	0,257*	0,441**	1	0,27*	0,248*	-0,109	-0,016
7	Риск как потеря / приобретение	0,151	0,267*	0,078	0,197	0,238*	0,558**	1	0,227	-0,011	0,199
8	Гедонистический риск	0,261*	0,303**	0,381**	0,534**	0,121	0,312**	0,112	1	0,405**	-0,132
9	Готовность к риску	0,28*	-0,022	0,352**	0,229*	-0,165	-0,005	-0,018	0,281*	1	-0,385**
10	Рациональность	-0,28*	0,253*	-0,188	0,196	0,149	0,112	0,111	-0,127	-0,301**	1

Примечание 1: Под диагональю представлены корреляции для студентов-медиков, над диагональю представлены корреляции для студентов-психологов.

Примечание 2: *p < 0,05; **p < 0,01. Жирным выделены корреляции со значимостью на уровне тенденции (0,05 < p < 0,06).

В таблице 2 также отражены схожие для обеих выборок связи между разными имплицитными теориями риска: «осознанный риск» положи-

тельно связан с пониманием «риска как испытания»; отрицательная связь восприятия «осознанности риска» с «недостаточностью рационально-

сти»; положительные связи «риска как стремления приумножить ценности» с риском «потерь-приобретений», «риска как недостаточности рациональности» с риском «как невозможностью прогноза» и т. д.

У студентов-психологов, в отличие от студентов-медиков, «осознанный риск» отрицательно связан с «невозможностью прогноза», т. е. в их представлении можно прогнозировать рискованность действия или решения и вместе с тем осознанно принимать риск. С невозможностью прогноза они связывают только недостаточность рациональности.

Некоторое различие можно видеть в чуть большей интегрированности ИТР у студентов-медиков. «Риск как невозможность прогнозов» у них связан с остальными пятью имплицитными теориями (за исключением

«осознанного риска»), в то время как у студентов-психологов – с указанными выше двумя ИТР. С четырьмя видами ИТР связано у студентов-медиков восприятие риска как «гедонистического» (у студентов-психологов – с тремя).

Различия между врачами и студентами-медиками

Как видно из таблицы 3, врачи отличались от студентов-медиков большей рациональностью ($p < 0,05$) и меньшей готовностью к риску ($p < 0,001$) как свойствами личностной саморегуляции (по ЛФР).

Врачи в большей степени воспринимают риск как «недостаточность рациональности» и как «невозможность прогнозирования». У студентов-медиков более выражена имплицитная теория «гедонистического риска».

Таблица 3

Значимые различия по шкалам между врачами и студентами-медиками (по t-критерию Стьюдента)

Шкала	Методика	Различие	Средний балл у врачей	Средний балл у студентов-медиков
Риск из-за невозможности прогнозирования	ИТР	$t = -2,002$, $p = 0,048$	<u>22,7</u>	21,2
Риск как недостаточность рациональности	ИТР	$t = -3,899$, $p < 0,001$	<u>23,7</u>	21,2
Гедонистический риск	ИТР	$t = -2,299$, $p = 0,023$	17,0	<u>18,8</u>
Готовность к риску (по ЛФР)	ЛФР	$t = 3,970$, $p < 0,001$	-0,28	<u>2,6</u>
Рациональность (по ЛФР)	ЛФР	$t = -2,547$, $p = 0,012$	<u>5,4</u>	4,1

Примечание 1: Поскольку различия по возрасту оказались значимыми ($p < 0,001$), корреляции здесь и далее считались с поправкой на возраст.

Матрица для сравнения связей в выборках врачей и студентов-медиков между личностными переменными в представлена в таблице 4.

Таблица 4

Связи имплицитных теорий риска, личностных факторов принятия решений и самооценок рискованности у врачей и студентов-медиков

	Переменная	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	СОР	1	-0,147	0,618*	0,08	0,091	0,397*	0,063	0,103	0,283	0,218
2	Риск как невозможность прогноза	-0,043	1	0,024	0,339*	0,014	0,187	-0,12	0,32	0,167	-0,306
3	Осознанный риск	0,455**	0,102	1	0,144	-0,178	0,258	-0,178	0,217	0,443**	-0,131
4	Риск как испытание	0,183	0,28*	0,215	1	0,184	0,309	0,033	0,275	0,137	-0,096
5	Риск как недостаточность рациональности	-0,082	0,303**	-0,223	0,207	1	0,25	0,435**	0,2	0,117	0,385*
6	Риск как стремление приумножить ценности	0,081	0,481**	0,011	0,257*	0,441**	1	0,504**	0,321*	0,295	-0,062
7	Риск как потеря / приобретение	0,151	0,267*	0,078	0,197	0,238*	0,558**	1	0,29	0,154	-0,008
8	Гедонистический риск	0,261*	0,303**	0,381**	0,534**	0,121	0,312**	0,112	1	0,436**	-0,137
9	Готовность к риску	0,28*	-0,022	0,352**	0,229*	-0,165	-0,005	-0,018	0,281*	1	-0,197
10	Рациональность	-0,28*	0,253*	-0,188	0,196	0,149	0,112	0,111	-0,127	-0,301**	1

Примечание 1: Под диагональю представлены корреляции для студентов-медиков, над диагональю представлены корреляции для врачей.

Примечание 2: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$. Жирным выделены корреляции со значимостью на уровне тенденции ($0,05 < p < 0,06$).

Самооценка рискованности у врачей, как и у студентов-психологов и медиков, значимо связана с имплицитной теорией «осознанного риска», а у врачей также с представлением о риске как пути «приумножения ценности». У студентов-медиков СОР также отрицательно связана с *рациональностью* и положительно – с личностной *готовностью к риску* и имплицитной теорией «гедонистического риска».

Личностная *готовность к риску* (по ЛФР) во всех выборках значимо связана с гедонистической трактовкой риска (по ИТР). Только у врачей личностная *рациональность* имеет положительную корреляцию с имплицитной теорией риска «как недостаточности рациональности».

У врачей восприятие риска как «невозможности прогноза» имеет наименьшее среди всех выборок количе-

ство корреляций с другими ИТР – она связана только с «риском как испытанием» и на уровне тенденции ($p = 0,06$) – с «гедонистическим риском». «Невозможность прогноза» у них также не связана с *рациональностью* и с *готовностью к риску* (по ЛФР).

Имплицитная теория «осознанного риска» и у врачей, и у студентов обеих групп значимо связана с *готовностью к риску*, а у студентов-медиков (и только у них) «осознанный риск» связан также с имплицитной теорией «гедонистического риска». Обе эти ИТР значимо выше у студентов по сравнению с врачами. Восприятие риска в контексте «потери / приобретения» во всех трёх выборках положительно связано с имплицитной теорией риска «как недостаточной рациональности» и как «стремления к приумножению ценностей».

Обсуждение результатов

Представленность своей рискованности в образе Я не различается у новичков и профессионалов по высоте прямой самооценки (СОР), у студентов-психологов и студентов-медиков. Однако установленные связи *самооценки рискованности* с другими личностными переменными позволяют предположить, что у разных групп СОР строятся по отличающимся критериям.

Для всех выборок была выявлена связь *самооценок рискованности* с восприятием риска «как осознанного». Это позволяет говорить о том, что такая имплицитная теория – не обязательно осознаваемая – сопутствует в образе Я тому общему критерию, согласно которому и на уровне самосознания личности рискованность связывается врачами и студентами разных специальностей с сознательным нарушением норм и пренебрежением опасностью. У студентов эта самооценка включена также в связь с личностной *готовностью к риску*, в то время как у врачей уровни самосознания и личностной готовности дифференцированы по этому радикалу – рискованности. Если считать, что самооценки врачей адекватны (здесь нет внешнего критерия), то их личностная готовность к риску либо не входит в их образ Я, либо принятие риска как осознанного акта автономизировано у них (в более осознаваемое образование) в силу профессионального становления.

В целом эти данные позволяют нам также принимать гипотезу, что имплицитные теории репрезентируют именно «бытийные» (в понимании В.П. Зинченко) уровни сознания, в том время как личностные свойства саморегуляции – в аспекте готовности к

рisku – могут иметь более глубинные основания, связанные с мотивационными образованиями. О последнем позволяют судить полученные ранее данные о связях готовности к риску с мотивацией [4; 5].

В имплицитных теориях риска сочетаются когнитивные и личностные аспекты, а также индивидуальный опыт поведения в различных ситуациях, связанных с риском. Актуализация тех или иных имплицитных теорий зависит от множества внешних и внутренних обстоятельств, исходя из которых, действует и принимает решения субъект. Можно предположить, что связь самооценок рискованности с личностными переменными у студентов свидетельствует о более глобальной, менее дифференцированной регуляции у них принятия решений и действий в условиях риска. Отсутствие такой связи у профессиональных врачей указывает на возможно большую связанность их самооценок рискованности не с ситуативными факторами (здесь самооценки могут быть дифференцированными и динамичными: от ситуации к ситуации человек оценивание себя как рискованного туриста, но осторожного диагноста и т. д.), а с образом Я как профессионала, контролирующего свои личностные склонности и отличающего осознанное принятие риска в своих решениях.

Самооценки рискованности у студентов-медиков демонстрируют значимую корреляцию с гедонистической окраской риска в их имплицитных теориях. Трактовка риска как источника позитивных эмоций может вносить вклад в самооценку рискованности в этой группе, но связь может быть также и косвенной, поскольку гедони-

стический риск также коррелирует с большинством других переменных и выступает в группе студентов-медиков как некая общая характеристика большинства рисков. Это также свидетельствует в пользу преодоления врачами этого представления о риске, как связанном с получением удовольствия.

Выборка врачей-профессионалов, в свою очередь, характеризуется специфической корреляцией между самооценкой рискованности и имплицитной теорией «риска как стремления умножить ценности». Риск как умножение ценностей в методике ИТР апеллирует к выигрышу в широком смысле этого слова – пункты шкалы включают понятие «выиграть у судьбы», а также отражают его ценностный аспект [9]. Таким образом, речь здесь идет не столько о прагматическом риске, сколько о риске и его роли в принятии судьбоносных решений, что потенциально может соотноситься с профессиональным риском врачей, в частности, в аспекте жизни и смерти.

Полученные межгрупповые различия по личностной *готовности к риску* (студенты-медики показали более высокую готовность к риску, чем две другие выборки) и *рациональности* (врачи более рациональны) также отражают тот путь профессионализации, который проходят медицинские работники, преодолевая свою готовность к риску.

Личностная готовность к риску подразумевает решительность действий в ситуации неопределённости, недостаточной информированности, а также мотивацию реализации пусть малого, но шанса достичь успех. У обеих студенческих выборок личностная готовность к риску отрицательно кор-

релирует с личностной рациональностью, что подтверждает результаты предыдущих исследований [6]. Среди имплицитных теорий риска готовность к риску в этих выборках сходным образом коррелирует с осознанным риском, риском как испытанием и гедонистическим риском. Содержательно эти имплицитные теории отражают позитивные аспекты риска и описывают установку личности на саморазвитие (риск как испытание себя с целью проверки, изменения, повышения самооценки), сознательное преодоление неопределённости и поиск новых переживаний. В контексте этих переменных готовность к риску предстает не только как фактор принятия решений, но и как аспект более широкой латентной переменной – «Принятия неопределённости и риска» [5; 8].

Другой латентной переменной выступает «Интолерантность к неопределённости», манифестируемая, в частности, рациональностью. Интолерантность к неопределённости в контексте врачебной деятельности выступала предметом исследований: например, описана ее связь со стрессом [15], вероятностью совершения врачебной ошибки [17], эмоциональным выгоранием [16]. Это свойство в большей степени характеризует, согласно результатам нашего исследования, врачей, чем студентов. Врачи, в отличие от студентов-медиков, характеризуются более высокой личностной рациональностью как стремлением к более полной информированности и ориентировке в ситуации. В отличие от групп студентов, у врачей рациональность не имеет значимой отрицательной корреляции с готовностью к риску, что может свидетельствовать о

субъективном отделении в имплицитных представлениях медиков ситуаций, в которых необходима готовность к риску, от тех, где требуется повышение информированности. Готовность к риску и рациональность у врачей связаны с разными имплицитными теориями риска: первая коррелирует с осознанным и гедонистическим риском, вторая – положительно связана с имплицитной теорией риска как недостаточности рациональности.

Повышение рациональности у врачей может быть также следствием повышения опытности. Поиск информации (в виде чтения литературы, поиска совета, проведении дополнительных исследований) является основной реакцией молодых врачей на собственные ошибки [12]. Известно также, что медицинские работники подвержены устойчивым когнитивным искажениям – переоценке вероятности тяжелых заболеваний и недооценке новых методов диагностики [3]. Хотя основной причиной ошибочных суждений является трудность работы с вероятностными оценками [14; 18], можно предположить, что тенденция «переобследовать» пациентов отражает также и стремление к полноте ориентировки в ситуации.

В опроснике ИТР врачи продемонстрировали большую выраженность шкал «риск как невозможность прогноза» и «риск как недостаточная рациональность». Представления о риске как невозможности прогноза и как недостаточной рациональности содержательно имеют близкое значение, поскольку в первом случае не определен возможный исход ситуации, во втором – недостает ресурсов или информации для текущего контроля. У врачей

риск как невозможность прогноза сопутствует принятию имплицитной теорией «риска как испытания», что позволяет предположить, что эти ситуации в структуре представлений о риске у врачей сближаются содержательно как ситуации преодоления риска.

Выводы

1. Прямые самооценки рискованности по высоте не различаются у студентов-психологов, студентов-медиков и врачей-профессионалов, однако следует предполагать различия в их субъективных критериях.

2. Самооценки рискованности во всех группах связаны с имплицитными представлениями об осознанном риске, но только у студентов эта самооценка коррелирует с личностной готовностью к риску (положительно) и рациональностью (отрицательно).

3. По сравнению со студентами медицинских специальностей практикующие врачи-профессионалы менее готовы к риску при принятии решений и демонстрируют большую рациональность (как стремление к максимальной информированности в ситуации выбора), что представляется оправданным в связи с серьезностью тех решений, которые врачи принимают в своей профессиональной деятельности.

4. Ситуации, в которых невозможно спрогнозировать последствия и в которых недостаточно информации и контроля, имплицитно воспринимаются врачами как более рискованные, в то время как студенты-медики в большей степени воспринимают ситуации риска как связанные с поиском положительных эмоций, удовольствия.

5. Имплицитные теории риска у студентов более интегрированы между

собой, также в системе самооценок рискованности и личностных факторов принятия решений, чем у врачей-профессионалов.

В отсутствии данных о других специальностях можно предположить,

что дифференциация и обособление имплицитных приспособлений о риске является отличительной особенностью медицинской практики, предположительно носящей защитный характер.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бороздина Л.В. Сущность самооценки и ее соотношение с Я-концепцией // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2011. № 1. С. 54–65.
2. Канеман Д. *Думай медленно... решай быстро*. М., 2013. 656 с.
3. Канеман Д., Словик П., Тверски А. *Принятие решений в неопределенности*. Харьков, 2005. 632 с.
4. Корнилова Т.В. *Диагностика мотивации и готовности к риску*. М., 1997. 231 с.
5. Корнилова Т.В. *Интеллектуально-личностный потенциал человека в условиях неопределенности и риска*. СПб., 2016. 344 с.
6. Корнилова Т.В. *Психология риска и принятия решений*. М., 2003. 286 с.
7. Корнилова Т.В., Веденева Н.В. Самозффективность и ретроспективные самооценки, проявляемые при личностном выборе для себя и предполагаемые при выборе за другого человека // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2014. № 2. С. 6–17.
8. Корнилова Т.В., Чумакова М.А., Корнилов С.А., Новикова М.А. *Психология неопределенности: единство интеллектуально-личностного потенциала человека*. М., 2010. 334 с.
9. Ординова Е.М. Изучение имплицитных теорий как составляющих когнитивного риска // Психологический журнал. 2013. Т. 34. № 1. С. 74–85.
10. Стернберг Р., Форсайт Б., Хедланд Дж., Григоренко Е.Л. *Практический интеллект*. СПб., 2002. 272 с.
11. Талеб Н.Н. *Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости*. М., 2013. 736 с.
12. Bari A., Khan R.A., Rathore A.W. Medical errors; causes, consequences, emotional response and resulting behavioral change // *Pakistan Journal of Medical Sciences*. 2016. Vol. 32 (3). P. 523–528.
13. Furnham A. Self-estimated intelligence, psychometric intelligence and personality // *Psychologia*. 2005. Vol. 48. P. 182–192.
14. Gigerenzer G., Gaissamaier W., Kurz-Milcke E., Schwartz L.M., Woloshin S. Helping doctors and patients make sense of health statistics // *Psychological science in the public interest*. 2007. Vol. 8. № 2. P. 53–96.
15. Iannello P., Mottini A., Tirelli S., Riva S., Antonietti A. Ambiguity and uncertainty tolerance, need for cognition, and their association with stress. A study among Italian practicing physicians // *Medical Education Online*. 2017. Vol. 22 (1) (дата обращения: 03.12.2017).
16. Kuhn G., Goldberg R., Compton S. Tolerance for Uncertainty, Burnout, and Satisfaction With the Career of Emergency Medicine // *Annals of Emergency Medicine*. 2009. Vol. 54 (1). P. 106–113.
17. Nevalainen M., Kuikka L., Pitkälä K. Medical errors and uncertainty in primary healthcare: A comparative study of coping strategies among young and experienced GPs // *Scandinavian journal of primary health care*. 2014. Vol. 32. P. 1–6.
18. Operskalski J.T., Barbey A.K. Risk literacy in medical decision-making // *Science Translational Medicine*. 2016. Vol. 352 (6284). P. 413–414.

REFERENCES

1. Borozdina L.V. [The essence of the self and its relationship to self-concept]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psikhologiya* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Psychology], 2011, no. 1, pp. 54–65.
2. Kaneman D. *Think slowly... solve quickly*. Moscow, 2013. 656 p.
3. Kaneman D., Slovik P., Tverski A. *Decision making in uncertainty*. Kharkiv, 2005. 632 p.
4. Kornilova T.V. *Diagnostics of motivation and risk readiness*. Moscow, 1997. 231 p.
5. Kornilova T.V. *Intellectual-personal potential of the person in conditions of uncertainty and risk*. Saint Petersburg, 2016. 344 p.
6. Kornilova T.V. *Psychology of risk and decision-making*. Moscow, 2003. 286 p.
7. Kornilova T.V., Vedeneeva N.V. [Self-efficacy and retrospective self-evaluation manifested in a personal choice for oneself and expected when choosing for another person]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Psikhologicheskie nauki* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Psychology], 2014, no. 2, pp. 6–17.
8. Kornilova T.V., Chumakova M.A. and others. *Psychology of uncertainty: the unity of the intellectual-personal potential of the person / T. V. Kornilova, M. A. Chumakova, S. A. Kornilov, M. A. Novikova*. Moscow, 2010. 334 p.
9. Ordinova E.M. [The study of implicit theories as components of cognitive risk]. In: *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological journal], 2013, Vol. 34. no. 1, pp. 74–85.
10. Sternberg R., Forsyth B. and others. *Practical intelligence*, R. Sternberg, B. Forsyth, John. Hedland, E. L. Grigorenko. Saint Petersburg, 2002. 272 p.
11. Taleb N.N. *Black Swan. Under the sign of unpredictability*. Moscow, 2013. 736 p.
12. Bari A., Khan R.A., Rathore A.W. *Medical errors; causes, consequences, emotional response and resulting behavioral change*. In: *Pakistan Journal of Medical Sciences*. 2016. V. 32. № 3. P. 523–528.
13. Furnham A. *Self-estimated intelligence, psychometric intelligence and personality*. In: *Psychologia*. 2005. V. 48. P. 182–192.
14. Gigerenzer G., Gaissamaier W., Kurz-Milcke E., Schwartz L.M., Woloshin S. *Helping doctors and patients make sense of health statistics*. In: *Psychological science in the public interest*. 2007. V. 8. № 2. P. 53–96.
15. Iannello P., Mottini A., Tirelli S., Riva S., Antonietti A. *Ambiguity and uncertainty tolerance, need for cognition, and their association with stress. A study among Italian practicing physicians*. In: *Medical Education Online*. 2017. V. 22. № 1. (retrieved 03.12.2017)
16. Kuhn G., Goldberg R., Compton S. *Tolerance for Uncertainty, Burnout, and Satisfaction With the Career of Emergency Medicine*. In: *Annals of Emergency Medicine*. 2009. V. 54. № 1. P. 106–113.
17. Nevalainen M., Kuikka L., Pitkälä K. *Medical errors and uncertainty in primary healthcare: A comparative study of coping strategies among young and experienced GPs*. In: *Scandinavian journal of primary health care*. 2014. V. 32. P. 1–6.
18. Operskalski J.T., Barbey A.K. *Risk literacy in medical decision-making*. In: *Science Translational Medicine*. 2016. V. 352. № 6284. P. 413–414.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Корнилова Татьяна Васильевна – доктор психологических наук, профессор, факультет психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова;
e-mail: tvkornilova@mail.ru

Богачева Наталия Вадимовна – кандидат психологических наук, старший преподаватель, кафедры педагогики и медицинской психологии Первого Московского государственного медицинского университета имени И.М. Сеченова;
e-mail: bogacheva.nataly@gmail.com

Красавцева Юлия Владимировна – аспирант факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова
e-mail: julia.k7@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Kornilova Tatiana – doctor of psychology, professor of general psychology, department of Psychology, Lomonosov Moscow State University;
e-mail: tvkornilova@mail.ru

Nataliya Bogacheva – candidate of psychology, senior lecturer of pedagogy and medical psychology department, Sechenov First Moscow State Medical University;
e-mail: bogacheva.nataly@gmail.com

Yulia Krasavtseva – post-graduate student, department of Psychology, Lomonosov Moscow State University;
e-mail: julia.k7@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Богачева Н.В., Корнилова Т.В., Красавцева Ю.В. Связи самооценок, имплицитных теорий риска и личностной готовности к риску у медицинских работников // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 6–19.

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-6-19

FOR CITATION

Bogacheva N., Kornilova T., Krasavtseva Y. Relationships between self-assessments, implicit theories of risk and medical workers' personal risk readiness. In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology*. 2017. no. 4. Pp. 6–19.

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-6-19

УДК 316.6

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-20-29

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ ЛИЧНОСТИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕЛЕВЕДУЩЕГО

Капустина А.Н.¹, Ермолаева О.Я.²

¹ Санкт-Петербургский государственный университет

199034, г. Санкт-Петербург, набережная Макарова, д. 6, Российская Федерация

² Академия медиаиндустрии

127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлено социально-психологическое исследование профессиональной деятельности и личностных свойств телеведущего, методологической основой которого являются принципы комплексного, междисциплинарного подхода. В рамках данного подхода ставятся задачи социологического и социально-психологического исследования популярности-известности телеведущих и изучения взаимосвязи их личностных и профессиональных свойств. Основными методами исследования были социологический опрос (2110 человек), социально-психологический метод «фокус-группы» (67 человек), метод «экспертная оценка», контент-анализ и психодиагностический метод изучения личности – личностная многофакторная методика Р. Кеттелла (16 PF, форма «С»). В выводах отмечается существование взаимосвязи профессиональных и индивидуально-личностных качеств телеведущего, показано, что зритель воспринимает телеведущего целостно и обобщенно. Основными профессионально-личностными характеристиками являются выраженные социальная и межличностная общительность телеведущего, что способствует коммуникативному типу общения с телевизионной аудиторией.

Ключевые слова: деятельность и личность телеведущего, профессионально-личностные свойства, телеобраз, социальная и межличностная общительность, коммуникативный тип общения.

MULTIDISCIPLINARY APPROACH IN THE RESEARCH OF TV PRESENTER'S PERSONALITY AND ACTIVITIES

A. Kapustina¹, O. Ermolaeva²

¹ Saint Petersburg State University

6, Naberezhnaya Makarova, Saint Petersburg, 199034, Russian Federation

² Media Industry Academy

105, build. 2, Oktyabrskaya ul., Moscow, 127521, Russian Federation

Abstract. The article presents a socio-psychological study of professional activities and personal qualities of the TV presenter, the methodological basis of which are the principles of an integrated, interdisciplinary approach. Under this approach the task of sociological and socio-psychological research of popularity- publicity of TV presenters is solve. Besides, the

relationship of personal and professional characteristics of TV presenters is studied. The main methods of research were: the sociological survey (2110 people), the socio-psychological method of "a focus group" (67 people), the method of "expert evaluation", the content analysis and psychodiagnostic method of studying the psychology of a personality - personal multi-factor methodology by R. Cattell (16 PF, Form C). In the conclusions there is a correlation between the professional and individual-personal qualities of TV presenters. It is shown that the viewer perceives the TV presenter holistically and generalized. The main professional and personal characteristics are the expressed social and interpersonal sociability of the TV presenter. They promote the communicative type of a dialog with the television audience.

Key words: activities and personality of a TV-presenter, professional and personal characteristics, TV image, social and interpersonal sociability, communicative type of a dialog.

В современном обществе формирование общественного сознания во многом зависит от средств массовой информации (СМИ). Из них наибольшее влияние оказывает телевидение как средство информации наиболее доступное большинству групп населения. Особое значение имеют коммуникативная деятельность и личность телеведущего, выполняющего функцию посредника между социумом, окружающей средой и индивидуальным миром человека. Телевидение как общественный институт является одним из самых значительных видов опосредованного общения и выполняет функции расширения знаний и наполнения информацией индивидуального сознания, обогащения индивидуального опыта переживания, демонстрирует определённые формы поведения в различных ситуациях. При восприятии телевизионного сообщения возникает уникальная коммуникативная ситуация, в которой участвуют: телезритель как объект общения, коммуникатор как субъект общения (телеведущий или коллективный автор) и телевизионная передача. Телевидение как вид СМИ имеет некую размерность: происходит визуально-психологический контакт, образующий определённые

взаимосвязи – у зрителя появляется личностное отношение к человеку на экране, к его визуальному образу. При этом запоминается именно тот человек, тот его телеобраз, который в сознании зрителя неразрывно связан с образом конкретного человека и свойственными только ему индивидуальными качествами, поэтому к личности телеведущего независимо от жанра передач, которые он ведёт (информационные, познавательные, развлекательные и др.), со стороны зрителя предъявляются особые требования. Они обусловлены одной из главных социальных функций телеведущего: он является своеобразным индикатором общественного мнения, носителем эталонных (ценностных, этических, эстетических и др.) критериев и становится единицей нравственной категории общества.

В связи с этим внимание к личности и профессии телеведущего с позиций междисциплинарного комплексного подхода [1; 4; 7; 8; 13; 14] становится необходимым для понимания процессов, происходящих в современном обществе.

В период 2014–2016 г. в Санкт-Петербурге нами был осуществлен комплекс социологических и соци-

ально-психологических исследований в рамках общего научного проекта «Телеведущий» кафедры социальной психологии факультета психологии Санкт-Петербургского университета и НП «Медиа Комитет».

Цель работы – применение междисциплинарного комплексного подхода в изучении деятельности телеведущего и его личностных особенностей.

Предмет исследования – профессиональная деятельность телеведущего, его индивидуально-личностные характеристики, особенности зрительского восприятия телеведущих на экране телевизора.

Основные гипотезы:

1. Профессиональная деятельность телеведущего обусловлена социальными запросами общества и определяет его популярность-известностью.

2. Деятельность и личность телеведущего образуют единый связанный комплекс профессиональных и индивидуально-личностных свойств, во многом определяющий его профессиональную деятельность.

Задачи исследования:

1. Проведение социологического опроса для выявления популярности-известности телеведущих, симпатий-антипатий телезрителей к телеведущим.

2. Проведение фокус-групп для выявления профессиональных и личностных качеств телеведущих.

3. Формирование экспертной группы для компетентной оценки профессиональной деятельности и профессиональных качеств телеведущих.

4. Исследование индивидуально-личностных особенностей личности телеведущих с применением 16-факторного личностного опросника Р. Кеттелла (16 PF, форма «С»).

Методы исследования:

Методическое обеспечение исследования было основано на проведении анонимных социологических опросов, социально-психологических методов «фокус-группы», «экспертной оценки», контент-анализа и применения 16-факторного личностного опросника Р. Кеттелла (16 PF, форма «С»). Математико-статистическими методами явились критерий различий t-Стьюдента, корреляционный анализ r-Пирсона.

Выборка социологического опроса состояла из 2110 человек – жителей Санкт-Петербурга: мужчин и женщин, различного возраста (15–70 лет), образования и социального статуса. В фокус-группах приняли участие 67 человек. Группа экспертов состояла из 9 человек.

Объект исследования – ведущие телепередач Петербургского телевидения (всего 79 человек), работающие в разных жанрах (информационные, аналитические, «ток-шоу», развлекательные и др.).

Исследование проводилось в несколько этапов:

На первом этапе были проведены анонимные социологические опросы (N = 2110 человек) методом телефонного опроса¹ для определения популярности телеведущих и выявления симпатий-антипатий к каждому ведущему, который известен телезрителям.

Согласно социологическим исследованиям, одним из основных показателей успешности данного вида

¹ Телефонные опросы проводились по случайной выборке номеров домашних стационарных телефонов, сформированной на основе базы городских телефонных номеров с учётом районирования АТС.

деятельности является «популярность-известность» телеведущего [3; 11; 15]. Для изучения этого показателя были использованы социологические методы определения «спонтанного» и «наведённого» рейтинга известности ведущих¹. «Спонтанный» рейтинг известности – в ходе опроса респондентов просили назвать фамилии известных им телеведущих без напоминания. «Наведённый» рейтинг известности – опрашиваемому предъявлялся вопрос с перечислением фамилий телеведущих. Как правило, «наведённый» рейтинг выше «спонтанного». Только около 23% горожан смогли назвать фамилии ведущих без напоминания («Спонтанный рейтинг известности»). Проведение «наведённого» рейтинга показало, что вспомнить ведущего легче после предъявления списка фамилий (52%). Называют, как правило, тех, кто привлёк к себе внимание, а это зависит прежде всего от частоты и «стажа» появления ведущего в эфире. Так, наиболее популярными оказались ведущие программ новостей (59%), потому что информационные программы удовлетворяют самую большую и насущную потребность человека как телезрителя – потребность в получе-

нии информации. На втором месте – ведущие популярных развлекательных программ и ток-шоу (31%).

Каждому, кто сказал, что знает того или иного ведущего передачи, было предложено ответить на вопрос: «Нравится он или не нравится, и коротко скажите почему?». Выяснилось, что для подавляющего большинства телезрителей, если ведущие известны, то они им нравятся. Американский исследователь Б. Куртис утверждает, что большое значение для популярности телеведущего имеют: голос и манера говорить, умение держаться в кадре, манера подачи информации, личная привлекательность, внешний вид [12]. Контент-анализ ответов респондентов выявил, что негативных оценок мало. Подавляющее большинство наших респондентов позитивно оценивают те качества ведущих, в которых в основном преобладают оценки характеристик внешнего вида телеведущих (симпатичный, обаятельный, стильный и т. д. (35%)).

В ходе исследования выявилась некоторая специфика в восприятии аудитории телеведущих-мужчин и телеведущих-женщин. В высказываниях о мужчинах чаще встречается оценка деловых и профессиональных качеств: хорошее ведение передачи, умение задавать вопросы, быстрая реакция на высказывания гостей в студии и др. (57%). При оценке телеведущих-женщин большинство телезрителей отмечают их внешность: симпатичная, приятная, привлекательная; оценивается манера одеваться, макияж, причёска (62%), т. е. восприятие женщины-телеведущей связано прежде всего с существующим в обществе стереотипом восприятия женщин вообще, без акцента на её телевизионную профессию,

¹ Опрос в социологии массовых коммуникаций – это метод сбора данных, при котором получают информацию непосредственно от представителей населения. Распространённый способ потребительской оценки в ходе массового опроса – определение популярности-известности средства коммуникации. Для этого используется «спонтанный рейтинг известности», выясняемый в ходе опроса, интервьюирования или анкетирования респондентов. Другой способ – «наведённый рейтинг известности». Опрашиваемому предъявляется логотип издания, канала, само издание, и/или вопрос сопровождается перечислением каналов, фамилий телеведущих и т. д.

что подтверждает и ранее полученные факты [5].

Контент-анализ высказываний телезрителей показал, что большинство респондентов своё впечатление от телеведущих выражают общими словами «нравится / не нравится» (64%), но мало кто из них может объяснить, почему именно «нравится / не нравится» тот или иной телеведущий (11%).

На втором этапе для более углублённого содержательного анализа результатов социологических опросов были проведены *фокус-группы*. Цель проведения фокус-групп (N=67) – выявление отношения к телеведущим и оценка их профессиональных и личностных качеств. Состав участников группы (по 12–14 человек) формировался в соответствии со структурой реальной аудитории: мужчины и женщины в возрасте от 15 до 70-ти лет с высшим, средним специальным и средним образованием, рабочие, служащие, специалисты, предприниматели, учащиеся, в том числе студенты, домохозяйки.

Процедура проведения фокус-группы:

1. Инструктаж участников фокус-группы.
2. Предъявление материалов:
 - стоп-кадры с портретами ведущих;
 - видеозапись фрагментов программ с участием ведущих.
3. Фиксация результатов:
 - фиксация участниками своих впечатлений в соответствии с инструкцией в ответных листах;
 - видеозапись проведения фокус-группы.
4. Дискуссия – обсуждение и обмен впечатлениями.

При оценке телеведущих респонденты отметили как главное – «общее впечатление», которое фиксируется ими в категории «нравится / не нравится», без дифференциации на человеческие и профессиональные качества. Анализ результатов (узнавание ведущего по видеопортрету, ответ на вопрос, кого из ведущих знаете) обнаружил, что идентификация зрительного образа и фамилии телеведущего – процесс сложный и длительный, связанный с особенностями восприятия человека человеком, которое является опосредованным и обобщённым [2; 13]. Письменные отчёты, анализ видеозаписи дискуссии, устных высказываний участников фокус-группы свидетельствуют о той же тенденции оценивания по «общему впечатлению», в которых часто не происходит адекватной оценки человеческих и профессиональных качеств телеведущих.

В предыдущих исследованиях было выявлено, что эффективность деятельности и качественные характеристики телеведущих должны оцениваться компетентными экспертами, поэтому фокус-группы должны комплектоваться в том числе и из них. В связи с этим, *третьим этапом* исследования (3 задача исследования) стала *экспертная оценка* профессиональной деятельности и профессиональных качеств личности телеведущих. Учитывая специфику деятельности телеведущих, при подготовке организации экспертной оценки необходимо соблюдать определённые принципы отбора экспертов. Прежде всего это требование профессионализма, компетентности эксперта в своей области, а также его авторитетность, известность и популярность. Большое значение имеет

принцип разнообразия специалистов, которые могут дать оценку происходящим общественным процессам, оценить уровень профессионального мастерства и психологических особенностей телеведущего. На основе этих требований была сформирована фокус-группа экспертов, состоящая из различных специалистов: социальный психолог – 2 человека; профессиональный телекритик – 2 человека; социолог – 2 человека; журналист, аналитик телепередач – 1 человек; политолог – 1 человек, культуролог – 1 человек (всего 9 человек).

Объектом экспертной оценки (по 10-ти бальной шкале) стали 79 телеведущих, наиболее известных телезрителям по результатам социологического опроса. Для оценки деятельности ведущих были выделены основные её качества: телегеничность, внешняя выразительность, телеобраз, общительность, убедительность, профессионализм, которые и определяют перспективы профессионального роста. Общая оценка успешности проводилась с учётом жанра передач, в которых работают телеведущие. Перспективность их профессионального роста, которую отметили эксперты, в дальнейшем подтвердилась и жизненными показателями: большинство из них в своей деятельности проявили себя как наиболее популярные и наиболее нравящиеся телезрителям (76%). В результате эксперты как особо успешных и перспективных телеведущих выделили 27 человек.

Для доказательства правомерности выдвижения второй гипотезы необходимо было получение развёрнутой дифференцированной оценки личностных и профессиональных качеств

телеведущих. В связи с этим *четвёртый этап* исследования включал в себя изучение индивидуально-личностных свойств и их взаимосвязи с профессиональными качествами телеведущего.

По результатам социологических опросов, фокус-групп и оценок экспертов были выделены две крайние группы по критерию успешности телеведущих. Одна группа – «наиболее успешные, перспективные» – 27 человек (19 мужчин и 8 женщин), средний возраст – 33,4 года, стаж работы – 4,9 года. Другая – «наименее успешные» – 31 человек (16 мужчин и 15 женщин), средний возраст – 37,5 лет, стаж – 6,9 лет.

Изучение индивидуально-личностных особенностей телеведущих этих двух групп проводилось с использованием личностной многофакторной методики Р. Кеттелла (форма «С») [16; 6].

Исследование показало, что профили личности «наиболее успешных» (N=27) и «наименее успешных» (N=31) телеведущих в целом совпадают, но есть различия по степени выраженности этих качеств. Сравнительный анализ средних величин показателей методики Р. Кеттелла указывает на то, что группа *наиболее успешных телеведущих*, определяется большей по сравнению с группой *неуспешных*, выраженностью перечисленных выше личностных качеств. Статистически значимые различия на 0,1% уровне выявлены по показателям этих групп и представлены на рисунке 1.

Статистически значимые различия ($r=2,58$, $p<0,01$) в пользу группы успешных телеведущих обнаружены по большинству показателей (9 из 16-ти). Они характеризуют: выражен-

ную межличностную общительность (А, N); эмоциональную выразительность в общении, артистизм, чувствительность, саморефлексию (Е, I, O);

независимость поведения и самостоятельность в принятии решений (Е, Q2); саморегуляцию и адекватность самооценки (Q3, MD).

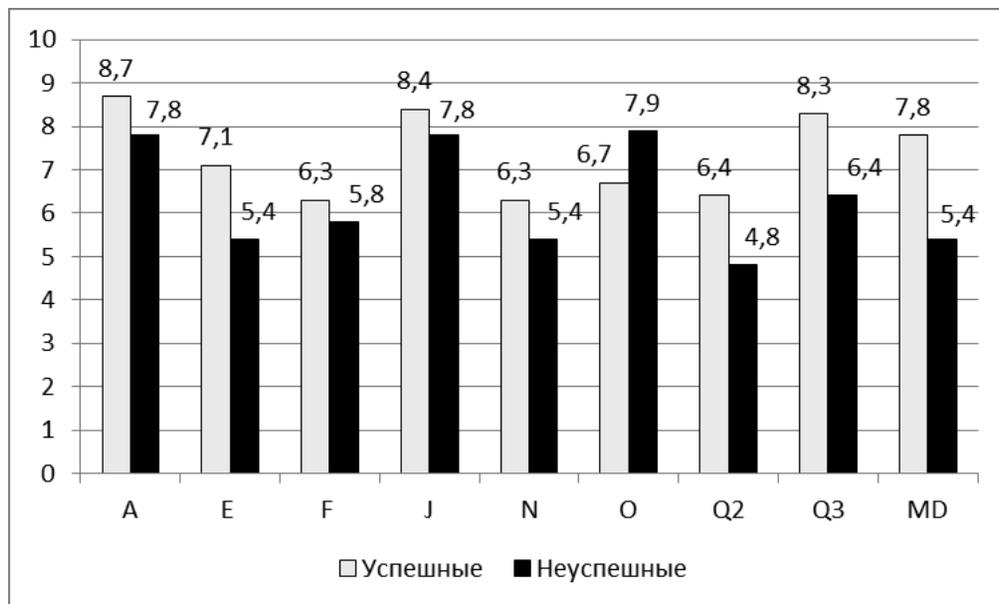


Рис. 1. Статистически значимые различия на 0,01% уровне по показателям методики Р. Кеттелла

Корреляционный анализ по группе «наиболее успешных телеведущих» (N=27) выявил положительные тесные взаимосвязи показателей экспертных оценок профессиональных качеств и личностных факторов методики Р. Кеттелла ($r=0,487$, $p<0,01$). Взаимосвязи образуют обобщённую и целостную корреляционную плеяду, центральными признаками которой являются плотно связанные между собой показатели экспертной оценки «телеобраз» и методики Р. Кеттелла «самооценка» (MD). В целом корреляционный анализ констатировал образование единого связанного комплекса профессиональных и индивидуально-личностных свойств телеведущих.

Выводы

Проведённое исследование подтвердило выдвинутые гипотезы и позволило сделать обобщённые выводы:

1. Проведённый социологический опрос показал, что более известными-популярными являются те телеведущие, которые чаще появляются на экране.

2. При проведении фокус-групп было выявлено, что при оценке телеведущих телезрителями главным является «общее впечатление», которое фиксируется в категориях «нравится / не нравится», без дифференциации на их человеческие и профессиональные качества.

3. Экспертная оценка компетентных экспертов выявила основные профессиональные качества телеведущих: внешнюю выразительность, телеобраз, общительность, убедительность, профессионализм – которые определяют перспективность профессионального роста.

4. Результаты исследования выявили, что показатели деятельности и личности телеведущего образуют единый связанный комплекс профессиональных и индивидуально-личностных свойств. Личностные свойства телеведущих как активных субъектов телеобщения отражаются (проецируются) при формировании их экранного образа и воспринимаются зрителями как значимый другой [9; 10].

В заключение следует отметить, что в связи со спецификой изучаемой проблематики её социальной значимостью и актуальностью для современного об-

щества представленное исследование показало необходимость применения комплексного междисциплинарного подхода в изучении деятельности и личности телеведущего с позиций таких наук, как социология, социальная психология и психология личности. Именно такой подход обеспечивает возможность наиболее всестороннего полного и глубокого исследования – в отличие от использования отдельного отраслевого дисциплинарного подхода – данного социально-психологического феномена.

Таким образом, комплексный междисциплинарный подход обладает определённой перспективой в изучении влияния средств массовой информации (СМИ) и их представителей на формирование ценностей, установок, убеждений и мировоззрения современного человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. 3-е изд. СПб., 2001. 288 с.
2. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М., 1982. 200 с.
3. Единый словарь терминов, определений, показателей и параметров радиоаудитории [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/docs/reglaments/termins.html> (дата обращения: 23.08.2017).
4. Журавлёв А.Л. Специфика междисциплинарных исследований в психологии // Психологический журнал. 2002. Т. 23. № 6. С. 83–86.
5. Знаков В.В. Психология понимания: проблемы и перспективы. М., 2005. 448 с.
6. Капустина А.Н. Многофакторная личностная методика Р. Кеттелла. М., 2014. 112 с.
7. Кольцова В.А., Журавлёв А.Л. Введение: уникальность научного подхода Б.Г. Ананьева // Методология комплексного человекознания и современная психология. М., 2008. С. 9–13.
8. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М., 1984. 444 с.
9. Матвеева Л.В., Петракова Е.Е. Значимый другой в телевизионном общении // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. 2014. Т. 9. С. 39–56.
10. Матвеева Л.В. и др. Особенности восприятия эмоциональных состояний в информационной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2016. С. 23–39.

11. На пути к общемировому стандарту измерения телевизионной аудитории (русская версия «Towards global guidelines for television audience measurement (GGTAM), European Broadcasting Union, 1999»). М., 2005. 192 с.
12. Органов Г.С. TV по-американски. М., 1985. 243 с.
13. Панфёров В.Н. Психология человеческих отношений. СПб., 2009. 497 с.
14. Почебут Л.Г. Социальная психология. СПб., 2017. 400 с.
15. Связь с аудиторией в телекоммуникации. Ч. 2 / Л.В. Матвеева и др. М., 1991.
16. Cattell R.B., Eber H.W., Tatsuoka M.M. Handbook of the sixteen personality factor questionnaire (16PF). Campaign Illinois, 1970.

REFERENCES

1. Anan'ev B.G. Man as a subject of knowledge. Saint Petersburg, 2001. 288 p.
2. Bodalev A.A. The perception and understanding of the human person. Moscow, 1982. 200 p.
3. *Edinyi slovar' terminov, opredelenii, pokazatelei i parametrov radioauditorii. M., 2008. 131 s. [Elektronnyi resurs].* [Common vocabulary of terms, definitions, indicators and parameters of the radio audience. M., 2008. 131 p. [Electronic source].] URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/docs/reglaments/termins.html> (request date 23.08.2017)
4. Zhuravlev A.L. [The specificity of interdisciplinary studies in psychology]. In: *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological journal], 2002, Vol. 23. no. 6, pp. 83-86.
5. Znakov V.V. The psychology of understanding: problems and prospects. Moscow, 2005. 448 p.
6. Kapustina A.N. R. Cattell's multifactor personal technique. Moscow, 2014. 112 p.
7. Kol'tsova V.A., Zhuravlev A.L. [Introduction: the uniqueness of B. G. Ananiev's scientific approach]. In: *Metodologiya kompleksnogo chelovekoznaniya i sovremennaya psikhologiya* [The methodology of complex studies of human nature and modern psychology]. Moscow, 2008. pp. 9-13.
8. Lomov B.F. Methodological and theoretical problems of psychology. Moscow, 1984. 444 p.
9. Matveeva L.V., Petrakova E.E. [The significant other in television communication]. In: *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Psikhologiya* [Bulletin of Irkutsk State University. Series: Psychology]. 2014. pp. 39-56.
10. Matveeva L.V. and others [Features of perception of emotional states in the information communication]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2016, pp. 23-39.
11. *Na puti k obshchemirovomu standartu izmereniya televizionnoi auditorii (russkaya versiya «Towards global guidelines for television audience measurement (GGTAM), European Broadcasting Union, 1999»)* [Towards the global standard of measuring the television audience (Russian version of "Towards global guidelines for television audience measurement (GGTAM), European Broadcasting Union, 1999")]. Moscow, 2005. 192 p.
12. Organov G.S. American-type TV. Moscow, 1985. 243 p.
13. Panferov V.N. Psychology of human relations. Saint Petersburg, 2009. 497 p.
14. Pochebut L.G. Social psychology. Saint Petersburg, 2017. 400 p.
15. *Svyaz' s auditoriei v telekommunikatsii. CH. 2 / L.V. Matveeva, N.B. SHkoporov, N.N. Tretyakov i dr* [The connection with the audience in telecommunications. Part 2 / L. V. Matveeva, N. B. Saparov, N. N. Tretyakov, etc]. Moscow, 1991.
16. Cattell R.B., Eber H.W., Tatsuoka M.M. Handbook of the sixteen personality factor questionnaire (16PF) – Campaign Illinois. 1970.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Капустина Александра Николаевна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной психологии факультета психологии Санкт-Петербургского государственного университета;
e-mail: Kan45@mail.ru

Ермолаева Ольга Яковлевна – кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, ведущий научный сотрудник научно-исследовательского сектора Академии медиаиндустрии;
e-mail: ermolaeva@mediakomitet.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Aleksandra N. Kapustina – PhD in Psychological sciences, associate professor at the Department of Social Psychology, Faculty of Psychology, Saint Petersburg State University;
e-mail: Kan45@mail.ru

Olga Ya. Ermolaeva – PhD in Psychological sciences, senior researcher, leading researcher at the Scientific and Research Sector, Media Industry Academy;
e-mail: ermolaeva@mediakomitet.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Капустина А.Н., Ермолаева О.Я. Междисциплинарный подход в изучении личности и деятельности телеведущего // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 20–29.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-20-29

FOR CITATION

Kapustina A.N., Ermolaeva O.Ya. Multidisciplinary approach in the research of TV presenter's personality and activities. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Psychology*, 2017, no. 4, pp. 20–29.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-20-29

РАЗДЕЛ II. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9.07

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-30-37

КОЛЛЕКТИВНЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ИНТЕГРАЦИИ В ПРАЗДНИЧНОЙ КУЛЬТУРЕ*

Борисова А.М.

Институт психологии Российской академии наук

129366, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13., Российская Федерация

Аннотация. В статье поднимается вопрос о коллективности как факторе интеграции группы в период праздников. Согласно теоретическому анализу, праздник как социально и культурно обусловленный феномен по своему происхождению носит коллективный характер. Задача данного исследования состояла в том, чтобы выяснить, какова картина праздника современного человека и содержатся ли в ней признаки коллективной направленности, отражающие стремление к единению с другими. По результатам эмпирического исследования с помощью контент-анализа были выявлены компоненты, составляющие картину праздника респондентов, и подтверждено, что данные компоненты содержат черты коллективности. Показано, что коллективные проявления во время празднования способствуют общей групповой интеграции и подкрепляют чувство идентичности каждого члена группы, которое является основой для восприятия настоящего единства.

Ключевые слова: культурные ценности, психология праздника, коллективность, групповая интеграция, картина праздника, личность.

MANIFESTATIONS OF COLLECTIVITY AS A PSYCHOLOGICAL FACTOR OF INTEGRATION IN THE CULTURE OF HOLIDAYS

A. Borisova

Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences

13, Yaroslavskaya ul., Moscow, 129366, Russian Federation

Abstract. The article raises the question of collectivity as a factor of group integration during holidays. According to the theoretical analysis holidays as a socio-cultural phenomenon have collective nature by its origin. The aim of the study was to find out what the modern individual's picture of celebration can look like and whether this picture includes any signs of collective

© Борисова А.М., 2017.

* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, проект №16-06-00859 / The work is executed at financial support of RFBR, project №16-06-00859

orientation, reflecting the desire to unite with the others. The results of the empirical study processed by content analysis enabled to identify the components that make up the picture of the holiday. It was confirmed that these components contain signs of collectivity. It is concluded that manifestations of collectivity during holidays are of great importance as they stimulate group integration and reinforce the sense of identity of each member of the group. The latter is the basis for perceiving real unity.

Key words: cultural values, psychology of a holiday, collectivity, group integration, the picture of celebration, personality.

Праздники являются не только неотъемлемой, но и абсолютно необходимой частью человеческой жизнедеятельности, поскольку обеспечивают смену трудового ритма на особый период, свободный от каждодневных дел и забот. Специфичность этого времени определяется тем, что в праздник «весь мир представлен сквозь призму человеческих ценностей и смыслов, когда экзистенция, социальное бытие и природа схвачены сознанием как целостность» [6, с. 93]. Целостность восприятия позволяет человеку полнее испытать свою сопричастность с другими, ощутить себя неотделимой частью большого целого – той социальной группы, к которой он принадлежит. С самого рождения человек оказывается погружённым в социальную среду, в которой он регулярно координирует свои действия с действиями других. Формирование его психики и всего субъективного опыта происходит под влиянием сложившегося в определённый момент культурно-исторического контекста. Праздники, являясь «единицей» этого контекста, оказываются таким периодом, когда члены группы имеют возможность, собравшись вместе, получить образцы некоторого коллективного опыта, в котором каждый, проявляя себя, одновременно получает обратную связь и поддержку от других себе подобных.

В нынешней ситуации социальной разобщённости, социального расслоения и отсутствия чёткой идеологической стратегии актуальность исследования совместной активности людей очевидна, поскольку даёт понимание, что именно в общественной жизни может служить своего рода «подкреплением» для столь необходимого человеку ощущения «я – мы». Новизна состоит в обращении в данном исследовании к такому культурному феномену, как праздник, позволяющему увидеть определённые интеграционные процессы в обществе.

Уходя корнями вглубь веков, праздник представляет собой значимое событие для той или иной общности людей, которые в определённое время и определёнными действиями «воссоздают», по словам М. Элиаде, «первую реальность», «время начала» [11] в настоящем. Воспроизведение в настоящем одних и тех же мифических событий осуществляется не одним отдельным человеком, а группой, которая имеет своей целью, собравшись вместе, совершить определённые ритуальные действия по поводу важного для группы события. Основываясь на этом факте, можно заключить, что праздник изначально носит коллективный характер. По мнению К. Жигульского, «праздники коллективны не только в том смысле, что в них уча-

ствует множество собравшихся личностей; они – достояние группы, и именно группа себя в них выражает» [9, с. 37]. Самые первые праздники выполняли две важнейших функции: с их помощью люди «договаривались» с окружающим миром, восстанавливали порядок мироздания, что давало им уверенность в их благополучном существовании в дальнейшем; на время празднования все члены группы объединялись, и в этом состояла вторая – интегрирующая – роль праздника.

С течением времени праздник упрочивает свои позиции в качестве социального регулятора [4]. Когда время становится предметом осознания человеческого коллектива, праздник постепенно становится «формой культуры» [2], результатом локализации общения как во времени, так и в пространстве. С появлением календаря праздничный цикл составляют значимые для конкретной группы даты и события, связанные с её историческим и культурным прошлым, с её общим благом, удовлетворяющие потребности в подтверждении и уважении её ценностей. Таким образом, праздник и на более поздних этапах своего развития остаётся социальным явлением, отражающим прежде всего групповое общение и взаимодействие, которые имеют коллективный характер.

Цель нашего психологического исследования состояла в том, чтобы выяснить, какова картина праздника современного человека и присутствуют ли в ней признаки коллективной направленности, отражающие его стремление к соучастию, к объединению с другими. Гипотеза исследования: мы предположили, что на время празднования в обществе (как большой

социальной группе) проявляются некоторые черты коллективности и что эти коллективные проявления способствуют интеграции всех членов группы. Для проверки гипотезы были поставлены следующие задачи: 1) с помощью теоретического анализа выделить черты, характерные для коллективных проявлений; 2) сравнить полученные характеристики с данными эмпирической части исследования.

Чтобы раскрыть суть коллективности как таковой, обратимся к работам отечественных исследователей данного вопроса. В.М. Бехтерев под коллективом понимал социальное объединение, которое «...в своей основе всегда имеет связующее нечто, как, например, общее настроение, общее наблюдение, общее сосредоточение, общее обсуждение, общее решение... и общность или единство цели и действий» [3, с. 41]. В ситуации праздника таким *связующим нечто* является общая идея, имеющаяся в его содержании, т. е. тот смысл, который и определил его появление. Эта общая идея должна быть понятна всем, поскольку она побуждает членов сообщества собраться вместе и совершить определенные действия по актуализации этой идеи и подтверждению ее социальной значимости на текущий момент. Именно «общее участие членов группы в совместной групповой деятельности», – писала Г.М. Андреева, – обуславливает формирование психологической общности между людьми...», и тогда группа «становится социально-психологическим феноменом» [1, с. 182]. *Совместная групповая деятельность*, которую А.В. Петровский охарактеризовал как «социально значимую, отвечающую как потребностям общества,

так и интересам личности» [10, с. 5], заключается в совместных действиях, которые люди совершают во время праздника. *Психологическая общность* в праздновании проявляется в общем настроении, которым охвачены празднующие люди в этот момент. По мнению А.И. Донцова, «коллектив как некоторое множество взаимосвязанных людей, может выступать совокупным субъектом целостных психологических феноменов... Целостных, т.е. порождаемых всей системой коллективной активности людей» [7, с. 86]. Мы полагаем, что одним из целостных психологических феноменов является феномен коллективных чувств, который, по мнению Т.П. Емельяновой, представляет составную часть психической жизни больших социальных групп, «тесно связанной с ценностями, идеалами, групповыми потребностями, социальными представлениями и менталитетом в целом» [8, с. 6].

На основании теоретического анализа мы получили следующие черты, раскрывающие суть коллективных проявлений во время праздника: 1) наличие связующей (общей для всех) идеи; 2) осуществление совместной групповой деятельности; 3) возникновение психологической общности; 4) проявление феномена коллективных чувств.

Выборку нашего исследования составили 169 взрослых респондентов (старше 19 лет), жителей России, средний возраст 38 лет; мужчины 25%, женщины 75%. Респондентам предлагалось ответить на вопросы анкеты открытого типа, разработанной М.И. Воловиковой. Анкета состояла из следующих пунктов: назвать ассоциации со словом «праздник», завершить неоконченное предложение «Для меня

праздник – это...», а также описать особенно запомнившийся праздник и пояснить, чем именно он запомнился.

В результате обработки ответов, полученных с помощью метода неоконченных предложений, используя контент-анализ, были выделены следующие смысловые слова-единицы: *родные* (83%), *близкие* (79%), *друзья* (72%), *встреча* (68%), *стол / застолье* (67%), *радость* (67%), *веселье* (65%), *хорошее настроение* (63%), *общение* (62%), *отдых* (61%), *много* (60%), *вся / все* (58%). Из полученных слов можно заключить, что праздник для респондентов представляется как *встреча с их ближайшим окружением в хорошем настроении за общим столом с целью пообщаться и отдохнуть, испытывая при этом радость и веселье*.

Черты коллективности, на наш взгляд, проявились в обязательной встрече с близкими и друзьями, что отражает потребность респондентов отмечать праздник в окружении других людей. Само событие побуждает людей встретиться, собраться – это соответствует «связующему нечто». Застолье содержательно отвечает той же идее единения, обозначая общее место сбора. Слова «много» и «все» говорят о наличии большого количества окружающих: «много народу», «много друзей, коллег»; «вся семья», «все вместе», «все в сборе». Общее участие соответствует «совместной групповой деятельности», направленной на общение и отдых. «Психологическая общность» проявилась в хорошем настроении. Стремление быть среди людей, иметь возможность разделить с ними свое состояние, эмоции и чувства, которые сопровождают нас в праздник, и является проявлением «феномена кол-

лективных чувств», когда, с одной стороны, находясь среди других, человек заряжается атмосферой, исходящей от окружающих, а с другой – переживая внутри себя определенные эмоции, он видит отклик на них в других. Подобный двусторонний «обмен» способствует возникновению чувства единения со всеми, так необходимого во время праздника.

Ситуация, когда все общество выступает единым целым, возможна лишь в том случае, если провозглашаемые идеи и традиционные нормы принимаются и одобряются большинством. В противном случае происходит либо обновление содержательного компонента праздника, либо его полное забвение, либо его замена другим праздником, отвечающим новым значимым идеалам. В случае искусственного насаждения, когда большая часть общества не разделяет или не понимает значения нового праздника, принятие его и само празднование оказываются проблематичными.

Известно, что в переломные моменты в социально-экономической и культурной жизни общества праздник служит инструментом для утверждения новых взглядов и образцов организации коллективной жизни. Праздничный календарь нашей страны не раз служил подтверждением таких изменений [5]. Последнее нововведение современного праздничного цикла связано с тем, что в 2005 г. был отменен день годовщины октябрьской революции (7 ноября) и учрежден День народного единства, отмечаемый 4 ноября.

Второй этап нашего эмпирического исследования заключался в разработке анкеты, которая размещалась на сайте Института психологии РАН каждый

год, начиная с 2007, в осенний период. Анкета построена по тем же принципам, что и анкета первого этапа исследования, и включает следующие вопросы: продолжить предложение «Для меня праздник 4 ноября – это ...»; назвать первые три слова, которые приходят на ум в связи со словами «праздник 4 ноября»; ответить, был ли праздник 4 ноября, который особенно запомнился, и если да то чем; написать, что означает старый (теперь) праздник 7 ноября.

Выборку составили 293 респондента (мужчин 27%, женщин 73%), средний возраст – 36 лет, из разных регионов России. Анализируя ответы, полученные в неоконченном предложении («Для меня праздник 4 ноября – это ...»), мы имели возможность сравнить данные первого и второго этапов – насколько картина обычного праздника будет соответствовать сложившимся представлениям о новом – Дне народного единства.

Из полученного массива ответов подавляющее большинство заканчивали данное предложение словом *выходной* (93%); затем упоминались: *непонятно что* (60%), *обычный день* (58%), *не праздник* (56%), *придуманный (навязанный) праздник* (53%), *вместо 7 ноября* (51%), *день народного единства* (49%), *день освобождения Москвы* (44%), *новое / нововведение* (43%). По ответам респондентов видно, что пока 4 ноября остаётся просто выходным и праздником не воспринимается, что частично оправдано относительно недавним введением праздника. Динамика изменения в восприятии этой даты небольшая и выражается в том, что теперь практически все знают название этого праздника, а также оказалось

заметным снижением агрессивного к нему отношения, которое теперь сменилось недоумением и попыткой понять смысл его назначения. Никаких признаков коллективных проявлений в ответах респондентов обнаружено не было.

Для сравнения приведём результаты ответов, касающихся бывшего государственного праздника, отмечаемого в нашей стране 7 ноября. На вопрос – «Что для Вас означает старый (теперь) праздник 7 ноября?» – большинство ответило: (*теперь уже / сейчас*) *ничего* (62%); далее в порядке убывания – *демонстрация / парад* (58%), *революция / годовщина революции* (49%), *праздник* (38%), *детство / детский* (36%), *единство / сплоченность* (35%), *воспоминания* (33%), *история / историческая дата* (32%), *народ / народный* (31%), *прошлое* (29%), *память / памятная дата* (26%). Черты коллективности проявились в следующих словах: *демонстрация/парад* – форма коллективного участия в празднике («совместная групповая деятельность»); *революция / годовщина революции* – отражает суть, назначение праздника («связующая идея»); *праздник, единство / сплоченность, история, народ, память* – отчасти являются проявлением феномена коллективных чувств. Включение слов *детство / детский, воспоминания, прошлое* свидетельствует о том, что этот праздник некоторыми респондентами отмечался в детстве и остался в их воспоминаниях.

Поскольку годовщина революции – это чисто идеологический государственный праздник, недостающую теплоту и душевность этого дня люди восполняли домашним застольем, что придало этому празднику некоторый

оттенок семейного характера. Подтверждением этому служат такие слова в полученных ответах: *родители (родственники), семья / семейный, радость, подъем, стол* – они не набрали больших показателей у респондентов, что вполне закономерно ввиду отмены данного праздника. Сам факт их появления продемонстрировал, что картина праздника очень схожа с той, которую мы получили на первом этапе нашего исследования. Очевидно, ее можно назвать привычной для отвечающих, т. е. той, которая соответствует их пониманию и ожиданию. Получилось, что день 7 ноября соединил в себе общественно-государственную и семейную составляющие, что и позволило ему стать настоящим праздничным днем, а не просто выходным.

Выводы:

– для праздничного периода действительно характерно общее стремление членов социума к объединению с другими (близкими, коллегами, всей группой, властью);

– выделенные теоретическим путем черты коллективности в праздновании при сопоставлении с эмпирическими данными в целом подтвердились, что свидетельствует о наличии интеграционных процессов в праздничной деятельности;

– согласно полученным результатам, основное содержание праздника составляет общение с родными и близкими (семейная составляющая) – компонент, который был выявлен на обоих этапах нашего исследования; очевидно, без него праздничный день не станет действительным праздником;

– праздник 7 ноября подтвердил действенность того инструментария,

который был использован по его учреждению в праздничный календарь государством.

Итак, любой праздник имеет социально и культурно обусловленный характер и несёт в себе черты коллективности.

Коллективные действия и коллективные переживания во время празднования способствуют общей групповой интеграции и подкрепляют чувство идентичности каждого члена группы, которое является основой для восприятия настоящего единства.

В ситуации государственного праздника ценности коллективной жизни актуализируются одновременно на двух уровнях – личном и общественном – и либо подтверждаются, либо обновляются.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1980. 416 с.
2. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М., 1990. 545 с.
3. Бехтерев В.М. Коллективная рефлексология. Петроград, 1921. 432 с.
4. Борисова А.М., Воловикова М.И. Психолого-мировоззренческие функции праздника в российском обществе // Психологические проблемы современного российского общества / отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. М., 2012. С. 105–124.
5. Воловикова М.И., Борисова А.М. Социально-психологические последствия изменений праздничного календаря // Наука. Культура. Общество. 2015. № 4. С. 63–75.
6. Гужова И.В. Целостная модель праздника как феномена культуры // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2006. Вып. 7 (58). С. 92–95.
7. Донцов А.И. Психология коллектива (методологические проблемы исследования). М., 1984. 208 с.
8. Емельянова Т.П. Феномен коллективных чувств в психологии больших социальных групп // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2016. Т. 1. № 1. С. 3–22.
9. Жигульский К. Праздник и культура. М., 1985. 336 с.
10. Петровский А.В. Личность. Деятельность. Коллектив. М., 1982. 256 с.
11. Элиаде М. Священное и мирское. М., 2013. 144 с.

REFERENCES

1. Andreeva G.M. Social psychology. Moscow, 1980. 416 p.
2. Bakhtin M.M. Francois Rabelais's creative activity and folk culture of the middle ages and Renaissance. Moscow, 1990. 545 p.
3. Bekhterev V.M. Collective reflexology. Petrograd, 1921. 432 p.
4. Borisova A.M., Volovikova M.I. [Psycho-ideological functions of the holiday in the Russian society]. In: *Psikhologicheskie problemy sovremennogo rossiiskogo obshchestva; otv. red. A.L. Zhuravlev i E.A. Sergienko* [Psychological problems of modern Russian society; ed. edited by A.L. Zhuravlev and E.A. Sergienko]. Moscow, 2012. pp. 105–124.
5. Volovikova M.I., Borisova A.M. Socio-psychological effects of changes in the holiday calendar. In: *Nauka. Kul'tura. Obshchestvo* [Science. Culture. Society]. 2015. no. 4. pp. 63-75.
6. Guzhova I.V. Holistic model of a festival as a cultural phenomenon. In: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State Pedagogical University]. 2006. no. 7 (58). pp. 92–95.

7. Dontsov A.I. The psychology of the team (methodological problems of research). Moscow, 1984. 208 p.
 8. Emel'yanova T.P. The phenomenon of collective feelings in the psychology of large social groups. In: *Institut psikhologii Rossiiskoi akademii nauk. Sotsial'naya i ekonomicheskaya psikhologiya* [Institute of psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and economic psychology]. 2016. Vol. 1. no. 1. pp. 3–22.
 9. ZHigul'skii K. Holiday and culture. Translated from Polish. Moscow, 1985. 336 p.
 10. Petrovskii A.V. Personality. Activity. The team. Moscow, 1982. 256 p.
 11. Eliade M. The sacred and the secular. Moscow, 2013. 144 p.
-

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Борисова Анастасия Михайловна – младший научный сотрудник лаборатории психологии личности Института психологии Российской академии наук;
e-mail: anamibo@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Anastasiya M. Borisova – junior research worker, personality psychology laboratory, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences;
e-mail: anamibo@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Борисова А.М. Коллективные проявления как психологический фактор интеграции в праздничной культуре // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 30–37.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-30-37

FOR CITATION

Borisova A. Manifestations of collectivity as a psychological factor of integration in the culture of holidays. In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology*. 2017. no 4. Pp. 30–37.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-30-37

УДК 159.9.072.432

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-38-50

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТИПЫ ОТНОШЕНИЯ К ДОСУГУ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА (РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА)*

Воробьева А.Е., Акбарова А.А.

Институт психологии Российской академии наук

129366, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13, корп. 1, Российская Федерация

Аннотация. На выборке жителей различных регионов России (за исключением столичного региона) было проведено исследование отношения к досугу в условиях экономического кризиса. Было выделено 4 эмпирических типа, которые различаются по ведущей функции досуга для личности и по готовности к сохранению данного вида активности в трудных экономических условиях. Из них 2 типа соответствуют ранее выявленным в столичном регионе типам, а 2 других типа являются специфическими. Для специфических типов характерна тенденция к сохранению досуга по двум причинам: в связи с высокой важностью досуга в жизни или в связи с оптимистическим восприятием текущей экономической ситуации.

Ключевые слова: психология досуга, отношение к экономическому кризису, психологическая адаптация, социальная фрустрированность.

PSYCHOLOGICAL TYPES OF ATTITUDE TO LEISURE IN THE CONDITIONS OF THE ECONOMIC CRISIS (REGIONAL SPECIFICITY)

A. Vorobieva, A. Akbarova

The Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences

13, build.1, Yaroslavskaya ul., Moscow, 129366, Russian Federation

Abstract. The study of the attitude towards leisure in the conditions of the economic crisis was conducted on a sample of residents of different regions of Russia (with the exception of the capital region). Four empirical types were identified, which differ in the leading function of leisure for an individual and the readiness to preserve this type of activity in difficult economic conditions. Out of these four two types correspond to the ones previously identified in the capital region, and the other two are specific. For the specific types there is a tendency to preserve leisure for two reasons: due to the high importance of leisure in life or in connection with the optimistic perception of the current economic situation.

Key words: psychology of leisure, attitude to the economic crisis, psychological adaptation, social frustration.

© Воробьева А.Е., Акбарова А.А., 2017.

* Исследование выполнено в рамках научного проекта № 17-36-01024a2 / The reported study was carried out according to the research project № 17-36-01024a2.

Постановка проблемы

Сфера личной жизни индивида является менее изученной по сравнению с общественной и трудовой жизнью. Типичным является её рассмотрение как условия или обстоятельств, в которых проявляется личность [8; 12], но не как самостоятельный фактор её формирования и развития.

Досуг можно определить как вид деятельности, связанный с получением эмоций и/или достижением целей, самостоятельно выбранный и не связанный с получением материальной выгоды. Для части людей он является основным источником удовлетворения, а для других более важным является работа или семья [20]. Досуг называют одним из основных факторов благополучия, в частности, было выявлено, что разнообразие практикуемых форм досуга положительно влияет на социальные компетенции личности [18; 21]. В шкале ценностей современного человека значимость досуга порой превосходит значимость труда [3]. О значении досуга в жизни человека можно встретить различные высказывания: 1) хобби требует такой же физической отдачи, как и основная работа [2]; 2) формы проведения досуга имеют гораздо более важное значение в жизни человека, чем работа [13]. Предпочитаемые формы досуга не только характеризуют личность, но и формируют её. Так, например, было выявлено, что выбор формы досуга в юношеском возрасте влияет на способность контролировать свои агрессивные проявления [9]. За рубежом психология досуга является более развитым научным направлением [14; 15; 16; 19]. В настоящее время это динамично развивающаяся отрасль междисциплинарных исследований.

Проблема досуга хорошо изучена в отечественной социологии, культурологии, педагогике, управлении персоналом (в аспекте корпоративного досуга), но психологами затронута довольно слабо (так, например, нам удалось обнаружить только одну российскую методику для изучения согласованности досуга супругов). В связи с тем, что российских исследований по психологии досуга немного, проблема досуга в регионах является тем более мало изученной.

По данным социологического исследования досуга молодёжи (16–30 лет) в регионах России (Ульяновская и Пензенская область, республика Мордовия), удовлетворённость досугом снижается у молодёжи с возрастом, с появлением работы. Самой популярной формой досуга молодёжи в регионах является домашний досуг, что связано с низким уровнем доходов населения. Образовательный, культурно и физически развивающий досуг популярен у небольшого числа респондентов (12–20%) [5]. Таким образом, в регионах наблюдается склонность к пассивным формам досуга независимо от социального положения, что, с нашей точки зрения, обусловлено низким уровнем доходов в регионах (на 2005 г. среднемесячный доход одного члена 60% семей составлял 3000 руб.).

По данным зарубежных исследований, чем ниже социально-экономический статус личности, тем меньше информированность о существующих формах досуга и их доступность [17], в связи с чем было бы интересно более подробно изучить досуговую активность в условиях экономических затруднений.

Так как в настоящее время Россия находится в состоянии экономического кризиса, мы сочли необходимым ввести данный контекст в исследование, потому что он сильно отражается на платёжеспособности, эмоциональном состоянии и т. д., а большая часть досуга предполагает какие-то расходы и связана с переживанием удовольствия или стремлением личности к такому переживанию.

С нашей точки зрения, наиболее важными личностными факторами, которые будут влиять на психологическую специфику досуговой активности в период экономического кризиса, являются свойственные человеку когнитивно-поведенческие стратегии преодоления, оптимизм, уровень его социальной фрустрированности и ряд других.

В социологических работах выполнен более глубокий анализ переживания экономического кризиса россиянами. Обращает на себя внимание, что в период предыдущего экономического кризиса, начавшегося в 2008 г., россияне стали снижать ожидания и готовиться к трудным временам вместо социально-политического протеста, особенно низкую готовность к протестному поведению продемонстрировали жители столичного региона и высоко обеспеченные граждане. В период выхода из экономического кризиса также отмечался парадоксальный факт снижения социального самочувствия населения, несмотря на улучшение экономических показателей страны. Важным фактором кризисных процессов в России является протяженность ее территории и неравномерность социально-экономического развития регионов. Отдельно отмеча-

ется отличие переживания экономического кризиса в городах федерального значения (Москва, Санкт-Петербург) по сравнению с другими регионами, что связано не только с разрывом в уровне доходов населения указанных регионов, но и со спецификой темпа жизни, уровня потребления, цен на услуги и мерой включенности в глобальную экономику. Жители Москвы и Санкт-Петербурга в большей мере ощутили на себе воздействие экономического кризиса (отмечается более высокий уровень инфляции, больше страхов по поводу финансового благополучия фирм и граждан, больше склонность к экономии) [7]. В связи с этим мы считаем важным провести анализ психологической адаптации к экономическому кризису в сфере досуга в регионах России отдельно от Московского региона, проанализированного нами ранее [6].

Актуальное исследование 2015 г., посвящённое анализу социального самочувствия молодёжи в одном из российских регионов в период экономического кризиса, показало, что, несмотря на объективное ухудшение экономической ситуации в данном регионе (снижение уровня доходов, рост закредитованности населения и безработицы), молодёжь оценивает своё экономическое положение и перспективы уровня жизни россиян оптимистично [4]. С нашей точки зрения, это может объясняться как оторванностью молодёжи от реальности в силу их экономической несамостоятельности, так и общим механизмом реагирования личности на экономический кризис, заключающимся в наличии временного разрыва между наступлением экономического кризиса и пере-

живанием его. Этот разрыв может занимать несколько лет (примерно 2 года по данным исследований предыдущего экономического кризиса [7]). Это связано с тем, что привычка к определённому уровню потребления формируется быстро, а отказ от неё требует времени. На макроэкономическом уровне этот разрыв объясняется низкой включённостью населения региона в глобальную экономику и нестабильностью внутренних социально-экономических процессов [7].

Психологических исследований переживания экономического кризиса до сих пор не так уж и много, однако в данных работах можно найти интересные интерпретации специфики переживания экономического кризиса россиянами, в частности, утверждается, что спецификой российского менталитета в условиях кризиса является эгоцентрическая направленность личности, характерная для всего населения и проявляющаяся в переживании собственной неуязвимости, уникальности, всемогуществе и наличии вообразимой аудитории, внимание которой приковано к субъекту данного переживания [1]. В связи с этим мы предполагаем, что в период экономического кризиса для большинства россиян могут быть характерны неконструктивные копинг-стратегии.

Программа исследования

Цель исследования – выявление психологических типов досуговой активности в период экономического кризиса.

Гипотеза исследования: существуют психологические типы отношения к досугу в условиях экономического

кризиса, различающиеся по ведущей функции досуга для личности и готовности к сохранению данного вида активности в трудных экономических условиях.

Выборку исследования составили жители регионов России (за исключением Москвы и Московской области), представители разных профессий, имеющие разный уровень дохода, среди них мужчин 45 чел., женщин 65 чел., в возрасте 20–45 лет.

Использовались следующие методики: авторская анкета для изучения изменения в сфере досуга и занятости в период экономического кризиса (включала в себя вопросы, направленные на выявление переживания экономического кризиса, затруднений и возможностей, которые он принёс, страхов, связанных с ним, стратегий адаптации к нему в сфере досуга и занятости, а также отношение к труду и досугу), методика «Когнитивно-поведенческие стратегии преодоления» [11], методика диагностики уровня социальной фрустрированности Л.И. Вассермана (модификация В.В. Бойко) [10].

Результаты исследования

Кластерный анализ по методу k-means позволил выделить 4 эмпирических типа отношения к досугу. Анализ различий по критерию Манна-Уитни позволил дополнить особенности выделенных типов (рис. 1).

В основе типологии лежат параметры: первая группа критериев, посвящённая смыслу досуга, а именно «досуг как обогащение внутреннего мира», «досуг – это то, чем стоит максимально наполнить свою жизнь», «досуг даёт возможность забыть от тя-

желой жизни», «досуг – это баловство от безделья», «досуг – это возможность делать то, что не стало профессией»; а также вторая группа критериев: что респонденты планируют предпринять относительно своего досуга на фоне экономического кризиса, а именно отказаться от некоторых видов досуга или же сохранить досуг на прежнем уровне.

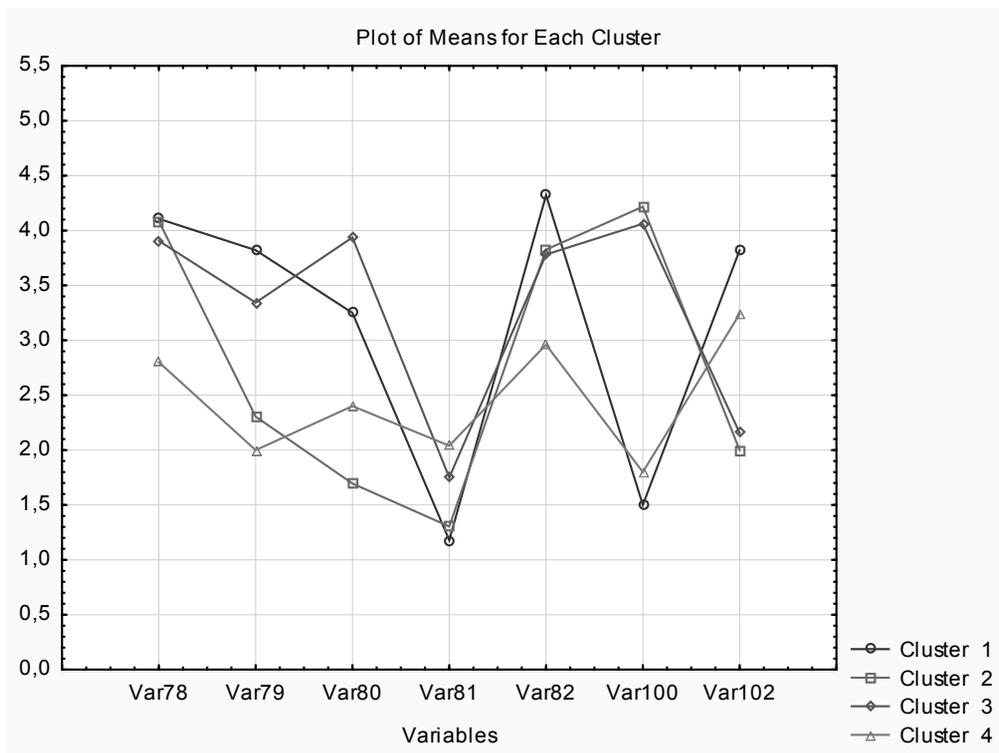


Рис. 1. Психологические типы отношения к досугу в период экономического кризиса

Var 78 – смысл досуга в обогащении внутреннего мира;

Var 79 – смысл досуга «это то, чем стоит максимально наполнить свою жизнь»;

Var 80 – смысл досуга «возможность забыть от тяжелой жизни»;

Var 81 – смысл досуга «досуг – это баловство от безделья»;

Var 82 – смысл досуга «досуг – это возможность делать то, что не стало профессией»;

Var 100 – на фоне экономического кризиса я планирую отказаться от некоторых видов досуга;

Var 102 – на фоне экономического кризиса я планирую сохранить досуг на прежнем уровне.

Первый тип: не является специфично мужским и женским, скорее, характерен для людей в возрасте 31–45 лет с доходом 5–25 тысяч руб. на члена семьи. Респонденты, относящиеся к первому типу, считают досуг обогащением внутреннего мира, тем, чем стоит

максимально наполнить свою жизнь, он дает им возможность забыть от тяжелой жизни. Они не считают досуг баловством, напротив, он даёт им возможность заниматься тем, что по каким-либо причинам не стало их профессией. На фоне кризиса они не будут

отказываться от привычных видов досуга, постараются сохранить досуг на прежнем уровне. Данный тип отличается от типа 3 неготовностью жертвовать своим досугом в период кризиса. Данный тип в отличие от типа 2 больше удовлетворен взаимоотношениями с субъектами своей профессиональной деятельности (пациенты, клиенты, учащиеся и т. п.) и содержанием профессиональной деятельности в целом, сферой услуг и бытового обслуживания и возможностью выбора места работы. Тип 1 в отличие от типа 2, имея достаточно средств существования, всё равно предпочёл бы работать, а также в меньшей степени считает, что трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу. В связи с экономическим кризисом тип 1 в меньшей степени планирует взять дополнительную нагрузку на основной работе. Тип 1 в меньшей степени, чем второй, будет экономить в первую очередь на обуви и одежде в ситуации экономического кризиса, а также меньше будет экономить на ремонте и обустройстве дома и улучшении жилищных условий. То же касается и досуга (хобби, шоппинг, кино, кафе, выставки, концерты), тип 1, скорее, не будет на нём экономить в отличие от типа 2. У типа 1 в большей степени загруженность на работе не изменилась и развлечений осталось столько же. На фоне экономического кризиса тип 1 в меньшей степени, чем тип 2, планирует перейти на более экономичные формы досуга, а также увеличить время досуга в Интернете. В период экономического кризиса у типа 1 в меньшей степени изменилась досуговая активность в сфере семейного досуга. Представители типа 1 стали не так сосредоточены на интересах и делах семьи, а скорее, увеличи-

чили посещение кафе и ресторанов, а также использование оздоровительных процедур и мероприятий по уходу за собой. Представители типа 1 в большей мере, чем представители типа 4, считают текущие социально-экономические условия кризисными. Неуверенность в своем положении на работе больше выражена у типа 1. Представители типа 1 чаще ассоциируют текущий экономической кризис с характеристикой «затяжной», в большей мере готовы экономить в связи с кризисом на такой статье расходов, как бытовая техника и электроника, также они в больше боятся массовой безработицы, того, что ещё долго не смогут позволить себе привычные развлечения, что развлечений станет меньше и они будут слишком дорогие, что культурный уровень развлечений снизится в связи с экономическим кризисом. При необходимости сократить свой досуг и увеличить занятость в условиях экономического кризиса представители типа 1 в большей мере склонны к сожалениям по поводу потери досуга, к пессимизму относительно будущего и внутреннему протесту. Они в большей мере готовы трансформировать свой досуг в способ дополнительного заработка. Обнаружено, что тип 1 реже использует преобразующую стратегию «Идущее вверх сравнение» и конструктивно приспособительную стратегию «Изменение личностных свойств» по сравнению с типом 2, но чаще такую, как «Фиксированная на эмоциях стратегия», являющуюся неконструктивной. Склонность к неконструктивным стратегиям копинга объясняет полученные нами результаты относительно поведения представителей данного типа в период экономического кризиса.

Второй тип: «женский» тип. Характерен для возрастной категории 31–45 лет с доходом 25–35 тыс. руб. на члена семьи. Для представителей второго типа досуг – это обогащение внутреннего мира, в средней степени то, чем стоит наполнить свою жизнь максимально, не является средством, чтобы забыться от тяжелой жизни, не баловство от безделья, а возможность делать то, что не стало профессией. Однако они склонны отказаться от некоторых видов досуга на фоне экономического кризиса. Данный тип идентичен по всем показателям с выявленным нами ранее на московской выборке типом «досуг для реализации себя» [6], который и на московской выборке был в основном характерен для женщин, но с более высоким уровнем дохода (35–55 тыс. руб. на человека), что объясняется региональным фактором. Тип 2 больше удовлетворён проведением досуга и возможностью проводить отпуск, своим материальным положением, в целом обстановкой в обществе. Тип 2 в большей степени, чем тип 1, отмечает у себя такие страхи «я боюсь потерять работу», а также страх, что «мы с семьей больше не сможем позволить себе отдыхать, как раньше» (путешествовать, детские секции и т. п.). Вместе с тем они стали больше практиковать такой вид досуга, как посещение семинаров, курсов, тренингов. Представители типа 2 более склонны взять дополнительную нагрузку на основной работе в связи с наступлением экономического кризиса. Представители типа 2 в большей мере испытывают затруднения, связанные с неуверенностью в своем положении на работе и в стабильности курса валюты, также их беспокоит рост цен. Им в большей

мере экономический кризис кажется пугающим, разоряющим, затяжным. Их отношение к труду характеризуется утверждением, что трудолюбивому человеку сегодня легко найти хорошую работу. Они в большей мере склонны искать подработки, превращать хобби в источник дохода, брать дополнительную нагрузку на основной работе для улучшения своего материального положения в условиях экономического кризиса. Они в первую очередь будут экономить на ремонте и обустройстве дома, улучшении жилищных условий, покупке и переоборудовании транспортных средств, путешествиях в условиях экономического кризиса. У них, несмотря на наступление экономического кризиса, развлечений в жизни осталось столько же, сколько было до него. Они боятся потерять работу сами, боятся потери работы близкими людьми, а также массовой безработицы. К тому же они больше боятся, что долго не смогут позволить себе расходы на привычные развлечения, что семья не сможет отдыхать как раньше, что культурный уровень развлечений снизится в связи с наступлением экономического кризиса. Представители типа 2 больше склонны испытывать пессимизм относительно будущего и внутренний протест в связи с тем, что из-за экономического кризиса пришлось сократить досуг и увеличить занятость на работе. Они планируют перейти на более экономичные формы досуга в связи с наступлением экономического кризиса. Данная группа респондентов отмечает увеличение доли интернет-досуга в структуре своей досуговой активности, а также сосредоточение на интересах семьи. В целом можно отметить, что конструктивные

преобразующие стратегии коупинга («Идущее вниз сравнение» и «Идущее вверх сравнение») и коэффициент конструктивности у типа 2 встречаются чаще, чем у типа 3, также конструктивные приспособительные стратегии преодоления «Изменение личностных свойств» используются ими чаще.

Третий тип: «женский» тип, представители в основном категории 20–30 лет с доходом 5–35 тысяч руб. на члена семьи. Представители данного типа считают досуг обогащением внутреннего мира, тем, чем стоит максимально наполнить свою жизнь, он даёт им возможность на время забыть о тяжелой жизни, в то же время они не считают досуг баловством, он даёт им возможность заниматься тем, что по каким-либо причинам не стало их профессией, но на фоне экономического кризиса готовы отказаться от некоторых видов досуга, не сохраняя досуг на прежнем уровне. Данный тип идентичен по всем показателям с выявленным нами ранее на московской выборке типом «досуг для релаксации» [6], он и на московской выборке был характерен для женщин, но с более высоким уровнем дохода (25–55 тыс. руб. на человека). Тип 3 в большей степени, чем тип 1, удовлетворён своим материальным положением, отношениями с супругом(ой) и с детьми / ребенком, а также возможностью проводить отпуск и выбора места работы, взаимоотношениями с субъектами своей профессиональной деятельности (пациенты, клиенты, учащиеся и т. п.), коллегами по работе и своим положением в обществе в целом. Представители типа 3 чаще, чем представители других типов, используют конструктивные и неконструктивные стратегии, в частности конструктивную преобразу-

ющую стратегию «Предвосхищающая печаль» и «Придание нетривиального смысла ситуации»; неконструктивные стратегии преодоления, а именно «Стратегия отрицания» и «Уход или бегство из трудной ситуации». Типу 3 чаще, чем типу 1, приходилось сталкиваться в экономической ситуации кризиса с такими затруднениями, как экономический разрыв со значимыми людьми (друзья, семья, коллеги), распад семьи по экономическим мотивам, а также с банкротством компаний, ростом безработицы. Для типа 3 экономический кризис также видится как более пугающий, чем для типа 1. Помимо этого, представители типа 3 больше, чем типа 1, будут в ситуации экономического кризиса экономить на медицинских услугах, одежде и обуви, ремонте и обустройстве дома, путешествиях и досуге (хобби, шоппинг, кино, кафе, выставки, концерты). Тип 3 больше, чем тип 1, в период экономического кризиса уменьшил количество развлечений. Тип 3 также в большей степени, чем тип 1, отмечает у себя следующие страхи: страх потерять работу, страх, что еще долго не смогут позволить себе расходы на привычные развлечения, а также страх, что семья больше не сможет позволить себе отдыхать как раньше (путешествовать, детские праздники и т. д.). Тип 3 больше, чем тип 1, при посещении ТРЦ в период экономического кризиса расстраивается, что не может купить все, что хочет, и мечтает о красивой жизни. Тип 3 в большей степени начал посещать ТРЦ в качестве досуга. Представители типа 3 в период экономического кризиса в большей мере столкнулись с таким затруднением, как недостаток экономической грамотности. Они также больше склон-

ны рассматривать как возможность, открывающуюся в период кризиса, выход отечественных производителей на рынок в рамках импортозамещения. Для их отношения к труду более характерна убежденность в том, что труд даёт возможность для развития и самореализации личности, они более склонны работать даже при наличии достаточных средств к существованию. Они в большей мере испытывают сожаления о предыдущих тратах на развлечения. Находясь в ТРЦ, они предпочитают мечтать о красивой жизни. Представители типа 3 больше склоняются к тому, чтобы ничего не менять в работе. В условиях экономического кризиса в первую очередь экономят на питании, детских кружках и игрушках. Представители типа 3 в большей мере склонны считать текущие экономические условия кризисными. Им чаще приходилось сталкиваться с потерей работы членами семьи, экономическим разрывом со значимыми людьми, неуверенностью в своем положении на работе, недостатком экономической грамотности, неуверенностью в курсе валюты, ростом цен, угрозой войны, санкциями, банкротством компаний, ростом безработицы в условиях экономического кризиса. Для них кризис в большей мере связан с понятиями «пугающий», «разоряющий», «затяжной». Они больше согласны с тем, что, даже имея достаточно средств к существованию, все равно работали бы. В связи с экономическим кризисом они планируют найти подработки, взять дополнительную нагрузку на основной работе, поменять работу на более оплачиваемую для улучшения своего материального положения. В первую очередь они готовы экономить на медицинских ус-

лугах, одежде и обуви, питании, ремонте и обустройстве жилья, улучшении жилищных условий, бытовой технике и электронике, путешествиях, детских игрушках и кружках. Они боятся потери работы самими и их близкими, массовой безработицы, что еще долго не смогут позволить себе расходы на привычные развлечения, что семья больше не сможет отдыхать как раньше, что развлечений станет меньше и они будут слишком дорогие, что культурный уровень развлечений понизится в условиях экономического кризиса. Они испытывают больше сожалений о потере досуга, пессимизма относительно будущего, внутреннего протеста, сожалений о предыдущих тратах на развлечения из-за наступления экономического кризиса и необходимости сократить досуг и увеличить занятость. В связи с наступлением экономического кризиса они больше готовы перейти на более экономичные формы досуга, сократить время досуга в связи с загруженностью на работе, трансформировать досуг в способ дополнительного заработка. В условиях экономического кризиса они стали чаще выбирать такую форму досуга, как интернет-досуг.

Четвёртый тип: характерен для мужчин и не зависит от возраста респондентов. Представители в основном с доходом 15–35 тысяч рублей на члена семьи. Представители данного типа скорее склонны считать досуг предназначенным для обогащения внутреннего мира, но он не является для них тем, чем стоит максимально наполнить свою жизнь, скорее, в средней степени досуг позволяет им забыть о тяжёлой жизни, скорее, это для них не баловство от безделья, это некоторая возможность для них делать то,

что не стало профессией. Однако они не планируют на фоне экономического кризиса отказаться от некоторых видов досуга, будут, скорее, пытаться сохранить их на прежнем уровне. Данный тип не склонен делать акцент на какой-то одной функции досуга, он в целом им важен. Тип 4 считает окружающие условия более благоприятными для себя, чем тип 1. Тип 4 в период экономического кризиса стал чаще посещать ТРЦ с целью пополнения гардероба, обустройства интерьера и т. п. В период экономического кризиса представители типа 4 стали чаще проводить свой досуг в кафе и ресторанах. Представители типа 4 оценивают окружающие условия как более благоприятные. Текущий экономический кризис в большей степени кажется им развивающим. Они в большей мере согласны с тем, что их нагрузка на работе не изменилась, но они стали меньше развлекаться в связи с наступлением экономического кризиса. Они стали больше практиковать шоппинг, походы в кинотеатры, простую трату времени, чтобы развеяться при посещении ТРЦ в период экономического кризиса, а также посещать кафе и рестораны в период экономического кризиса. В условиях экономического кризиса они стали чаще выбирать такую форму досуга, как посещение музеев, групповых интеллектуальных игр, обучение, оздоровительные процедуры и мероприятия по уходу за собой.

Выводы

Было выделено 4 эмпирических типа отношений к досугу в условиях экономического кризиса на региональной выборке, из них 2 других типа соотносятся с аналогичной типологией, выполненной нами ранее на выборке столичного региона, а 2 типа являются специфичными для регионов России.

Для специфических типов характерна тенденция к сохранению досуга по двум причинам: в связи с высокой важностью досуга в жизни, несмотря на невысокий доход, или в связи с оптимистическим восприятием текущей экономической ситуации и более высоким уровнем дохода. Предположительно, представителям типа 1 невозможно конструктивно сократить досуговую активность в условиях экономического кризиса в связи с тем, что досуговая деятельность выполняет компенсаторные функции, так как в других областях у людей зачастую ограничена не только свобода выбора, но и действий. В этих условиях люди практически не могут осуществить реализацию своего творческого потенциала.

Для 2 из 4 выделенных нами типов характерны неконструктивные копинг-стратегии, для 1 типа – конструктивные, а другой тип использует разные виды стратегий, как конструктивные преобразующие, так и неконструктивные, но не склонен к конструктивным приспособительным стратегиям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анненкова Н.В. Ситуация кризиса и специфика российского менталитета // Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2009. № 18. С. 4–10.
2. Аргайл М. Психология счастья. М., 1990. 336 с.
3. Асорбина Т.В. Влияние досуга на формирование стратегии жизни российской молодежи: автореф. дисс. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д, 2015. 39 с.

4. Бадонов А.М., Бадараев Д.Д. Социальное самочувствие студенческой молодежи в условиях экономического кризиса // Вестник Бурятского государственного университета. 2015. № 5. С. 128–132.
5. Букин В.П., Атаева Т.А. Структура досуга молодежи российской провинции: социологический анализ // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. 2010. № 1 (13). С. 99–109.
6. Воробьева А.Е., Акбарова А.А. Психологические факторы трансформации активности в сфере досуга и занятости в период экономического кризиса // Психолого-экономические исследования. 2016. Т. 3 (9). № 4. С. 58–73.
7. Зелетдинова Э.А. Экономический кризис и протестное поведение в России // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2013. № 2. С. 19–30.
8. Иванников В.А., Монроз А.В. Сравнительный анализ устойчивых характеристик волевой активности в разных видах жизнедеятельности // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2016. № 1. С. 16–24.
9. Киселева Т.В. Особенности влияния занятий музыкой, балльными танцами, борьбой и футболом на форму и выраженность агрессивного поведения мальчиков-подростков // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2013. № 3. С. 104–108.
10. Практическая психодиагностика. Методики и тесты / ред.-сост. Д.Я. Райгородский. Самара, 2004. 672 с.
11. Сизова И.Г., Филиппченкова С.И. Методика диагностики когнитивноповеденческих стратегий преодоления // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Часть 5. Программы и методики психологического исследования личности группы: материалы юбилейной научной конференции Института психологии РАН, 28–29 января 2002 г. / отв. ред. А.Л. Журавлев. М., 2002. С. 180–199.
12. Шульга Т.И., Антипина М.А. Эмоциональная среда семьи как фактор развития личности ребенка в замещающей семье // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2012. № 3. С. 32–40.
13. Csikszentmihaly M. Leisure and socialization // Social Forces. 1981. № 60. P. 332–340.
14. Kleiber D.A., Walker G.J., Mannell R.C. A Social Psychology of Leisure. Andover, Massachusetts: Venture, 2011. 556 p.
15. Leisure Studies / ed. S.J. Page, J. Connell. London, New York, 2007.
16. O'Connell T.S., Cuthbertson B. Group dynamics in recreation and leisure: *creating conscious groups through and experiential approach*. Champaign, Illinois, 2009. 208 p.
17. Raymore L.A., Godbey G.C., Crawford D.W. Self-esteem, gender, and socioeconomic status: Their relation to perceptions of constraint on leisure among adolescents // Journal of Leisure Research. 1994. № 26 (2). P. 99.
18. Sacker A., Cable N. Do adolescent leisure-time physical activities foster health and well-being in adulthood? Evidence from two British birth cohorts // European Journal of Public Health. Vol. 16. No. 3, P. 331–335.
19. Torkildsen G. Leisure and Recreation Management. London, New York, 2005. 580 p.
20. Veroff J., Douvan E., Kulka R.A. The Inner American. New York, 1981. 637 p.
21. Wilson J. Sociology of leisure // Annual Review of Sociology. 1980. № 6. P. 21–40.

REFERENCES

1. Annenkova N.V. [The situation of the crisis and the specifics of the Russian mentality]. In: *Vestnik YUzhno-Uralskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of South Ural State University], 2009, no. 18, pp. 4–10.
2. Argail M. The psychology of happiness. Moscow, 1990. 336 p.
3. Asorbina T.V. Vliyaniye dosuga na formirovaniye strategii zhizni rossiiskoi molodezhi: avtoref. diss. ... kand. filos. nauk [The influence of leisure activities on the formation of life strategies of Russian youth: abstract of PhD thesis in Philosophical sciences]. Rostov n/D, 2015. 39 p.
4. Badonov A.M., Badaraev D.D. [Social well-being of the student youth in the conditions of economic crisis]. In: *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Buryat State University], 2015, no. 5, pp. 128–132.
5. Bukin V.P., Ataeva T.A. [The structure of leisure of young people in the Russian province: a sociological analysis]. In: *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Povolzhskii region* [News of higher educational institutions. Volga region], 2010, no. 1(13), pp. 99–109.
6. Vorob'eva A.E., Akbarova A.A. [Psychological factors of transformation of activity in the field of leisure and employment in the times of economic crisis]. In: *Psikhologo-ekonomicheskie issledovaniya* [Psychological and economic studies], 2016, Vol. 3(9). no.4, pp. 58–73.
7. Zeletdinova E.A. [The economic crisis and protest behavior in Russia]. In: *Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Astrakhan State Technical University. Series: Economics], 2013, no. 2, pp. 19–30.
8. Ivannikov V.A., Monroz A.V. [Comparative analysis of stable characteristics of volitional activity in different species of life]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Psikhologicheskie nauki* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Psychology], 2016, no. 1, pp. 16–24.
9. Kiseleva T.V. [Features of influence of music lessons, ballroom dancing, wrestling and football on the form and severity of the aggressive behavior of teenage boys]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Psikhologicheskie nauki* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Psychology], 2013, no. 3, pp. 104–108.
10. *Prakticheskaya psikhodiagnostika. Metodiki i testy / redaktor-sostavitel' D.YA. Raigorodskii* [Practical psychodiagnosics. Methods and tests / editor-compiler Raigorodskii D. Ya.]. Samara, 2004. 672 p.
11. Sizova I.G., Filippchenkova S.I. [The technique of diagnostics cognitive-behavioural strategies for overcoming]. In: *Sovremennaya psikhologiya: Sostoyaniye i perspektivy issledovaniya. CHast' 5. Programmy i metodiki psikhologicheskogo issledovaniya lichnosti gruppy: Materialy yubileinoi nauchnoi konferentsii IP RAN, 28-29 yanvarya 2002 g. / Otv. red. A.L. Zhuravlev* [Modern psychology: state and prospects of research. Part 5. Programs and methods of psychological research of the personality of a group: materials of the jubilee scientific conference IE RAS, 28-29 January 2002 / Resp. edited by A. L. Zhuravlev]. Moscow, 2002. pp. 180–199.
12. SHul'ga T.I., Antipina M.A. [Emotional environment of families as a factor in the development of a child in a foster family]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Psikhologicheskie nauki* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Psychology], 2012, no. 3, pp. 32–40.
13. Csikszentmihaly M. Leisure and socialization. In: *Social Forces*. 1981. №60. Pp. 332–340.
14. Kleiber D.A., Walker G.J., Mannell R.C.A *Social Psychology of Leisure*. Andover, MA: Venture, 2011. 556 p.
15. *Leisure Studies* / Ed. by S.J. Page, J. Connell. London, N.Y., 2007.

16. O'Connell T.S., Cuthbertson B. Group dynamics in recreation and leisure: creating conscious groups through and experiential approach. Champaign, IL, 2009. 208 p.
 17. Raymore L.A., Godbey G.C., Crawford D.W., Self-esteem, gender, and socioeconomic status: Their relation to perceptions of constraint on leisure among adolescents. In: Journal of Leisure Research. 1994. № 26(2). P. 99.
 18. Sacker A., Cable N. Do adolescent leisure-time physical activities foster health and well-being in adulthood? Evidence from two British birth cohorts. In: European Journal of Public Health, Vol. 16, No. 3, Pp 331–335.
 19. Torkildsen G. Leisure and Recreation Management. London, N.Y., 2005. 580 p.
 20. Veroff J., Douvan E., Kulka R.A. The Inner American. New York, 1981. 637p.
 21. Wilson J. Sociology of leisure. In: Annual Review of Sociology. 1980. №6. Pp. 21–40.
-

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Воробьева Анастасия Евгеньевна – кандидат психологических наук, старший научный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии Российской академии наук;
e-mail: aeVorobieva@yandex.ru

Акбарова Анастасия Азаматовна – соискатель лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии Российской академии наук;
e-mail: anastasia.akbarova@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Anastasia E. Vorobieva – PhD in Psychology, senior researcher of the laboratory of social and economic psychology, the Institute of Psychology, the Russian Academy of Science;
e-mail: aeVorobieva@yandex.ru

Anastasia A. Akbarova – competitor for a PhD degree, laboratory of social and economic psychology, the Institute of Psychology, the Russian Academy of Science;
e-mail: anastasia.akbarova@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Воробьева А.Е., Акбарова А.А. Психологические типы отношения к досугу в условиях экономического кризиса (региональная специфика) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 38–50. DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-38-50

FOR CITATION

Vorobieva A., Akbarova A. Psychological types of attitude to leisure in the conditions of the economic crisis (regional specificity) In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology*. 2017. no. 4. Pp. 38–50.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-38-50

УДК 159.922.1

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-51-59

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РОЛЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ У МУЖЧИН И ЖЕНЩИН С РАЗЛИЧНЫМ ТИПОМ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Кузин Е.Д.

Институт психологии имени Г.С. Костюка Национальной академии педагогических наук Украины

01033, г. Киев, ул. Панкивская, д. 2, Республика Украина

Аннотация. Проведён дисперсионный анализ влияния биологического пола на особенности мужских и женских социальных ролей. Исследовались представители четырёх типов партнёрских отношений: добрачных отношений, гражданского, молодого и зрелого брака. Для первого типа характерна выраженность требований, предъявляемых женщинами к участию партнёра в организации быта. В гражданском браке женщины активнее, чем мужчины, реализовывали роль сексуального партнёра, тогда как мужчины – роль организатора семейной субкультуры. В молодых семьях возникает гендерная асимметрия семейных ролей: выполнение родительской функции возлагается на мать. В зрелом браке роль хозяйки более значима для женщины, чем для мужчины. Длительные супружеские отношения способствовали тому, что женщины обладали более высоким супружеским статусом и, соответственно, более высоким уровнем власти, чем их брачные партнёры.

Ключевые слова: семья, пол, типы партнёрских отношений, мужские и женские социальные роли, сравнительный анализ.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CHARACTERISTICS OF ROLE BEHAVIOR OF MEN AND WOMEN WITH DIFFERENT TYPES OF PARTNERSHIPS

Ye. Kuzin

G.S. Kostiuk Institute of Psychology at the National Academy of Pedagogical Science of Ukraine

2, Pankivskaya ul., Kiev, 01033, Ukraine

Abstract. The influence of biological sex on the male and female social roles was studied by the variance analysis. The representatives of the four types of partnerships were observed: premarital, de facto marriage, the young and the mature marriage. The first type is characterized by the severity of the women's requirements to their partner's participation in the organization of everyday life. In the de facto marriage women more actively than men executed the role of sexual partner, while men - the role of the organizer of the family subculture. In young families there was a gender asymmetry of family parenting roles – the responsibility was shifted to the mother. In mature families the householder role was more important for women than for

© Кузин Е.Д., 2017.

men. Long-term marital relationships had contributed to the fact that women had higher marital status and therefore a higher level of authority than their marital partners.

Keywords: *sex*, gender, types of partnerships, male and female social roles, comparative analysis.

Актуальность проводимого нами исследования определяется рядом тенденций, сложившихся в современном обществе. По мнению ряда исследователей, современный брак переживает глубокий кризис или период кардинальных перемен. Брачно-семейные отношения продолжают оставаться одной из ведущих социальных ценностей, но эволюционируют по форме и по содержанию [5]. Семейные взаимоотношения, являясь одной из центральных тем изучения социальной психологии, претерпевают глубинные изменения, испытывая влияние различных факторов, обусловленных развитием социума [7].

Коренные общественные преобразования неотвратимо сказываются на половой морали, семейных отношениях, принципах воспитания. На фоне ухудшения уровня жизни, изменения привычной социальной среды, роста конкурентных отношений в профессиональной сфере взамен прежних, пусть и символически коллективистских, потребность человека в принадлежности к семейной группе, где можно получить эмоциональную поддержку и признание, экономнее расходовать имеющиеся материальные ресурсы, возрастает. В отличие от развитых стран, уже создавших специальные службы, содействующие человеку в кризисных ситуациях (институт эффективной социальной работы, группы самоподдержки, семейные консультации, материальная и жилищная помощь остро нуждаю-

щимся), на семьях как в России, так и на Украине всецело лежит и выполнение таких функций, как забота о больных и престарелых, психотерапевтическая, функция первичного социального контроля, а также экономическая – и это при мизерных материальных возможностях у значительной части общества [3].

Подобные актуальные тенденции указывают на потребность в глубоком социально-психологическом знании в области данной проблематики. Однако половой аспект детерминации ролевого поведения в зависимости от социального статуса отношений между мужчиной и женщиной остаётся недостаточно изученным, несмотря на то, что биологический пол и статус партнёров являются ведущими категориями, на которых основывается распределение ролей в добрачных и семейных взаимоотношениях.

Так, Ю.В. Филиппова [8], исследуя семейную идентичность и трансформацию семейных ценностей в современной России, указывает на недостаточную сбалансированность системы семейных ролей в семьях с незначительным опытом семейной жизни, что, возможно, является следствием малого опыта взаимодействия в семье. Автор предполагает, что эти семьи находятся на стадии формирования внутренней ролевой адекватности семьи, которая в достаточной степени складывается после пяти лет семейной жизни, что подтверждается отсутствием разрыва между притязаниями и ожиданиями

супругов в «средневозрастных» и зрелых семьях. Тем не менее исследователь не затрагивает в своей научной работе иные типы партнёрских отношений.

Данные научных работ показывают, что женщины по-прежнему оказываются в сложной ситуации, когда им необходимо выполнять несколько социальных ролей одновременно: роль кормильца, роль жены и матери. Это происходит, несмотря на то, что в современной семье гендерные роли не столь жёстко регламентированы, как в патриархальной, в реальности женщины по-прежнему продолжают выполнять основную работу по дому и воспитанию детей. Однако авторами не указывается, как трансформируется соотношение ролей на различных этапах развития семейных взаимоотношений [4].

В статье К.Н. Белогай, О.Р. Зульбухаровой [2], посвящённой психологическим аспектам браков различных типов в период ранней взрослости, анализируется лишь начальный период супружеских отношений – адаптация супругов к браку и друг к другу, что также не позволяет создать полное представление о рассматриваемой проблеме. Публикация описывает сравнение особенностей супружеских отношений в зарегистрированных и гражданских браках в период ранней взрослости. В центре внимания авторов такие параметры отношений, как ролевая структура семьи, семейные ценности.

Во всех указанных работах фактор биологического пола рассматривается отдельно от типа партнёрских отношений. По-нашему мнению, именно изучение совместного влияния данных факторов способно выявить более глубоко имеющиеся закономерности формирования ролевого поведения.

Таким образом, нами была сформулирована **цель исследования**, которая состояла в изучении половых различий в ролевом поведении пар с разным типом партнёрских отношений.

Материал и методы исследования

Эмпирическая выборка составила 80 пар респондентов – всего 160 испытуемых. Все участники были разделены на 4 группы, по 20 пар в каждой. В первую вошли мужчины и женщины, стаж семейной жизни которых составляет 20 лет и выше. Они были включены в исследование для рассмотрения картины семейной жизни у лиц, прошедших три семейных кризиса и, несмотря на все трудности, сумевших достойно пройти по жизни и сохранить свои супружеские отношения. Следующие группы составляют респонденты в возрасте 18–24 лет, отношения которых длятся от одного года до пяти лет. Итак, во вторую группу вошли 20 пар, которые заключили законный брак; в третью – 20 пар, состоящих в гражданском браке; в четвертую группу включены 40 юношей и девушек, находящиеся на этапе добрачных отношений. Комплекс психодиагностических методик состоял из следующих тестов: опросника «Ролевые ожидания и притязания в браке», разработанного А.Н. Волковой; опросника «Распределение ролей в семье», предложенного Ю.Е. Алешиной, П.Я. Гозманом и Е.М. Дубовской.

Результаты исследования и их обсуждение

Результаты изучения пар, состоящих в добрачных отношениях, по опроснику «Ролевые ожидания и притязания в браке» показывают, что

наиболее ожидаемая от партнёра социальная роль как для мужчин, так и для женщин связана с их эмоционально-психотерапевтической сферой. Что же касается притязаний, то представители обоих полов в группе добрых отношений стремятся в первую очередь к проявлению социальной активности. Как известно, отличительной особенностью данного периода является предбрачное ухаживание. Это период становления брачных отношений после знакомства с брачным партнёром. Данные отношения можно также связать с понятием романтической любви [6]. Это может определять выраженные ожидания относительно эмоционально-психотерапевтической функции таких отношений в сочетании с проявлениями социальной активности.

Дефицитными у представителей исследованной группы выступали роли, характеризующие отношения в интимно-сексуальной сфере, а также (только у мужчин) притязания касательно внешней привлекательности партнёра и собственной роли в хозяйственно-бытовой сфере. Полученные данные можно интерпретировать следующим образом: на этапе добрых отношений преобладает романтический аспект взаимоотношений между мужчиной и женщиной, который зачастую носит платонический характер. Поэтому и отмечается относительная несформированность сексуально-интимных социальных ролей. Кроме того, сниженный уровень ролей, связанных с хозяйственно-бытовой сферой, вызван тем, что молодые люди в момент добрых отношений не ведут совместного хозяйства, не живут вместе, достаточно независимы друг от друга.

При этом статистически значимые различия обнаружены в отношении показателей ожиданий ролей хозяйственно-бытовой сферы ($F_{(1, 38)} = 4,099$; $p = 0,050$; $\eta^2 = 0,097$) и притязаний касательно внешней привлекательности ($F_{(1, 38)} = 7,909$; $p = 0,008$; $\eta^2 = 0,172$). Следует отметить, что именно у женщин были более выражены ожидания выполнения функций по организации хозяйства и быта ($M = 4,850$; $s = 2,183$ – у мужчин; $M = 6,050$; $s = 1,504$ – у женщин) и установка на собственную привлекательность, стремление модно и красиво одеваться ($M = 4,550$; $s = 2,164$ – у мужчин; $M = 6,300$; $s = 1,750$ – у женщин). Результаты изучения по опроснику «Распределение ролей в семье» пар, состоящих в добрых отношениях, показывают, что приоритетными ролями на этапе добрых отношений между мужчинами и женщинами являются роли, связанные с поддержанием необходимого эмоционального климата. Данная тенденция примерно в одинаковой степени характерна для респондентов обеих половых групп.

Как показывает однофакторный дисперсионный анализ, статистически значимых различий по показателям опросника «Распределение ролей в семье» между мужчинами и женщинами не обнаружено ($p > 0,05$). Данная тенденция может объясняться тем, что в добрый период межличностные взаимоотношения между партнёрами не приобрели ещё статус семейных, поскольку значительную часть времени мужчина и женщина проводят отдельно друг от друга, у них отсутствуют общие хозяйственно-бытовые отношения, образ жизни и своя микрокультурная среда и, соответствен-

но, не сформировано распределение их социальных ролей.

Результаты изучения пар, состоящих в добрачных отношениях, по опроснику «Семейные роли» показывают, что как в группе мужчин, так и в группе женщин статус супругов доминирует над принятием семейных решений. Статистически значимых половых различий по показателям опросника «Семейные роли» также не обнаружено ($p > 0,05$). Отсутствие половой дифференциации семейных ролей также может быть связано с тем, что ролевые позиции на этапе добрачных отношений находятся лишь на стадии формирования.

Анализ среднегрупповых показателей опросника «Ролевые ожидания и притязания в браке» у пар, состоящих в гражданском браке, свидетельствует, что ведущими социальными ролями таких супругов являются те роли, которые реализуются в эмоционально-психотерапевтической сфере. У мужчин дефицитной являлась роль, связанная с притязаниями в отношении собственной внешней привлекательности (мужчины: $M = 4,200$, $s = 2,546$; женщины: $M = 6,200$, $s = 2,067$), у женщин – значимость интимно-сексуальной сферы (мужчины $M = 5,100$, $s = 2,469$, женщины: $M = 3,750$, $s = 2,149$). Более того, различия в отношении притязаний касательно внешней привлекательности являлись статистически значимыми: $F_{(1, 38)} = 7,436$; $p = 0,010$; $\eta^2 = 0,164$, т. е. женщины в отличие от мужчин стремятся к тому, чтобы выглядеть привлекательно в глазах партнёра.

Установлены также статистически значимые половые различия в отношении таких показателей, как

«Хозяйственно-бытовая сфера (притязания)» и $F_{(1, 38)} = 4,582$, $p = 0,039$, $\eta^2 = 0,108$ и «Социальная активность (ожидания)» $F_{(1, 38)} = 7,671$, $p = 0,009$, $\eta^2 = 0,168$. По первому из указанных параметров среднегрупповые значения были выше у женщин ($M = 6,100$, $s = 2,269$) по сравнению с таковыми у мужчин ($M = 4,600$, $s = 2,162$). По второму параметру женщины ($M = 6,750$, $s = 1,743$) также превосходили мужчин ($M = 4,900$, $s = 2,426$), т. е. женщины, состоящие в гражданском браке, ожидают от партнёров мужского пола, что их брачный партнёр должен иметь серьёзные профессиональные интересы, играть активную общественную роль. Они также выражают определённую степень неудовлетворённости своими хозяйственно-бытовыми условиями и проявляют установку на собственное активное участие в ведении домашнего хозяйства.

Среднегрупповые показатели опросника «Распределение ролей в семье» у пар, состоящих в гражданском браке, показывают, что наиболее выраженной ориентацией супругов является стремление к формированию эмоционального климата в семье. Наименее выраженной ролью являлось материальное обеспечение семьи. Низкий уровень выраженности ролей по материальному обеспечению семьи указывает на то, что партнёры в этом случае имеют свободу от материальной ответственности за жизнь, здоровье и благополучие партнёров, с которыми они состоят в связи.

Статистически значимые различия между мужчинами и женщинами, состоящими в гражданском браке, обнаружены по следующими параметрам опросника «Распределение ро-

лей в семье»: «Сексуальный партнер» ($F_{(1, 38)} = 4,275$, $p = 0,046$, $\eta^2 = 0,101$) и «Организация семейной субкультуры» ($F_{(1, 38)} = 8,473$, $p = 0,006$, $\eta^2 = 0,182$). В гражданском браке женщины ($M = 2,720$, $s = 0,620$) активнее, чем мужчины ($M = 2,325$, $s = 0,587$), реализовывали роль сексуального партнера. Очевидно, что, формируя отношения по типу гражданского брака, мужчина, не желая брать на себя ответственность за семью, стремится приобрести в лице женщины постоянного сексуального партнёра, чем и обусловлены соответствующие половые различия по данной шкале опросника. Известно, что ещё с недавних пор в гражданских браках стороной, не желавшей регистрации, были, как правило, мужчины. Опираясь на свои экономические преимущества, они таким образом заставляли женщин отказываться от той поддержки, которую им обеспечивало законодательство.

В гражданском браке мужчины ($M = 2,630$, $s = 0,400$) активнее, чем женщины ($M = 2,280$, $s = 0,359$), реализовывали роль организатора семейной субкультуры. Они, очевидно, более заинтересованы в расширении культурного многообразия семейной жизни и тем самым сохранении неустойчивого равновесия гражданского брака, поскольку нарастание конфликтности в супружеских отношениях, сочетающееся с неумением или нежеланием молодых людей улучшать нравственно-психологический климат семьи, разрешать возникающие конфликты компромиссом, взаимными уступками.

Среднегрупповые показатели опросника «Семейные роли» у пар, состоящих в гражданском браке, иллюстрируют, что статус супругов, состоящих

в фактическом браке, является более приоритетным, чем принятие семейных решений. При этом среднегрупповые показатели выраженности семейных ролей мужчин и женщин статистически значимо не различаются ($p > 0,05$). Следовательно, можно говорить о том, что среди пар, живущих в гражданском браке, у мужчин не определяется явного лидерства в принятии семейных решений и супружеской власти.

Ведущими ролевыми позициями у молодых супружеских пар являются ролевые притязания в отношении социальной активности и ролевые ожидания в отношении эмоционально-психотерапевтической сферы. Таким образом, как для мужчин, так и для женщин характерны высокая выраженность собственных профессиональных потребностей и ориентация на то, что брачный партнёр возьмет на себя роль эмоционального лидера семьи в таких вопросах, как коррекция психологического климата, оказание моральной и эмоциональной поддержки, создание определённой психотерапевтической атмосферы. У женщин наиболее дефицитной ролью выступает шкала значимости сексуальных отношений в супружестве, а у мужчин – подшкала «ролевые ожидания», которая отражает желание супруга иметь внешне привлекательного партнёра.

Выявлены статистически значимые различия между мужчинами и женщинами, которые касались следующих параметров: «Родительская сфера (ожидания)» ($F_{(1, 38)} = 7,440$; $p = 0,010$, $\eta^2 = 0,164$), «Внешняя привлекательность супругов (притязания)» ($F_{(1, 38)} = 7,455$; $p = 0,010$, $\eta^2 = 0,164$). У мужчин преобладают среднегрупповые значения параме-

тра «Родительская сфера (ожидания)» ($M = 7,500$; $s = 1,147$) по сравнению с женщинами ($M = 6,400$; $s = 1,392$), что описывает выраженность установки супруга на активную родительскую позицию брачного партнёра. В свою очередь, у женщин преобладают среднегрупповые значения параметра «Внешняя привлекательность супругов (притязания)» ($M = 6,450$; $s = 2,089$) по сравнению с мужчинами ($M = 4,450$; $s = 2,523$), что указывает на желание партнёра женского пола обладать внешней привлекательностью для мужчины, с которым женщина проживает в молодом браке.

Результаты опросника «Распределение ролей в семье» у молодых супружеских пар указывают на то, что при данном типе партнёрских отношений основное значение респонденты придают поддержанию эмоционального климата в семье. При проведении однофакторного дисперсионного анализа статистически значимые различия обнаружены в отношении показателя «Организация семейной субкультуры» ($F_{(1, 38)} = 7,590$; $p = 0,009$; $\eta^2 = 0,166$). В молодом браке так же, как и в фактическом, мужчины ($M = 2,635$, $s = 0,508$) активнее, чем женщины ($M = 2,245$, $s = 0,378$), реализовывали роль организатора семейной субкультуры. Можно отметить, что появление этой роли, как и роли организатора досуга, отражает коренные изменения, происходящие в обществе, и прежде всего рост культурного уровня широких слоев населения. Для мужчин эта роль более значима, так они продолжают ценить в браке культурно-развлекательный аспект семейной жизни. По опроснику «Семейные роли» у молодых супружеских пар установлено, что статус

супругов преобладает над принятием семейных отношений. При этом статистически значимых половых различий между этими показателями ($p > 0,05$) не обнаружено.

Ведущей ролью в зрелых семьях как у мужчин, так и у женщин является роль, связанная с поддержанием эмоционального климата в семье. Об огромном значении, которым обладает эта роль в современной семье, свидетельствует уже тот факт, что степень ее реализации членами семьи наиболее тесно связана с удовлетворенностью супругов своим браком [1].

Статистически значимые различия между мужчинами и женщинами по данному опроснику обнаружены для показателя «Роль хозяина (хозяйки)»: $F_{(1, 38)} = 6,476$; $p = 0,015$; $\eta^2 = 0,146$. При этом для женщины эта роль более значима ($M = 2,570$; $s = 0,505$), чем для мужчины ($M = 2,115$; $s = 0,620$). Это соответствует модели «мужчина – добытчик», «женщина – домохозяйка, представляет нормативные условия женской субординации, характерные для традиционной гендерной культуры [9].

Выявлены также статистически значимые различия по параметру «Статус супругов» $F_{(1, 38)} = 9,800$; $p = 0,003$; $\eta^2 = 0,205$. Женщины обладали более высоким статусом ($M = 8,200$; $s = 2,118$) и, соответственно, более высоким уровнем власти, чем мужчины ($M = 6,100$; $s = 0,620$). В данном случае отмечается переход к главенствующей роли женщины на стадии зрелого брака.

Выводы

В ролевом поведении были выявлены следующие половые различия. Для добрых отношений характерны выраженность требований, предъявля-

емых женщинами к участию партнёра в организации быта. В гражданском браке женщины ожидают от партнёров проявления профессиональной и общественной активности. Они интенсивнее выражают неудовлетворённость хозяйственно-бытовыми условиями и проявляют установку на собственное участие в ведении домашнего хозяйства. В гражданском браке женщины активнее, чем мужчины, реализовывали роль сексуального партнёра, тогда как мужчины – роль организатора семейной субкультуры. В молодых семьях возникает гендерная асимметрия семейных ролей, связанная с выполнением родительской функции: формируется представление о том, что именно мать должна быть более вовлечена в процесс ухода за ребёнком. В зрелом браке у мужчин установка на активную родительскую позицию брачного партнёра также более выражена, чем у женщин. Роль хозяйки более значима для женщины, чем для мужчины, что соответствует установлению в зрелом браке традиционной модели: мужчина – добытчик, а женщина – домохозяйка. Длительные супружеские отношения способствовали тому, что женщины обладали более высоким супружеским статусом и, соответственно, более высоким уровнем власти, чем их брачные партнёры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алешина Ю.Е., Гозман Л.Я., Дубовская Е.М. Социально-психологические методы исследования супружеских отношений. М., 1987. 120 с.
2. Белогай К.Н., Зул'бухарова О.Р. Незарегистрированный брак: специфика супружеских отношений в период ранней взрослости // Журнал практического психолога. 2009. № 6. С. 79–92.
3. Гурко Т.А. Трансформация института современной семьи // Социологические исследования. 1995. № 10. С. 95–99.
4. Задворнова Ю.С. Тенденции трансформации гендерных отношений в семье в исследованиях отечественных социологов // Женщина в российском обществе. 2011. № 4. С. 95–100.
5. Змановская Е.В. Современный психоанализ. Теория и практика. СПб., 2011. 288 с.
6. Николаева А.Н. Формы партнерских взаимоотношений // Современные проблемы психологии семьи: сборник статей. СПб., 2007. С. 75–80.
7. Челнокова И.А. Социально-психологическая модель детерминации вступления партнеров в гражданский брак: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2009. 26 с.
8. Филиппова Ю.В. Семейная идентичность и трансформация семейных ценностей в современной России // Трансформация идентификационных структур в современной России / под ред. Т.Г. Стефаненко. М., 2001. С. 192–218.
9. Crompton R. Discussion and Conclusions // Restructuring Gender Relations and Employment. The Decline of the Male Breadwinner / ed. R. Crompton. Oxford, New York, 1999. P. 200–214.

REFERENCES

1. Aleshina YU.E., Gozman L.YA., Dubovskaya E.M. Socio-psychological research methods of marital relations. Moscow, 1987. 120 p.
2. Belogai K.N., Zul'bukharova O.R. [Unregistered marriage: the specificity of the marital relationship during the period of early adulthood]. In: *Zhurnal prakticheskogo psikhologa* [Journal of the practical psychologist], 2009, no. 6, pp. 79–92.

3. Gurko T.A. [Transformation of the institution of a modern family]. In: *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological research], 1995, no. 10, pp. 95–99.
4. Zadvornova YU.S. [Trends of gender relations transformation in the family in Russian sociologists' research]. In: *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve* [Woman in Russian society], 2011, no. 4, pp. 95–100.
5. Zmanovskaya E.V. *Modern psychoanalysis. Theory and practice*. Saint Petersburg, 2011. 288 p.
6. Nikolaeva A.N. [Kinds of partnership]. In: *Sovremennye problemy psikhologii sem'i. Sbornik statei* [Modern problems of family psychology. A collection of articles]. Saint Petersburg, 2007. pp. 75–80.
7. Chelnokova I.A. *Socio-psychological model of the determination of the entry of partners in civil marriage: abstract of PhD thesis in Psychological sciences*. Moscow, 2009. 26 p.
8. Filippova YU.V. [Family identity and the transformation of family values in modern Russia]. In: *Transformatsiya identifikatsionnykh struktur v sovremennoi Rossii; pod red. T.G. Stefanenko* [Transformation of identification structures in modern Russia; under the editorship of T. G. Stefanenko]. Moscow, 2001. pp. 192–218.
9. Crompton R. *Discussion and Conclusions. In: Restructuring Gender Relations and Employment. The Decline of the Male Breadwinner / Ed. by R. Crompton*. Oxford and NY. 1999. P. 200–214.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Кузин Евгений Дмитриевич – научный корреспондент Института психологии имени Г.С. Костюка Национальной академии педагогических наук Украины;
e-mail: gkuzin@ukr.net

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Yevgeny D. Kuzin – scientific correspondent of the G.S. Kostyuk Institute of Psychology at the National Academy of Pedagogical Science of Ukraine;
e-mail: gkuzin@ukr.net

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Кузин Е.Д. Сравнительный анализ особенностей ролевого поведения у мужчин и женщин с различным типом партнерских отношений // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 51–59.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-51-59

FOR CITATION

Kuzin Ye. Comparative analysis of the characteristics of role behavior of men and women with different types of partnerships. In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology*. 2017. no 4. Pp. 51–59.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-51-59

УДК 159.9.07

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-60-67

САМОВОСПРИЯТИЕ И КОГНИТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТУДЕНТОВ С РАЗНЫМ СОЦИОМЕТРИЧЕСКИМ СТАТУСОМ

Михайлова И.В., Таскина С.В.

Ульяновский государственный университет

432017, г. Ульяновск, ул. Льва Толстого, д. 42, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос, какие психологические переменные сопровождают процесс межличностного взаимодействия в малых группах с точки зрения когнитивных структур отдельных индивидов, её наполняющих. Авторами был осуществлён обзор ряда теоретических подходов, найденных в научной литературе по проблеме, описано эмпирическое исследование и сделаны выводы. Новизна работы заключается в том, что изучаются самовосприятие членов группы с разным социометрическим статусом и те личностные и когнитивные особенности и черты, которыми наделяются члены группы через систему мнений друг о друге.

Ключевые слова: самовосприятие, социометрический статус, личностные особенности, малая группа, межличностное взаимодействие, внутренние конструкты личности.

SELF-EXAMINATION AND COGNITIVE FEATURES OF STUDENTS WITH DIFFERENT SOCIOMETRIC STATUS

I. Mikhailova, S. Taskina

Federal State Budget Educational Institution of Higher Education

“Ulyanovsk State University”

42, Leo Tolstoy ul., Ulyanovsk, 432017, Russian Federation

Abstract. This article deals with the question of which psychological variables accompany the process of interpersonal interaction in small groups from the point of view of cognitive structures of separate individuals filling it. We reviewed a number of theoretical approaches found in the scientific literature on the problem, described the empirical study and made conclusions. The novelty lies in the fact that the self-perception of the members of the group with different sociometric status and those of the personal and cognitive features and traits that the members of the group are given through a system of opinions relative to each other is being studied.

Key words: self-perception, sociometric status, personal characteristics, small group, interpersonal interaction, internal constructs of personality.

Целью нашего исследования было изучение самовосприятия и когнитивных особенностей студентов с разным социометрическим статусом.

Задачи исследования включали: анализ научной литературы по проблеме самовосприятия и когнитивных особенностей студентов с разным социометрическим статусом; разработку и проведение исследования на основе проанализированной литературы; статистическую обработку полученных результатов; интерпретацию данных и формулирование выводов по результатам исследования.

Гипотеза исследования: мы предполагаем наличие различий в самовосприятии, а также в личностных конструктах студентов, занимающих разное положение в группе.

Методы, использованные в исследовании:

1) Общетеоретический (анализ литературы).

2) Психодиагностический:

– Метод социометрических измерений (Дж. Морено).

– Методика диагностики межличностных отношений Т. Лири.

– Методика диагностики самооценки Дембо-Рубинштейн (в модификации А.М. Прихожан).

– Модификация методики репертуарных решеток Дж. Келли.

3) Контент-анализ.

4) Математическая обработка данных (U-критерием Манна-Уитни).

Характеристика базы и выборки: исследование проводилось в Ульяновском государственном университете. Общую выборку составили 112 человек, среди них у 33 человек выявлен статус лидера и у 32 – статус аутсайдера в своих группах.

Самовосприятие складывается из устойчивых представлений индивида о самом себе и формирует «образ-Я» (или, по мнению современных иссле-

дователей, корректнее – «представление о себе» [9, с. 175]), который, в свою очередь, интегрирован в рефлексивную систему установок, направленных на себя, называемую «Я-концепцией» личности [6, с. 30, 33]. «Образ-Я» воплощает собой когнитивную составляющую «Я-концепции» и связан с эмоционально-оценочным отношением к себе [6, с. 39].

Согласно теории ролей «образ-Я» складывается из представления индивидом себя с точки зрения другого человека. Ребёнок интроецирует роли значимых других и роли «генерализованного другого» по мере взросления, являющегося воплощением обезличенных групповых норм. Оставаясь субъектом, он одновременно становится объектом своего собственного контроля.

В русле символического интеракционизма развивалась мысль о том, что образ себя у индивида складывается на основе единичных представлений каждого отдельного члена группы, объединяющихся впоследствии в одно кристаллизованное мнение – установку «обобщённого другого». Ожидания и требования «обобщённого другого» вбирает в себя рефлексивный компонент личности (me), представляющий ответственность за нормативный контроль импульсивных побуждений, исходящих из другого компонента в структуре личности – импульсивного Я (I). Вместе они составляют третий компонент в структуре личности – личностное «я» – и консолидируются в активном взаимодействии друг с другом, побуждая личность на конструирование собственного поведения, формирование и интерпретацию значений [2, с. 185–187].

Первоначально проблема «образа-Я» и его структурных компонентов выносилась на обсуждение представителями функционального направления ещё во второй половине XIX в. В частности, У. Джемс вывел концепцию глобального личностного «Я», обладающего двойственной природой и являющегося субъектом познания с одной стороны и его объектом с другой: «Я-познающее» как чистый опыт и «Я-познаваемое» как содержание этого опыта. Обе стороны «Я» не могут существовать изолированно друг от друга, так как являются взаимодополняющими частями единого целого, на которых построена идентичность личности [1, с. 4]. «Я-познаваемое» (эмпирическое «Я») представлено эмоциями, чувствами и поступками личности и интегрирует в себе несколько измерений «Я»: физическое «Я», материальное «Я», социальное «Я» и духовное «Я» [1, с. 4; 7, с. 38].

Термин «социометрический статус» был введён в использование американским психиатром и социальным психологом Дж.Л. Морено. В рамках социометрии он позиционируется для обозначения одного из параметров малой группы ответственного за положение, занимаемое каждым участником группы в иерархии внутригрупповых отношений. Социометрия позволяет исследователю фиксировать факт предпочтения или установку, выраженную индивидом в отношении взаимодействия с другими индивидами в определенных ситуациях [5, с. 95]. С целью модификации социально-психологического микроклимата малой группы, принимая в учёт наибольшее количество взаимных выборов участников, чтобы добиться максимально

возможной взаимности и удовлетворения. Такую оптимизацию группы называют демократической социограммой [4, с. 111].

Подавляющее большинство социально-психологических исследований, базирующихся на социометрическом методе, концентрируют интерес на внутригрупповых полюсах – условных лидерах малых групп – тех, кто получает наибольшее количество положительных выборов и отвергаемых условных аутсайдеров [10, с. 667; 8, с. 60]. Существует несколько способов определить лидеров и аутсайдеров группы. Первый заключается в подсчёте индекса социометрического статуса для каждого члена группы, который может оказаться либо положительным, либо отрицательным (лидеры и аутсайдеры соответственно) [5, с. 29]. Второй – в подсчёте количества положительных выборов при критерии принятия и отрицательных выборов для каждого участника группы при критерии отвержения. Где сравнительно большое количество положительных выборов при критерии принятия выявляет возможных лидеров, а наибольшее количество выборов при использовании критерия отвержения – возможных аутсайдеров. Разнятся также и основания, исходя из которых, избираются лидеры. Большую роль играют требования момента и то, как эти требования отражаются во внутреннем плане избирающего [4, с. 132].

Перейдём к описанию процедуры и результатов нашего исследования.

Проведение методик осуществлялось в 2 этапа.

Первый этап подразделяется на 2 части. Первая часть состояла в том, что группе испытуемых предлагалось ответить на вопросы для социоме-

трии, которые дали возможность обнаружить их симпатии и антипатии по отношению друг к другу. Выбор испытуемых ограничивался указанием фамилий трёх членов группы, присутствовавших на момент заполнения бланков исследования.

Следом предлагалась методика диагностики самооценки Дембо-Рубинштейн в модификации А.М. Прихожан и методика Т. Лири, применяемая с целью получения представления о самовосприятии испытуемых.

Когда по результатам обработки социометрии стали известны условные лидеры (члены группы с положительным социометрическим статусом) и условные аутсайдеры (члены группы с отрицательным социометрическим статусом) исследуемых групп, началась вторая часть первого этапа сбора первичных эмпирических данных для нашего исследования. Испытуемым были предложены бланки с методикой Т. Лири с указанием фамилий условных лидеров и аутсайдеров группы. На этот раз методика применялась для исследования интерперсонального восприятия испытуемых. Каждому предлагалось сообразно со своим представлением отметить качества, присутствующие, по их мнению, у вынесенных на обсуждение членов группы (двух лидеров и одного аутсайдера или двух аутсайдеров и одного лидера).

Наконец, второй этап сбора эмпирических данных состоял в том, что испытуемые ставились перед триадическим выбором, когда каждому предлагалось пройти модифицированный вариант методики репертуарных решёток Дж. Келли. Для этого испытуемым раздавались бланки с заготовленными заранее ситуациями:

- 1) Ситуация, которая сильно обр-довала;
- 2) Ситуация, которая вызвала тревогу;
- 3) Ситуация соперничества;
- 4) Ситуация, которая сплотила;
- 5) Шумная компания;
- 6) Одиночество;
- 7) Близкие друзья;
- 8) Знакомые.

На бланке испытуемым требовалось отметить знаком «+» две схожие ситуации, оставив в соседней графе, помеченной соответствующим символом, уточнение, показывающее их сходство. Затем выбрать ещё одну ситуацию, отличающуюся от двух предыдущих, отметив её знаком «-», и записать в соответствующую графу уточнение, раскрывающее её отличие от первых двух. На этом этап сбора первичных эмпирических данных был закончен.

Перейдём к описанию и анализу основных результатов исследования.

Для выявления различий между сравниваемыми группами испытуемых, мы воспользовались U-критерием Манна-Уитни для независимых выборок.

Рассматривая полученные после обработки методики Т. Лири, выбранной для изучения самовосприятия и интерперсонального восприятия испытуемых, мы пришли к следующим результатам. Наиболее достоверными оказались различия между представлениями группы об испытуемых с положительным социометрическим статусом (лидерах) и представлениями группы об испытуемых с отрицательным социометрическим статусом (аутсайдерах). Это ($p < 0,01$) результаты по 1 октанте методики Т. Лири – «Авторитарность» (лидеры – 9,26, аутсайдеры –

6,11) и по 3 октанте – «Агрессивность» (лидеры – 7,37, аутсайдеры – 5,83). Что указывает на достоверность того, что группа видит лидеров и аутсайдеров по-разному. А именно лидеров группа воспринимает более авторитарными, чем аутсайдеров, а также более агрессивными.

При сравнении характеристик самовосприятия лидеров (Л) и аутсайдеров (А) по методике Лири, действительно можно заметить, что оно различается по октантам «Авторитарность» (Л – 9,44, А – 8,56), «Агрессивность» (Л – 8, А – 6,56). Т. е. самовосприятие лидеров близко к сложившемуся у группы образу. Значит, лидеры тоже воспринимают себя более авторитарными и агрессивными. И, так как поиск достоверных различий между самовосприятием лидеров и сложившимся образом лидеров у группы не дал результатов, мы можем говорить, что в целом самовосприятие лидеров совпадает с образом лидеров, сложившимся у группы, по всем октантам методики Лири.

Восприятие группой испытуемых-лидеров и испытуемых-аутсайдеров расходится по октантам «Эгоистичность», «Дружелюбность» и «Альтруистичность», но так как они попали в зону неопределённости ($p < 0,05$) при проверке на достоверность, то мы не можем с уверенностью отнести полученные результаты к достоверным.

При рассмотрении «образа-Я» испытуемых-аутсайдеров и образа, сложившегося об испытуемых-аутсайдерах у группы, мы столкнулись с тем, что присутствующие различия между сравниваемыми параметрами попали в зону неопределённости ($p < 0,05$). Это даёт основания полагать, что «образ-Я» аутсайдеров может отли-

чаться от образа аутсайдеров, сложившегося у группы, на уровне значимости $p < 0,05$ по двум октантам методики диагностики межличностных отношений Т. Лири «Авторитарность» и «Альтруизм», т. е. по каким-то причинам аутсайдеры воспринимают себя более альтруистичными (10,33) и авторитарными (8,56), чем на то согласна группа (6,98 и 6,11).

Таким образом, если принять образ, сложившийся об аутсайдерах у группы, за некий зеркальный «образ-Я» и сравнить его с таким зеркальным «образом-Я» лидеров, мы получаем различия на уровне значимости $p < 0,01$ по октантам «Авторитарность» и «Агрессивность» и различия на уровне значимости $p < 0,05$ по октантам «Дружелюбность» и «Альтруистичность».

Обобщая результаты статистического анализа данных, переступивших порог достоверности, следует отметить, что нам не удалось обнаружить весомые различия в самовосприятии испытуемых, которые позволяли бы выявить диагностические ресурсы методики Т. Лири. Тем не менее обнаружилось различия в интерперсональном восприятии группой лидеров и аутсайдеров. Следовательно, существуют причины, опора на которые позволяет группе приписывать одним своим членам положительный социометрический статус, а другим – отрицательный. На этом основании мы предположили, что различия приходятся не на самовосприятие испытуемых, а на их когнитивную сферу.

Для исследования когнитивной сферы лидеров и аутсайдеров мы использовали модифицированную методику репертуарных решеток Дж. Келли и

провели контент-анализ когнитивных конструктов испытуемых. Мы пришли к мнению, что испытуемые-лидеры и испытуемые-аутсайдеры воспринимают окружающую действительность через различные категории конструктов, что можно объяснить по-разному [3, с. 11]. Наиболее часто среди ответов встречаются конструкты, связанные с эмоциями (положительными и отрицательными), межличностными отношениями (соперничество, дружба, совместная деятельность, общение), одиночеством, тревогой и доверием. Количество конструктов у обеих групп испытуемых, которые мы выделили путём простого пересчёта, имеет незначительные отличия. Это подтверждается и критерием Фишера, прибегнув к использованию которого, нам также не удалось обнаружить значимые различия в их количестве.

Однако следует отметить, что конструкты, которые выделили испытуемые с отрицательным и положительным социометрическим статусом, различаются по смысловому содержанию. Например, испытуемыми-аутсайдерами чаще акцентируется внимание вокруг негативных сторон ситуации одиночества, ситуации, вызвавшей сильную тревогу, и ситуации соперничества. Первые две ситуации чаще противопоставляются ими остальным как переживаемые негативно («тревога», «депрессия», «страх», «боль», «беспокойство», «печаль»), что объясняется отсутствием эмоциональной поддержки со стороны близких друзей, знакомых («не на кого положиться», «нет опоры», «нет поддержки», «никого нет рядом»), т. е. им важно быть частью группы. При этом ситуация соперничества переживается не менее тяжело

и также чаще противопоставляется остальным ситуациям: «нервное потрясение», «крайне проблематично пересилить себя», «не люблю быть против друзей», «беспокойство», «дискомфорт», «раздор», «негатив», «негативные эмоции», «нет поддержки».

Схожим образом и испытуемые-лидеры противопоставляют ситуацию одиночества, ситуацию соперничества и ситуацию, вызвавшую сильную тревогу, остальным ситуациям, что логично, но наряду с негативными переживаниями («грусть», «тоска», «безразличие», «страх», «уныние», «отрицательные эмоции») они отмечают и положительные стороны предложенных ситуаций. Например, «испытываю тревогу чаще на экзаменах, при знакомстве тревоги не возникает», «находясь в компании, одиночества не испытываю», «остался наедине с собой», «первенство», «атмосферно», «занял 4 место», «со своими друзьями я никогда не испытываю одиночества», «остался дома один».

Таким образом, мы пришли к выводу, что испытуемые с разным социометрическим статусом воспринимаются группой по-разному: лидеры предстают более агрессивными и авторитарными, чем аутсайдеры. Кроме того, испытуемые-лидеры, сталкиваясь с обстоятельствами, субъективно переживаемыми как дискомфортные, способны минимизировать негативные переживания, обнаруживая в подобных ситуациях положительные моменты. Аутсайдеры же оказываются неспособны к обнаружению положительных сторон ситуаций, субъективно переживаемых ими как неприятные.

Когнитивное пространство испытуемых-лидеров включает в себя бинарно-оппозиционный конструкт

5. Kapezina T.T. [A study of interpersonal relations inside a student group]. In: *Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo* [Science. Society. State], 2016, Vol. 4. no.1(13), pp. 95–102.
6. Kelli Dzh.A. *Teoriya lichnosti. Psikhologiya lichnostnykh konstruktov* [Kelly George. A theory of personality. The psychology of personal constructs]. Saint Petersburg, 2000. 249 p.
7. Moor D.G., Sycheva T.YU., Ponomarenko I.V. [Features of the image of “I” of children and adolescents from disadvantaged families]. In: *Smal'ta*, 2017, no. 2, pp. 38–44.
8. Sachkova M.E. [A topical approach to the study of status relations in student groups within the faculty of social psychology, MSUPU]. In: *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social psychology and society], 2016, Vol. 7. no. 1, pp. 59–71.
9. Serkin V.P. [Change of perceptions about oneself, and the self- image of the world and way of life when experiencing an extreme situation]. In: *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki na dal'nem vostoke* [Social Sciences and Humanities in the Far East], 2016, no. 3, pp. 174–183.
10. Yemelyanenkova A.V., Gagarina M.A., Aygumova Z.I., Kerimova I.A., Deberdeeva N.A. Motivational particularities among the members of successful and unsuccessful teams in local organizations. In: *International journal of advanced biotechnology and research*, 2017. P. 667–673.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Михайлова Ирина Викторовна – кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики Ульяновского государственного университета;
e-mail: 44kd11@gmail.com

Таскина Светлана Владимировна – студент кафедры психологии и педагогики Ульяновского государственного университета;
e-mail: svetaskina@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Irina V. Mikhailova – PhD in Psychological Sciences, associate professor of the Department of Psychology and Pedagogy, Ulyanovsk State University;
e-mail: 44kd11@gmail.com

Svetlana V. Taskina – student of the Department of Psychology and Pedagogy, Ulyanovsk State University;
e-mail: svetaskina@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Михайлова И.В., Таскина С.В. Самовосприятие и когнитивные особенности студентов с разным социометрическим статусом // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 60–67.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-60-67

FOR CITATION

Mikhailova IV, Taskina S.V. Self-examination and cognitive features of students with different sociometric status. In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology*. 2017. no 4. Pp. 60–67.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-60-67

УДК 159

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-68-79

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТАРШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Селезнёв В.Н., Овсяник О.А.

*Московский государственный областной университет
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, Российская Федерация*

Аннотация. В статье представлены результаты исследования ценностных ориентаций и представлений старшеклассников, обучающихся в классах с разными профилями (гуманитарном, техническом, а также в гимназическом и общеразвивающем классах), о своём будущем. Содержательно показана сложная совокупность выбора ценностей и представлений о будущем, которые определяют личностное развитие старших школьников. Показано, что выбор отдельных ценностей у старшеклассников разных классов похож в терминальной и инструментальной сферах. В представлениях о своем будущем выявлены различия в выборе материальных ценностей, семейных, а также ценности хорошего человека в техническом и гуманитарном, гимназическом и общеразвивающем классах. Предложены пути развития ценностей современных старшеклассников, которые касаются образования и получения профессии.

Ключевые слова: планирование будущего, жизненная перспектива, представление о будущем, ценностно-смысловая сфера, ценностные ориентации, система значимых ценностей.

VALUE ORIENTATIONS OF SENIOR PUPILS

V. Seleznev, O. Ovsyanik

*Moscow Region State University
10A, Radio Street, Moscow, 105005, the Russian Federation*

Abstract. The article presents the results of research of the value orientations and ideas about their future of senior pupils studying in the classes with different profiles (humanities, technical, gymnasium and class of general development). Substantial account of complex totality of senior schoolchildren's choice of values and ideas about the future is given. It is shown that the choice of some values by senior pupils is alike in terminal and instrumental values. In their understanding of future the authors identified some differences in the choice of tangibles, family values, as well as the value of a good person in all four classes (technical and humanities, as well as gymnasium and class of general development). Ways for developing modern senior pupils' choice of values are given, values concerning getting education and choosing a profession being the most important.

Key words: planning for the future, prospects in life, vision of the future, value – semantic sphere, values, system of important values, the orientation of the personality.

Проблема изучения жизненных ценностей старшеклассников разных классов обусловлена тем, что они являются носителями будущего, и выбором ценностей во многом определяет это будущее, способствует конструированию собственного смысла жизни. Именно этот возраст многие психологи считают «сензитивным» для формирования ценностных ориентаций как устойчивого образования личности, способствующего становлению мировоззрения и отношения к окружающей человека действительности [3; 5]. Жизненные цели старшеклассников определяют их поведение, отношение к окружающему миру, они влияют на принятие решения о своём будущем, направление обучения и т. д. [1; 4]. Это время, когда старшеклассники пытаются определить, что для них является ценным в жизни, и в соответствии с этим ставят цели, начинают осознанно продумывать пути их достижения, обретать смысл жизни.

По мнению ряда авторов, именно в старшем школьном возрасте начинается «смыслообразование» (В.Э. Чудновский), позволяющее строить самого себя. По мнению Л.С. Выготского, существование в мире смыслов есть существование на собственно личностном уровне. При этом область смыслов и ценностей есть та область, в которой и происходит взаимодействие личности и общества, а ценности и смыслы обеспечивают его, поэтому анализ исследований психологов показывает, что ведущая роль в формировании личности принадлежит ценностям [9]. Уровень зрелой личности – это уровень ценностно-смысловой детерминации, уровень существования в мире смыслов и ценностей.

Таки образом, ценностные ориентации представляют собой систему относительно устойчивых, социально обусловленных представлений о предпочитаемых, избираемых личностью в качестве важных, необходимых, полезных для себя материальных и духовных благах и идеалах и наиболее приемлемых, достойных способов их получения, поэтому можно рассматривать ценности как устойчивую мотивационную основу поведения личности в обществе и результат процесса ее социализации.

Важность формирования ценностей для человека любого возраста определяется тем, что они, как предельные высшие смыслы человеческой жизни, выполняют функцию регуляторов поведения, охватывают все стороны человеческого бытия, включаются в национальные ценности, ценности семьи, труда, образования, общества. Особенностью ценностей является то, что они социальны по своей природе, но индивидуальны по формам выражения.

Формирование личности предполагает становление определённой системы индивидуальных ценностей человека. По мнению С.Л. Рубинштейна, наличие ценностей есть выражение небезразличия человека по отношению к миру, возникающего из значимости различных сторон, аспектов мира для человека, для его жизни [3, с. 9]. Рассматривая ценностные ориентации современных старшеклассников, важно изучить, какие факторы определяют их развитие.

В современном обществе неотъемлемой частью формирования жизненных ценностей является образование. Образование – это не только получение каких-либо знаний и навыков, но

и повышение своего статуса, а также в перспективе улучшение материального благосостояния и удовлетворённости своей работой. Современные старшеклассники находятся в довольно сложной ситуации, так как жизненные ценности, сложившиеся в обществе, значительно изменились, поэтому мотивы, цели и установки молодого поколения тоже претерпели изменения, происходит упадок престижа образования – работающая молодёжь придерживается точки зрения, что их заработок абсолютно не коррелирует с наличием или отсутствием образования. Таким образом, на сегодняшний день школа выполняет не только образовательную функцию, но и воспитательную, поэтому интересными становятся вопросы отношения старшеклассники к правилам и нормам поведения, принятым в школе, взаимоотношений с учителями и одноклассниками, возникновения конфликтных ситуаций.

Д.А. Леонтьев выделяет три формы существования ценностей: общественные идеалы, предметные ценности и личные ценности [6, с. 6]. По мнению Ю.П. Шерковина, индивидуальная иерархия ценностных ориентаций, как правило, представляет собой последовательность достаточно хорошо разграничиваемых «блоков». Возможна группировка ценностей, объединённых в блоки по различным основаниям и представляющих собой своего рода полярные ценностные системы [8, с. 376].

В частности, среди терминальных ценностей противопоставляются: конкретные жизненные ценности и абстрактные; ценности профессиональной самореализации и ценности

личной жизни; индивидуальные ценности и ценности межличностных отношений; активные и пассивные ценности [2, с. 185].

Среди инструментальных ценностей Д.А. Леонтьев выделяет следующие дихотомии: этические ценности и ценности профессиональной самореализации; индивидуалистические ценности и конформистские; ценности самоутверждения и принятия других; интеллектуальные ценности и ценности непосредственно-эмоционального мироощущения [6, с. 9].

Таким образом, многообразие выделения ценностей, их противопоставление затрудняют изучение и выявление ценностей, особенно в такой сложный возрастной период, как старший школьный возраст. Многими психологами период ранней юности определяется как важный, уникальный, но вместе с тем – сложный, критический и конфликтный. Развивающаяся личность вдруг обнаруживает, что внутри неё существует целый новый мир переживаний, который живёт по своим собственным законам, мир пугающий и манящий одновременно. На этом возрастном этапе личность переживает своё «второе рождение». Недалеко этот возраст называют «переходным» – переходным из мира детства в мир взрослости. По мнению В.Ф. Сержантова, ценности в отношении к индивидуальному сознанию находятся в двояком положении: они отражены в нём как значения, имеющие для индивида определённый смысл, при этом в состав значений включаются такие компоненты, которые характеризуют их как ценности, «т. е. их социально опосредованные функционально-праксеологические определения» [7].

Замысел и организация исследования

Цель: изучить взаимосвязь ценностных ориентаций старшеклассников и их представлений о будущем.

Гипотеза исследования: ценностные ориентации и представления старшеклассников о будущем могут определяться профилем класса, в котором они обучаются.

Задачи исследования:

1) изучение ценностных ориентаций старшеклассников, обучающихся в профильных классах, и их представлений о будущем;

2) выявление взаимосвязи между ценностями старших школьников и их представлениями о будущем.

Используемые методы:

Метод контент-анализа – качественно-количественный анализ любой информации, зафиксированной в тексте. Выявляется частота и объём появления в тексте определённых характеристик, интересующих исследователя. Выделяют качественные и количественные единицы контент-анализа. Качественные единицы – категории, подкатегории и их индикаторы в тексте (что надо считать); количественные единицы – единицы контекста и единицы счета (как надо считать).

Методика изучения ценностных ориентаций М. Рокича для выделения двух классов ценностей – терминальных и инструментальных.

Сочинение. Обучающимся старших классов предлагалось написать мини-сочинения на тему «Каким(ой) я вижу себя в будущем?». Сочинения обрабатывались с помощью контент-анализа.

Методика Э. Шострома «Опросник личностных ориентаций». Опросник

позволяет выявить направленность личности. Использовались 2 основные шкалы – «Отношение времени» и «Отношение опоры». Из вспомогательных шкалы: самоактуализации – измеряет уровень, на котором испытуемый разделяет ценности самоактуализирующейся личности; экзистенциальности – измеряет способность конкретного человека перестраивать основные принципы и правила поведения; принятия себя – измеряет способность принимать себя, несмотря на свои слабости и недостатки; целостности – измеряет способность видеть общее в поступающей противоречивой информации.

Методика Ж. Нюттена «Неоконченные предложения» (Методика позволяет изучить мотивацию личности. МММ обеспечивает оптимальные условия, при которых человек спонтанно «выдаёт» большое число личностных мотивов (мотивационных объектов). Нами была использована форма В, содержащая 20 и 10 (всего 30) предложений. Ж. Нюттен выделяет 4 основные категории объектов: «Я», сам человек, завершающий неоконченные предложения; другие люди; объекты природы; различные идеальные объекты.

Ж. Нюттен выделяет 10 главных категорий, имеющих принципиальное значение для кодирования содержательной стороны мотивации.

База исследования

Исследование было проведено на базе Государственного бюджетного общеобразовательного учреждения средней школы № 118 в 2016 г. (участник общероссийского рейтинга школьных сайтов 2016; участник рейтинга 500

лучших школ России 2013). Исследование проводилось на выборке старшеклассников десятых классов разной профильной направленности: 10-б – гуманитарный; 10-в – технический; 10-г – гимназический; 10-д – общеобразовательный. В 10-б было исследовано 15 чел., 9 девочек и 6 мальчиков. В 10-в 17 чел., 8 мальчиков и 9 девочек. В 10-г 17 чел., 11 мальчиков и 6 девочек. 10-д 16 чел., 7 мальчиков и 9 девочек. Всего было исследовано 65 человек, 33 девочки и 32 мальчика.

Результаты эмпирического исследования

Для трёх профильных классов характерен выбор наиболее значимых

ценностей «любовь» и «наличие хороших и верных друзей», кроме общеобразовательного класса – «наличие хороших и верных друзей». Именно эти терминальные ценности, которые рассматриваются как цели, оказались значимыми для старшеклассников. При этом терминальные ценности «красота природы и искусства» заняли последние места в списке ценностей. Выбор инструментальных ценностей, способ оказался для всех классов одинаковым – независимость, на последних местах оказалась ценность «непримиримость к недостаткам в себе и других». Особенности выбора ценностей в каждом классе представлены в таблице 1.

Таблица 1

Значимые ценности в классах с разным профилем обучения

№ п/п	Профиль класса	Значимые ценности	Общие значимые ценности
Терминальные ценности			
1	Гуманитарный	любовь, наличие хороших и верных друзей, уверенность в себе	любовь наличие хороших и верных друзей
2	Технический	здоровье, любовь и уверенность в себе	любовь наличие хороших и верных друзей
3	Гимназический	активная деятельная жизнь, любовь и наличие хороших и верных друзей	любовь наличие хороших и верных друзей
4	Общеобразовательный	здоровье, наличие хороших и верных друзей и материально обеспеченная жизнь	наличие хороших и верных друзей
Инструментальные ценности			
1	Гуманитарный	жизнерадостность, смелость в отстаивании своего мнения и независимость	независимость
2	Технический	независимость, твёрдая воля и образованность	независимость
3	Гимназический	воспитанность, жизнерадостность, независимость	независимость
4	Общеобразовательный	независимость, образованность, твёрдая воля	независимость

При изучении личностных ориентаций (опросник Э. Шостромма) получены следующие результаты. Во всех четырёх классах показатели по шкале «Отношение времени» не превышают 1/3, хотя этот показатель для самоактуализирующейся личности должен достигать отношения 1/8. Показатели по шка-

ле «Отношение опоры» чуть превышают 1/2, хотя для самоактуализирующейся личности этот показатель должен достигать отношения 1/3. Значения остальных 4-х шкал в четырёх классах указаны на рис. 1. Показатели по этим шкалам не превышают 60 баллов, следовательно, находятся в пределах нормы.

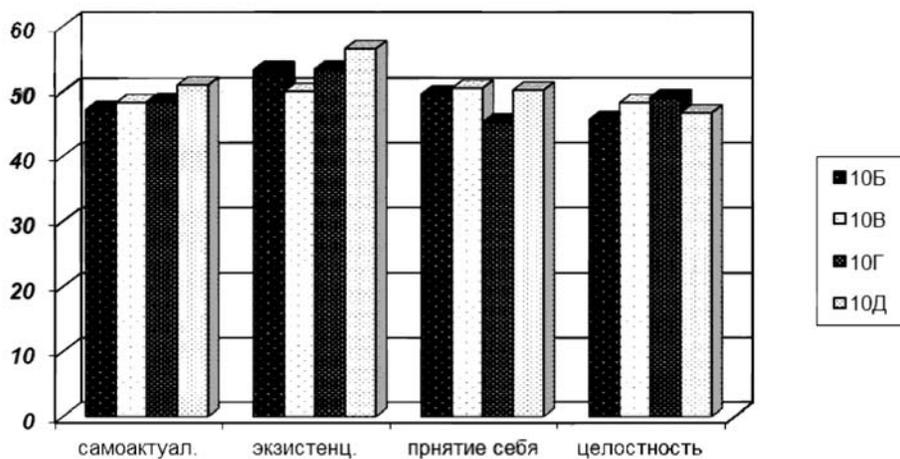


Рис. 1. Показатели соотношения шкал в четырёх классах

В гуманитарном и техническом классах наивысшего результата достигли показатели по шкалам «Экзистенциальность» и «Принятие себя» по сравнению с другими классами. В гимназическом классе – «Целостность», а в общеобразовательном классе – «Самоактуализация», «Экзистенциальность» и «Принятие себя». Это свидетельствует о том, что старшеклассники ещё не являются самоактуализирующимися личностями, но у них уже проявляется стремление к этому.

Контент-анализ мини-сочинения «Каким(ой) я вижу себя в будущем?» позволил выделить пять категорий и их содержание, поскольку они включали основные и вспомогательные

ценности. Важно было выделить, какие факторы оказывают воздействие на формирование ценностей старшеклассников: семья, здоровье, материальное благополучие, независимость и т. д. На вопрос о выборе наиболее значимых ценностей, касающихся их жизни, старшеклассники зачастую отвечают, что главной ценностью является семья, но если спросить у обучающегося, какая из жизненных ценностей для него будет приоритетной после окончания школы, то, скорее всего, он ответит, что сначала он хочет получить высшее образование, затем устроится на престижную и хорошо оплачиваемую работу и только потом, возможно, создаст свою собственную семью.

Категория 1 – материальные ценности, которые обобщали работу, деньги, образование, статус в обществе, лёгкую красивую жизнь, науку, жизнь за границей, пользу человечеству, изобретения, достижение своих целей, друзей, хороший рабочий коллектив, пользу для страны, имущество.

Категория 2 – включает ценности семейных отношений: любовь, счастье, забота о близких, дети.

Категория 3 – самореализация, включающая в себя ценность хороше-

го человека, ум, общение, оптимизм, честность, красота, воля.

Категория 4 – физические ценности: отдых, физическая сила, здоровье.

Категория 5 – негативные ценности: нереальные, злость, обман людей, смерть, уголовное будущее, не видит будущего вообще (его нет).

Полученные результаты показывают (см. рис. 2), что во всех четырёх профильных классах у старшеклассников на первом месте оказались материальные ценности, но выявлено различие в их содержании во всех классах.

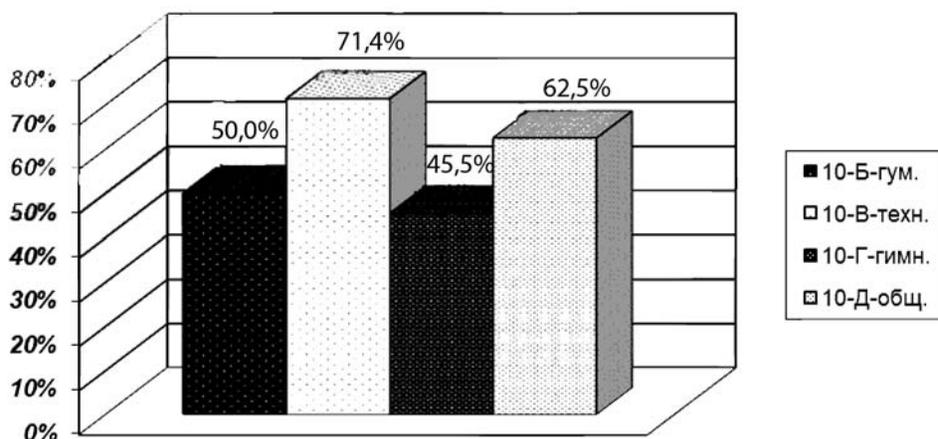


Рис. 2. Выбор материальных ценностей в четырёх классах

Наиболее представленным оказался выбор материальных ценностей в техническом классе (71,4%). При этом большинство выборов составили такие ценности, как работа и образование. Меньшее количество выборов пришлось на науку, пользу человечеству, друзей, пользу для страны, статус в обществе, хороший рабочий коллектив. На втором месте также во всех четырёх классах оказались семейные ценности (см. рис. 3).

Выявлено, что приблизительно одинаковое количество выборов семейных ценностей оказалось в двух классах (30,7%) – ценности «любовь», «счастье», «дети». Меньшее количество выборов ценности «забота о близких».

Рисунок 3 наглядно показывает, что технический и общеобразовательный классы отдают предпочтение материальным ценностям, тогда как гуманитарный и гимназический – семейным ценностям.

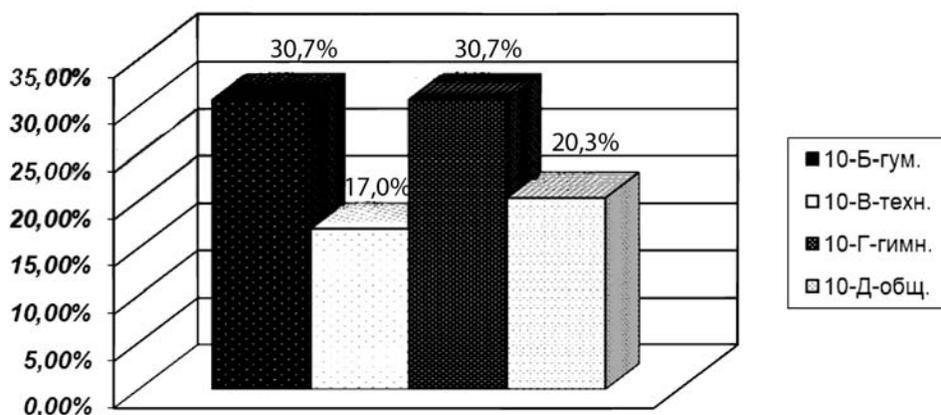


Рис. 3. Соотношение выборов семейных ценностей в четырёх классах

Таким образом, несмотря на то, что во всех профильных классах преобладает выбор материальных ценностей, наибольшее их число (71,4%) оказалось в классе с техническим профилем, затем в общеобразовательном (62,4%).

При сравнении четырёх профильных классов ответов мини-сочинения при помощи критерия хи-квадрат были выявлены различия по показателям «друзья» (,023), «счастье» (,020), «дети» (,001), «ценность хорошего человека» (,044), «отдых» (,034). Были также выявлены тенденции к различиям по таким показателям, как «достижение целей» (,081), «имущество» (,055), «здоровье» (,059).

Интерпретация полученных данных

Во всех четырёх классах выделяется ценность любви, которая является наиболее значимой для старшеклассников среди терминальных ценностей. При этом только в общеобразовательном классе выделена ценность здоро-

вья. К нераспространённым ценностям школьники отнесли следующие: «красота природы и искусства», «познание», «счастье других», «творчество». Можно предположить, что эти ценности абстрактны, т. е. школьники могут не до конца понимать значение этих слов, а может, для них важны конкретные ценности, которые необходимы для жизни, которые можно реально ощутить. Анализ результатов изучения инструментальных ценностей показал, что школьники отдают предпочтение независимости, которая предполагает быть «волевым», «сильным», иметь смелость, твёрдую волю. Можно предположить, что для старшеклассников, для которых наиболее ценной является любовь, важно быть сильными, настойчивыми, чтобы исполнить всё, что они задумали. Это может быть стремление отделиться от взрослых, родителей, быть самостоятельными, поскорее стать взрослыми. Можно предположить, что это обусловлено тем, что дети стремятся

всегда надеяться на лучшее, т. е. быть оптимистами и во всех ситуациях искать плюсы. Твёрдая воля может говорить о том, что дети хотят быть самостоятельными и добиваться тех целей, которые ставят перед собой.

На последние места школьники практически во всех классах поставили широту взглядов, высокие запросы, непримиримость к недостаткам в себе и других. Первая ценность подразумевает под собой умение понять чужую точку зрения, уважать иные вкусы, обычаи, вторая же – нетерпимость к недостаткам. Школьники могут смириться с недостатками, но не могут понять точку зрения другого человека. Можно предположить, что учащиеся не совсем поняли смысл этих ценностей, либо это связано с тем, что они думали в основном о терпении к своим недостаткам, а не к недостаткам других.

Выявлено, что на первом месте у старшеклассников всех четырёх классов стоят материальные ценности. Содержание этих ценностей включает образование и работу. Причём работу многие школьники видят на высокой должности или в сфере бизнеса. Например, «вижу себя директором крупной фирмы», «меня привлекает продюсерская деятельность или режиссёрская». Многие учащиеся указывают на интерес для них работы, «которая по душе», важность имущества, достижение успеха. При этом последнее упоминалось так: «вижу себя очень успешным». Ценности денег, друзей, пользы человечеству, изобретений получили меньше выборов, также как польза человечеству, наука, изобретения, польза для страны. Возможно, это связано с тем, что стар-

шеклассники не задумываются ещё о своей будущей деятельности, у них есть некоторый промежуток времени для выбора. Обучение в профильных классах позволяет им видеть перспективы выбора своей будущей жизни и деятельности, а главное – выбора профессии. Мы предполагаем, что выбор в пользу материальных ценностей показал, что в основе этой ценности лежит получение образования и работы. Значимость и важность для них этих ценностей проявляется также в том, что у старшеклассников сформирована потребность в продолжении обучения, а также это может быть обусловлено тем, что экономическое положение в нашей стране заставляет их уже сейчас задумываться о хорошем образовании, конкурентно способной профессии в будущем, для хорошего материального положения, дающего возможность нормально жить.

На втором месте оказались семейные ценности, а на последние места была поставлена в четырёх классах ценность – забота о близких. Выбор семейных ценностей включал счастье, любовь, детей. Большинство ответов содержало в себе такие высказывания: либо «иметь счастливую семью», «большая семья», либо «хочу удачно выйти замуж». Предположительно, это связано с тем, что понятие «счастье» достаточно широкое и что школьники по-своему его понимают. Возможно, что старшеклассники включают в это понятие только детей или «удачно выйти замуж». Третье место заняла ценность самореализации. Среди большинства ответов выделялась ценность хорошего человека. Например, «помогать другим людям» и т. п. Затем воля: «быть сильным человеком», «пройти

все трудности». Меньше ответов пришлось на ум, общение, оптимизм, честность, красоту. Мы предполагаем, что это связано с более глубоким изучением литературы, где много таких примеров, из чего можно вынести важность помощи друг другу.

На четвёртое место школьники поставили физические ценности. Здесь упоминания были 100% по отдыху: «посетить много стран», «хочу путешествия». Это может быть связано с тем, что для обучающихся проблема здоровья неактуальна, и они не задумываются об этом. Пятое место заняли негативные ценности. Старшеклассники указали нереальные ценности и смерть. Например, «я буду править миром» или «умереть с мужем в один день». Можно предположить, что либо нереальные ценности высказаны из-за несерьёзности отношения к работе, либо это может быть связано с фантазией школьников и непониманием смысла этих ценностей. Может быть, школьники ещё не вполне осознают ценность близких, ориентируясь на их заботу о себе. Скорее всего, такие результаты получились потому, что для старшеклассников важно добиться чего-то в жизни, для них важен престиж, в связи с этим «полезные» ценности были поставлены на последнее место.

Полученные результаты позволили сделать следующие выводы:

1. Ценности и ценностные ориентации в старшем школьном возрасте претерпевают значительные изменения в терминальных, инструментальных ценностях, личностных отношениях. Наиболее чётко проявилась значимость ценностей-целей и менее – способов их достижения. Стар-

шеклассники не могут в полной мере осознать время, в котором они живут, и не могут распределять его в определённые промежутки.

2. Наиболее значимыми для старшеклассников являются ценности любви, наличия хороших и верных друзей, а также независимость. Несмотря на то, что старшеклассники уже определяют себя как самоактуализирующихся личностей, они таковыми ещё только становятся. Идет процесс смыслообразования и целей жизни, выбора своего будущего, профессии. Этот возрастной период является «строительной платформой» для определения своего будущего, видения себя в будущем и основой для развития личности.

3. Среди ценностей наиболее чётко выделена значимость материальных ценностей во всех четырёх профильных классах. Содержание материальных ценностей показало, что они напрямую зависят от образования, желания продолжать учебу. Семейные ценности менее выражены у старшеклассников профильных классов. В данный момент времени они больше думают о целях жизни, при этом семья также занимает большое место в их ценностях.

4. Результаты эмпирического исследования позволили выделить, что факторами, оказывающими воздействие на формирование ценностей старшеклассников, являются семья, здоровье, материальное благополучие, независимость.

Для продолжения исследования необходимо рассмотреть специфику ценностей старшеклассников в каждом из четырёх профильных классов – гуманитарном, техническом, гимназическом, общеобразовательном.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева В.Г. Ценностные ориентации как фактор жизнедеятельности и развития личности // Психологический журнал. 1984. Т. 5. № 5. С. 63–70.
2. Анурин В.Ф. Ценностные ориентации и их влияние на формирование потребностей // Социология высшей школы. Подготовка специалистов для народного хозяйства: сбор. науч. тр. Горький, 1982. С. 116–129.
3. Барабанщиков Б.А. Системная организация и развитие психики // Психологический журнал. 2003. № 1. С. 28–38.
4. Володева А.А. Ценностные ориентации старшеклассников в современном обществе // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сборник статей по материалам XXXVI Международной научно-практической конференции. Новосибирск, 2014. № 1 (36). С. 40–45.
5. Гудачек Я. Ценностная ориентация личности // Психология личности в социалистическом обществе: Активность и развитие личности. М., 1989. С. 102–109.
6. Леонтьев Д.А. Методика изучения ценностных ориентаций. М., 1992. 17 с.
7. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: учеб. пособие для вузов / под ред. Е.А. Климова. М., 2004. С. 201–206.
8. Шерковин Ю.А. Проблема ценностных ориентаций и массовые информационные процессы // Психологический журнал. 1982. № 3. С. 135–145.
9. Hardy S.A. et al. Adolescent motivations to engage in prosocial behaviors and abstain from health-risk behaviors: A self-determination theory approach // Journal of Personalit. 2015. Vol. 83. P. 479–490.

REFERENCES

1. Alekseeva V.G. [Value orientation as a factor in functioning and development of a personality]. In: *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological journal], 1984, Vol. 5. no. 5, pp. 63–70.
2. Anurin V.F. [Value orientations and their influence on formation of needs]. In: *Sotsiologiya vysshei shkoly. Podgotovka spetsialistov dlya narodnogo khozyaistva. Sbornik nauchnykh trudov* [Sociology of higher education. Training of specialists for the national economy. Collection of scientific papers]. Gorky, 1982. pp. 116–129
3. Barabanshchikov B.A. [System organization and development of the psyche]. In: *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological journal], 2003, no. 1, pp. 28–38.
4. Volodeva A.A. [The value orientation of high school students in modern society]. In: *Lichnost', sem'ya i obshchestvo: voprosy pedagogiki i psikhologii: sbornik statei po materialam XXXVI mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Personality, family and society: questions of pedagogics and psychology: collection of articles on materials of the XXXVI international scientific-practical conference]. Novosibirsk, 2014. pp. 40–45.
5. Gudachek YA. [Value orientation of personality]. In: *Psikhologiya lichnosti v sotsialisticheskom obshchestve: Aktivnost' i razvitie lichnosti* [Personality psychology in a socialist society: Activity and personal development]. Moscow, 1989. pp. 102–109.
6. Leont'ev D.A. The technique of studying value orientations. Moscow, 1992. 17 p.
7. Richi SH., Martin P. *Upravlenie motivatsiei: uchebnoe posobie dlya vuzov* [Motivation management: textbook for universities] / under the editorship of Professor E.A. Klimov. Moscow, 2004. pp. 201–206.
8. Sherkovin YU.A. [The problem of value orientations and mass information processes]. In: *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological journal], 1982, no. 3, pp. 135–145.

9. Hardy S.A. et al. Adolescent motivations to engage in prosocial behaviors and abstain from health-risk behaviors: A self-determination theory approach. In: *Journal of Personalit.* 2015. Vol. 83. Pp. 479–490.
-

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Селезнёв Владимир Николаевич – доктор психологических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, старший научный сотрудник научно-практической лаборатории проблем социализации Московского государственного областного университета;
e-mail: ovsianik@mail.ru

Овсяник Ольга Александровна – доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии Московского государственного областного университета;
e-mail: ovsianik@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vladimir N. Seleznev – Doctor of Psychological sciences, professor, Honored Worker of Higher School of the Russian Federation, senior researcher of the scientific-practical laboratory of socialization problems, Moscow Region State University;
e-mail: ovsianik@mail.ru

Olga A. Ovsyanik – Doctor of Psychological sciences, professor of the Department of social psychology, Moscow Region State University;
e-mail: ovsianik@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Селезнёв В.Н., Овсяник О.А. Ценностные ориентации старших школьников // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 68–79.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-68-79

FOR CITATION

Seleznev V.N., Ovsyanik O.A. Value orientations of senior pupils. In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology.* 2017. no 4. Pp. 68–79.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-68-79

УДК 159.922.7/8

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-80-93

ИЗУЧЕНИЕ ПОЗИТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОДРОСТКОВОГО И ЮНОШЕСКОГО ВОЗРАСТОВ

Шульга Т.И., Григорьева М.Ю.

Московский государственный областной университет

105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлены результаты исследования развития позитивной идентичности подростков, старшеклассников и первокурсников колледжа, различающиеся по степени её выраженности в разных возрастах. Выявлено, что наиболее ярко во всех возрастах представлена позитивная социальная идентичность. Для школьников подростково-юношеского периода среди компонентов межличностной идентичности наиболее характерна позитивная поведенческая идентичность. Установлено, что гендерная позитивная идентичность в данный возрастной период слабо представлена. Среди первокурсников колледжа, несмотря на одинаковый возраст с 10-тиклассниками, позитивные личностная и профессиональная идентичности менее представлены. Итоги исследования позитивной идентичности показали, что она имеет важное значение для жизни и деятельности в социуме у подростков и юношей 13–17 лет. Полученные результаты имеют практическое значение для создания условий социализации подростков, старших школьников и студентов колледжа.

Ключевые слова: подростки, старшеклассники, первокурсники колледжа, позитивная идентичность, социализация.

STUDYING ADOLESCENTS AND YOUNG PEOPLE'S POSITIVE IDENTITY

T. Shulga, M. Grigorieva

Moscow Region State University

10 A, Radio Street, Moscow, 105005, the Russian Federation

Abstract. The article represents the results of the analysis of the development of the positive identity of adolescents, high school students and first-year college students differing in the degree of its intensity at different age. It is revealed that a positive social identity is represented the most brightly at all ages. For the teenage school students the positive behavioral identity is the most characteristic among the components of the interpersonal identity. It is established that the gender positive identity at this age period is poorly presented. Among the first-year college students, despite the same age with the 10-form school students, their positive personal and professional identities are less presented. The results of the research of positive identity

have shown that it plays a very important role for adolescents and young men of 13-17 years in their life and life activity. The obtained results are of practical importance for creating conditions for the socialization of adolescents, senior school and college students.

Key words: adolescents, senior pupils, first-year college students, positive identity, socialization.

Подростково-юношеский период характеризуется поиском своего места в мире, активным самоопределением в системе социальных ролей и в профессиональном выборе, расширением спектра взаимодействия и репертуара деятельности, осознанием своих потребностей, уникальности, раскрытия способностей, интенсивными процессами индивидуализации и социализации. Одним из факторов социализации будущего поколения является формирование позитивной идентичности.

Подходы к теоретическому и практическому изучению идентичности на протяжении многих лет осуществляли зарубежные ученые Э. Эриксон (1968), А. Тэшфел (1986, 1996). В работах зарубежных авторов важность исследований позитивной идентичности в течение длительного времени находится в зоне повышенного внимания в плане практического её применения. Проводились теоретическое осмысление вопроса идентичности и практическое её исследование (Э. Эриксон, Дж. Марсиа, Э. Хиггинс, М. Берзонски, Х. Гротевант, Г. Мисра, Д. Оусерман, Р. Сан, Д. Шек, Т. Клаймстра и соавторы, Р. Резонер, К. Сандра, К. Эдаоин, С. Белла) [17; 19; 21; 22; 23; 24; 25; 26]. Формирование позитивной идентичности включено в треть эффективных программ развития молодёжи (С. Хартер, М. Борба, С. Борба) [18].

В отечественной психологии затронуты вопросы важности развития

позитивной идентичности у школьников, подростков, студентов, но подробные исследования её проявлений в возрастном периоде 13–17 лет проводились лишь косвенно. В исследованиях Л.Б. Шнейдер (2007) представлено определение позитивной (зрелой) достигнутой идентичности как одного из пяти типов идентичности. «Репрезентацией достигнутой идентичности является позитивное самоотношение при положительном оценивании собственных качеств и стабильной связи с социумом, а также полной координации механизмов идентификации и обособления» [14, с. 65]. Выделены критерии позитивной идентичности, среди которых: высокая самооценочность и одновременно предполагаемая ценность своего «Я» для других, повышенная рефлексия, осознание трудностей, высокая событийность и общительность [14].

Ряд исследователей выделяют значимость вектора развития позитивной идентичности человека: Г.М. Андреева, Е.М. Дубовская, О.И. Ефимова, З.Ф. Урбанович, Л.Б. Шнейдер, В.В. Хрусталева, Ю.В. Живаева, В.И. Пантин, В.В. Лапкин, И.С. Семененко, О.О. Савина.

В трудах отечественных авторов Ю.А. Идрисовой, С.А. Кадыковой, Н.М. Лебедевой, А.В. Тарасовой, Г.У. Солдатовой, Т.Г. Стефаненко, И.Ш. Уруджевой, В.Ю. Хотинец, Е.А. Эм исследована этническая идентичность и выделен её позитивный уровень. Созданы авторские программы фор-

мирования позитивной этнической идентичности в разных возрастных категориях от дошкольного до старшего подросткового возраста.

С.А. Кравченко вводит понятия «идентичность позитивная» и «идентичность негативная». «Идентичность позитивная – identity, positive – идентичность, основанная на тех отличиях одной группы от другой, которые трактуются субъектом сравнения как положительные, благоприятные и имеют для него социальную значимость. Позитивной идентичностью обладает личность, которая активно строит свое окружение» [9, с. 290].

Под **позитивной идентичностью** подростков и старшеклассников мы понимаем совокупность компонентов личностной и социальной идентичностей. Личностная идентичность человека развивается в результате прохождения в течение всей жизни кризисов и базируется структурно и качественно на основе выхода из них. Этапы жизни подростка включают так называемые точки бифуркации, попадая в которые, личность подростков претерпевает те или иные возможные изменения. От направленности вектора дальнейшего развития личности подростков можно оценить, как прошло преодоление данного возрастного этапа, приумножились ли их силы, сформировались ли компетенции для дальнейшего жизненного пути, или данный этап пройден неуспешно и затрудняет их развитие [4; 5; 6; 7].

Интересен подход в исследовании **социальной идентичности** Г.Р. Хузеевой, который показал, что компоненты «социальной идентичности современных подростков определяются в большей степени возрастными задачами»

[13, с. 18]. Можно предположить, что и позитивная идентичность подростка и старшеклассника формируется под разрешение задач, соответствующих данному возрастному периоду, и включает разные жизненные сферы: физическое созревание, самоутверждение в группе сверстников, выбор профессии, усвоение гендерной роли и роли взрослого.

Таким образом, позитивная идентичность личности подростка и старшеклассника составляет совокупность достигнутых уровней личностной и социальной идентичностей. Решая возрастные задачи в процессе формирования позитивной идентичности, подросток постоянно усваивает, обобщает и интегрирует свой личностный и социальный опыт, тем самым постоянно развивая свою идентичность.

Можно сказать, что **позитивная идентичность подростков и старшеклассников** – это целостный социально-психологический феномен, который включает наличие совокупности личностно-значимых целей, ценностей и убеждений, содержит социальную конгруэнтность, предполагающую соответствие изменяющейся социальной среде, принятие на себя ответственности за действия, направленные на социальное самоутверждение, и личностную конгруэнтность, связанную с исполнением внутренних убеждений, обретением смысла своего существования и реализацией субъектной позиции, включающей личностную, социальную, межличностную, гендерную, профессиональную идентичности [2; 5; 6; 7].

Целью нашего исследования было изучение позитивной идентичности подростков и старших школьников.

Предположением явилось то, что в подростковом и юношеском возрастах позитивная идентичность может достигать разных уровней, детерминированных несколькими видами идентичности.

На основании изучения теоретического анализа по проблеме идентичности нами были выделены критерии до-

стижения позитивной идентичности подростка и старшекласника. Показателями наличия позитивной идентичности является высокий уровень всех видов идентичностей, которые характеризуются «достигнутой», «высокой достигнутой», «сформированной» типами идентичности (табл. 1).

Таблица 1

Критерии позитивной идентичности подростка и старшекласника

Вид идентичности	Тип идентичности	Критерии
Личностная	Достигнутая позитивная	Осознание уникальности «Я» при наличии своей принадлежности социальной реальности.
Социальная	Достигнутая, высокая достигнутая	Осознание своей принадлежности к социальным группам и самореализация в них. Стал членом общества, способен принимать и реализовывать нормы и правила.
Гендерная	Достигнутая позитивная	Соответствие половой роли.
Профессиональная (по Л.Б. Шнейдер)	Достигнутая позитивная	Профессиональная направленность самостоятельно определена. Вхождение в профессиональную группу.
Профессиональная (по А.А. Азбель)	Сформированная	Выбор профессии осуществлен, ответственность принята.
Межличностная когнитивная идентичность	Высокий показатель	Сопричастность с группой.
Межличностная аффективная идентичность	Высокий показатель	Сопереживание друг другу в группе.
Межличностная поведенческая идентичность	Высокий показатель	Согласование мнений, действий и поступков с группой.

Базой исследования являлись образовательные организации г. Москвы. Всего в эмпирическом исследовании приняло участие 494 обучающихся 8-х, 9-х, 10-х классов и студентов 1 курса колледжа в возрасте 14–17 лет, в их числе 206 юношей и 288 девушек. Изучение позитивной идентичности проведено в начале учебного года с по-

мощью следующих методик: методики изучения социальной идентичности (МИСИ) Л.Б. Шнейдер и В.В. Хрустальной [15], методики изучения личностной идентичности (МИЛИ), методики изучения гендерной идентичности (МИГИ), методики изучения профессиональной идентичности (МИПИ) Л.Б. Шнейдер, методики из-

учения межличностной идентичности А.В. Сидоренкова [10], методики изучения статуса профессиональной

идентичности А.А. Азбель [1]. Результаты проявления социальной идентичности представлены в табл. 2.

Таблица 2

Проявления позитивной идентичности у обучающихся 8 классов

Методика	МИСИ	МИЛИ	МИГИ	МИПИ
Позитивная идентичность	41%	10%	3%	18%

Согласно полученным данным, среди обучающихся 8 классов 41% имеют позитивную социальную идентичность, т. е. способны принимать и реализовывать нормы, правила общества. Уровень позитивной личностной идентичности соответствует у 10% обучающихся 8 классов. Возраст 14–15 лет сопровождается активными физиологическими и психологическими изменениями, и именно в этот период начинает осознаваться личностная и социальная идентичности. Можно предположить, что у обучающихся 8 классов формирование позитивной личностной идентичности только начинается, в отличие от социальной. Данному возрасту соответствует позиция «я и общество», которая наиболее активно формируется в подростковом периоде, когда особенно интенсивно усваиваются нормы человеческих взаимоотношений [11].

Гендерная идентичность как позитивно достигнутая представлена тремя процентами. Можно предполо-

жить, что развитие позитивной гендерной идентичности на данном этапе происходит менее интенсивно. Причиной является более активное развитие социальной идентичности, при этом процесс формирования гендерной идентичности только начинается.

Профессиональная позитивная идентичность выявлена у 18% респондентов, обучающихся 8 классов (табл. 3), что говорит о большей (по сравнению с гендерной) важности для подростков становления профессиональной идентичности, когда они начинают задумываться о выборе профессии или выбирают её.

Следует обратиться к точке зрения Л.И. Божович, которая переход от подросткового к раннему юношескому возрасту связывает с изменением отношения к будущему, и, поскольку созревание подростков происходит неравномерно, некоторые из них в данный период начинают «смотреть на настоящее с позиции будущего» [3, с. 235].

Таблица 3

Проявления позитивной профессиональной и межличностной групповой идентичностей (когнитивной, аффективной, поведенческой) у обучающихся 8 классов

Методика	МИСПИ	МГКИ	МГАИ	МГПИ
Позитивная идентичность	41%	23%	23%	34%

Согласно результатам, представленность сформированной (позитивной) профессиональной идентичности у обучающихся 8 классов составляет 41%. Это свидетельствует о том, что подростки начинают строить определённые профессиональные планы, для них значима важность того, что их самоопределение – это результат осмысленного самостоятельного решения (табл. 3).

Подростки начинают активно взаимодействовать со сверстниками, развиваются межличностные отношения, у каждого подростка может быть несколько групп членства, которые влияют на формирование идентичности. При этом коллектив в образовательной организации играет наиболее существенную роль, так как подростки более длительное время проводят в нём. У них возникает необходимость самореализации на протяжении нескольких лет именно в этой группе при освоении образовательного контента. Результаты проведённого исследования позволяют предположить, что высокие показатели межличностной идентичности могут соответствовать групповой динамике членства подростка, когда взаимодействие в коллективе является наиболее комфортным для выполнения образовательных задач, поиска и поддержания позитивного уровня

различных видов идентичностей всех участников учебной группы.

Высокий уровень межличностной групповой когнитивной и аффективной идентичности оказался одинаковым – 23%. Около четверти обучающихся стремятся к единомыслию, стараются принимать и усваивать значимые характеристики членов группы, такие как индивидуальные цели, интересы, позиции, стереотипы, черты характера, свойства темперамента. Это может говорить о том, что для подростков значимыми являются межличностные отношения в разных группах и они позитивно их оценивают, готовы сочувствовать и сопереживать друг другу. Межличностная групповая поведенческая идентичность оказалась выше и достигла 34%. Подростки готовы идти на компромисс, стараются согласовывать свои мнения, действия и поступки с другими членами группы для сохранения позитивных межличностных отношений. В исследованиях Дж. Колеман (1961) также отмечено, что подростки планируют свое поведение, исходя из норм группы и ориентируясь на сверстников. Среди обучающихся 9 классов 39% имеют позитивную социальную идентичность (табл. 4).

Таблица 4

Проявления позитивной идентичности обучающихся 9 классов

Методика	МИСИ	МИЛИ	МИГИ	МИПИ
Позитивная достигнутая	39%	16%	0%	14%

Она оказалась самой высокой по сравнению с другими видами. Позитивная личностная идентичность выявлена у 16% обучающихся 9 классов, что выше, чем у 8-классников. Это может говорить

о том, что у них развитие позитивной личностной идентичности происходит более интенсивно. Результаты показывают, что уровень позитивной достигнутой гендерной идентичности у обуча-

ющихся 9 классов не выявлен. Можно предположить, что процесс развития позитивной гендерной идентичности замедлен в связи с большей актуальностью других задач – учеба, работа на результат ОГЭ позволяют выстраивать вектор своего дальнейшего будущего. Наши результаты подтверждены исследованиями Р.А. Юнусовой (2008): для подростков 13–17 лет характерен андрогинный тип полоролевой идентификации, это говорит о том, что для их идентичности характерно присут-

ствие и мужских, и женских качеств, идёт процесс её формирования [16].

Профессиональной позитивной идентичности достигают 14% респондентов 9-классников, что говорит о большей (по сравнению с гендерной) важности для подростков становления профессиональной позитивной идентичности. Полученные данные показывают, что представленность сформированной (позитивной) профессиональной идентичности у обучающихся 9 классов составляет 54% (табл. 5).

Таблица 5

Проявления позитивной профессиональной и межличностной групповой идентичностей (когнитивной, аффективной, поведенческой) у обучающихся 9 классов

Методика	МИСПИ	МГКИ	МГАИ	МГПИ
Позитивная идентичность	54%	26%	20%	35%

Это свидетельствует о начале выстраивания подростками определенных профессиональных планов, и для них значима важность того, что их самоопределение – это результат осмысленного самостоятельного решения. Выявлено, что в 9-м классе данные показатели выше, чем в 8-м, на 11%. Для 26% 9-классников характерен высокий уровень межличностной групповой когнитивной идентичности. Это свидетельствует о наличии ощущения сопричастности к группе сверстников и интегративной связи с ней. Только 20% подростков 9 классов имеют высокий уровень межличностной групповой аф-

фективной идентичности, переживают и позитивно оценивают межличностные отношения, готовы сочувствовать и сопереживать друг другу по поводу проблем, успехов и неудач.

У 35% подростков выявлена высокая межличностная групповая поведенческая идентичность. Из этого следует, что 9-классники готовы идти на компромисс и выстраивать своё поведение в соответствии с ожиданиями членов группы. Полученные данные показывают, что среди обучающихся 10 классов 56% имеют позитивную социальную идентичность (табл. 6).

Таблица 6

Проявления позитивной идентичности обучающихся 10 классов

Методика	МИСИ	МИЛИ	МИГИ	МИПИ
Позитивная достигнутая	56%	18%	2%	17%

Это свидетельствует о том, что большинство из них готовы быть членами общества, принимать нормы, удерживать правила поведения.

Достигнутая позитивная личностная идентичность выявлена у 18% обучающихся 10 классов. Произошло незначительное увеличение количества старшеклассников с позитивной личностной идентичностью по сравнению с 9-классниками. Можно предположить, что у них развитие позитивной социальной идентичности происходит более интенсивно, чем позитивной личностной. Позитивная гендерная идентичность у обучающихся 10 классов представлена лишь у 2% респондентов. Полученные

данные согласовываются с выводами Е.П. Ильина (2010), основываясь на анализе многочисленных исследований изучения возрастных особенностей формирования половых и гендерных стереотипов, показано, что девушки и юноши обнаруживают невысокую подверженность традиционным гендерным стереотипам, наблюдается постепенная их трансформация [8].

Позитивная профессиональная идентичность выявлена у 17% обучающихся 10 классов (табл. 7), что говорит о большей (по сравнению с гендерной) важности и значимости для старшеклассников становления профессиональной позитивной идентичности.

Таблица 7

Проявления позитивной профессиональной и межличностной групповой идентичностей (когнитивной, аффективной, поведенческой) у обучающихся 10 классов

Методика	МИСПИ	МГКИ	МГАИ	МГПИ
Позитивная идентичность	56%	27%	24%	32%

Полученные результаты показали, что представленность сформированной позитивной профессиональной идентичности у обучающихся 9 классов составляет 56%, что может быть связано с желанием старших школьников при выборе варианта ответа казаться более самостоятельными. Это свидетельствует также о том, что у старшеклассников начинают выстраиваться определённые профессиональные планы, для них значима важность того, что их самоопределение является результатом осмысленного самостоятельного решения. В 10-м классе данные показатели выше, чем в 8-м и 9-м.

Результаты, полученные в исследовании, показывают, что у 27% старшеклассников выражен высокий уровень

межличностной групповой когнитивной идентичности. Таким образом, 10-классники выделяют значимого другого, учебную группу как значимую для себя, позитивные отличия значимого другого и учебной группы, сопричастность и интегративную связь с группой. Высокий уровень межличностной групповой аффективной идентичности характерен для 24% старшеклассников. Это говорит о том, что старшеклассники переживают и позитивно оценивают межличностные отношения. Для обучающихся 10 классов характерен более высокий уровень межличностной групповой поведенческой идентичности, так как он составляет 32%. Старшеклассники готовы идти на компромисс, согласовывать

свои мнения и поступки с мнениями и поступками других; готовы выстраивать свое поведение в соответствии с ожиданиями членов группы.

Выявлено, что среди первокурсников колледжа 54% имеют позитивную

социальную идентичность. Это свидетельствует о том, что больше половины первокурсников готовы быть членами общества, принимать нормы, удерживать правила поведения в социуме (табл. 8).

Таблица 8

Проявления позитивной идентичности первокурсников колледжа

Методика	МИСИ	МИЛИ	МИГИ	МИПИ
Позитивная достигнутая	54%	13%	3%	10%

У первокурсников развитие позитивной социальной идентичности происходит более интенсивно, чем личностной. Достигнутая позитивная личностная идентичность проявляется у 13% обучающихся колледжа. Вероятно, контингент колледжа, попадая в ситуацию адаптации в учебной группе, вынужден первоначально строить межличностные отношения, прежде чем продолжать развитие своей индивидуальности и поиск личностной идентичности. Позитивная достигнутая гендерная идентичность у обучающихся колледжа представлена у 3% респондентов. Можно предположить, что процесс развития позитивной гендерной идентичности замедлен в связи с большей актуальностью других задач – адаптации к новой учебной ор-

ганизации, новому коллективу, новой роли студента колледжа, а также происходящей трансформацией гендерных стереотипов.

Профессиональная позитивная идентичность характерна 10% первокурсников, это может говорить о том, что поступление в колледж и обучение профессии в нём – часто шаг вынужденный. Многие студенты колледжа могли предположить, что сдача ЕГЭ будет затруднительна, поступить учиться на желаемую профессию они не смогут, так как будут иметь низкий балл аттестата и невозможность оплачивать обучение. При этом обнаружено, что представленность уровня сформированной позитивной идентичности у первокурсников составляет 63% (табл. 9).

Таблица 9

Проявления позитивной профессиональной и межличностной групповой идентичностей (когнитивной, аффективной, поведенческой) у первокурсников колледжа

Методика	МИСПИ	МГКИ	МГАИ	МГПИ
Позитивная идентичность	63%	23%	17%	23%

Это может быть свидетельством того, что студенты колледжа начинают актив-

но входить в профессиональную среду сразу с первых дней обучения. Они фор-

мируют образ своего профессионального будущего, проходят профессиональные пробы, включаются в разработку индивидуальных проектов, участвуют в конкурсах профессионального мастерства.

Высокий уровень межличностной групповой когнитивной и поведенческой идентичности характерен для 23% первокурсников. Это свидетельствует о том, что эти студенты достаточно быстро вливаются в коллектив сверстников, активно участвуя в общественной жизни колледжа (турслёт, посвящение в первокурсники, выборы в студенческое самоуправление и т. д.). В результате такой активности появляются чувство сопричастности и интегративной связи с группой, готовность к согласованию своих и чужих мнений, действий, поступков. 17% первокурсников имеют высокий уровень межличностной групповой аффективной идентичности, переживают и позитивно оценивают межличностные отношения в группе.

Таким образом, проведённое эмпирическое исследование позволило рассмотреть позитивную идентичность как совокупность компонентов достигнутого высокого уровня личностной и социальной. Полученные результаты по исследованию позитивной социальной идентичности подростков и старшеклассников согласуются с данными исследования В.В. Хрустальной, в котором показано, что подростки в основной массе имеют просоциальную направленность, они готовы разделять общегрупповые нормы и ценности, транслируемые в обществе [11; 12].

Выводы

1. Гендерная «позитивная достигнутая» идентичность в данный возрастной период с 13 до 17 лет слабо

представлена. Развитие позитивной гендерной идентичности отодвигается и не происходит на данном этапе интенсивно.

2. Выявлены различия в становлении позитивной идентичности в период с 13 до 17 лет, которые могут быть детерминированы разным уровнем развития социальной, личностной, профессиональной, гендерной и межличностной идентичности.

3. Среди обучающихся 10-х классов больше подростков, которые имеют позитивную личностную идентичность. Возможно, осознание самого факта, что человек перешёл в старшую школу и ожидает для себя лучшее будущее (например, поступление в престижный вуз с военной кафедрой), приводит к более высокой степени согласованности данной идентичности с другими её видами, к формированию позитивной идентичности у большего количества обучающихся 10-х классов.

4. Для обучающихся 9-х классов это рубежное время осмысления дальнейшего пути. Выбор предметов дополнительного изучения для сдачи экзаменов, которые будут определять дальнейшее направление, что и стало залогом возможности активного поиска и изучения себя. 8-миклассники и студенты колледжа в меньшем количестве имеют высокий уровень позитивной личностной идентичности. Можно предположить, что 8-й класс является периодом, не требующим быстрых решений и взятия ответственности за свою жизнь.

5. Среди первокурсников колледжа, несмотря на один возраст с 10-тиклассниками, позитивная личностная и профессиональная идентичности менее представлены (в сравнении с 10-классниками), возможно, потому, что стар-

шие подростки, обучаясь в колледже, не видят для себя вектора позитивного будущего. Часто первокурсники обещивают место, где придётся учиться несколько лет, сравнивают себя с другими одноклассниками, вероятно, на их взгляд более успешными, которые продолжают обучение в 10-м классе, даже несмотря на то, что они прошли конкурсные испытания и были приняты на бюджетное отделение.

6. Для школьников всех возрастов (13–17) по результатам изучения межличностной групповой идентичности

более выраженной оказалась позитивная поведенческая идентичность, которая может служить референтным источником различных моделей поведения, что становится особенно значимым для жизнедеятельности в социуме с изменчивыми социальными и культурными нормами.

Итоги исследования позитивной идентичности показали, что проблема изучения её становления у подростков и юношества имеет практическое значение для создания условий их социализации в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азбель А.А. Особенности формирования статусов профессиональной идентичности старшеклассников: дис. ... канд. психол. наук. М., 2004. 25 с.
2. Алексеева Л.Н., Григорьева М.Ю., Олексенко А.И., Яковлева М.Ю. Технологии социализации подростков в образовательном пространстве. Методическое пособие. М., 2016. 36 с.
3. Божович Л.И. Проблемы формирования личности / под ред. Д.И. Фельдштейна. М., Воронеж, 1995. 352 с.
4. Григорьева М.Ю. Позитивная идентичность – вектор развития подростка // Актуальные проблемы современной педагогики и психологии в России и за рубежом: сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции. Новосибирск, 2017. № 4. С. 90–95.
5. Григорьева М.Ю. Позитивная идентичность старших подростков как критерий эффективности процесса социализации // Международный научно-исследовательский журнал. Ч. 1. № 05 (59). С. 105–112.
6. Григорьева М.Ю. Социально-психологическое изучение позитивной идентичности современных подростков // Современная прикладная психология: теория и практика: сборник научных статей Международной научно-практической конференции «XII Левитовские чтения», Москва, 19–20 апреля 2017 г.: в 2 т. / отв. ред. Н.Т. Колесник. Т. 2. М., 2017. С. 7–14.
7. Григорьева М.Ю. Становление позитивной идентичности подростка в процессе позитивной социализации – ответ на «вызовы» транзитивности // Перспективы и технологии развития педагогики и психологии: сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2017. С. 26–29.
8. Ильин Е.П. Пол и гендер. СПб., 2010. 688 с.
9. Кравченко С.А. Социологический постмодернизм: теоретические источники, концепции, словарь терминов: монография. М., 2010. 397 с.
10. Сидоренков А.В. Методики социально-психологического изучения малых групп в организации: монография / под ред. А.В. Сидоренкова. Ростов-н/Д, 2012. 244 с.
11. Фельдштейн Д.И. Психология развития личности в онтогенезе. М., 1989. 208 с.
12. Хрусталева В.В. Структурно-содержательные характеристики и проявления социальной идентичности старших подростков в условиях профильного обучения: дис. ... канд. психол. наук. М., 2016. 161 с.

13. Хузеева Г.Р. Социальная идентичность подростков и юношей в условиях транзитивности // Психологические исследования: 2016. Т. 9. № 46.
14. Шнейдер Л.Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. М., 2007. 128 с.
15. Шнейдер Л.Б., Хрусталева В.В. Ассоциативный тест как основа конструирования методики изучения социальной идентичности // Вестник Российской международной академии туризма. 2014. № 3. С. 83–96.
16. Юнусова Р.А. Полоролевая идентификация подростков группы риска: дис. ... канд. психол. наук. М., 2008. 234 с.
17. Berzonsky M.D. Identity processing style, self-construction, and personal epistemic assumptions: a social-cognitive perspective // European Journal of Developmental Psychology. 2004. № 1. P. 303–315.
18. Borba M., Borba C., Reasoner R. A research summary: effectiveness of implementing the esteem builders program school-wide on elementary students' behavior and academic self-concept [электронный ресурс]. URL.: 1999, <http://www.micheleborba.com/Pages/Pilot-Study.htm>. (дата обращения: 18.10.2017)
19. Erikson E. Identity, Youth, and Crisis. 1st ed. New York: Norton, 1968.
20. Harter S. The Construction of the Self: A Developmental Perspective. New York, 1999. 413 p.
21. Higgins E.T. Self-Discrepancy: a theory relating self and affect // Psychological Review. 1987. № 94 (3). P. 319–340.
22. Klimstra T.A., Hale W.W., Raaijmakers Q.A.W., Branje S.J.T., Meeus W.H.J. Identity formation in adolescence: change or stability? // Journal of Youth and Adolescence. 2010. № 39 (2). P. 150–162.
23. Marcia J.E. Theory and measure: the identity status interview. In: Watzlawik M, Born A, editors. Capturing Identity: Quantitative and Qualitative Methods. Lanham: University Press of America, 2007. P. 1–14.
24. Misra G. Construction of self: a cross-cultural perspective. In: Rao K, editor. Mindscapes. Bangalore: NIMHANS, 2007. P. 32–44.
25. Oyserman D, Bybee D, Terry K, Hart-Johnson T. Possible selves as roadmaps. Journal of Research in Personality. 2004. № 38 (2). P. 130–149.
17. Sandra K.M. Tsang, Eadaoin K.P. Hui, Bella C.M. Law. Positive Identity as a Positive Youth Development Construct: A Conceptual Review// Scientific World Journal. 2012. 8 p.
27. Sun R.C.F, Shek D.T.L. Life satisfaction, positive youth development, and problem behaviour among Chinese adolescents in Hong Kong // Social Indicators Research. 2010. № 95 (3). P. 455–474.

REFERENCES

1. Azbel' A.A. Features of formation of professional identity statuses of students: PhD thesis in Psychological sciences. Moscow, 2004. 25 p.
2. Alekseeva L.N. and others Technology socialization of adolescents in the educational space. Methodical manual / L.N. Alekseev, M.Yu. Grigoriev, A.I. Oleksenko, M.Y. Yakovleva. Moscow, 2016. 36 p.
3. Bozhovich L.I. Problems of identity formation. M., Voronezh, 1995. 352 p.
4. Grigor'eva M.YU. [Positive identity – the vector of development of a teenager]. In: *Aktual'nye problemy sovremennoi pedagogiki i psikhologii v Rossii i za rubezhom: sbornik nauchnykh trudov po itogam mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Actual problems of modern pedagogy and psychology in Russia and abroad: collection of scientific papers in the international scientific-practical conference]. Novosibirsk, 2017, no. 4, pp. 90–95.
5. Grigor'eva M.YU. [Positive identity of older adolescents as a criterion of effectiveness of the socialization process]. In: *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal*.

- CHast' 1* [International research journal of. Part 1]. Ekaterinburg, 2017, no. 05(59), pp. 105–112.
6. Grigor'eva M.YU. [Socio-psychological study of modern teenagers' positive identity]. In: *Sovremennaya prikladnaya psikhologiya: teoriya i praktika: sbornik nauchnykh statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «XII Levitovskie chteniya»* (g. Moskva, 19–20 aprelya 2017 goda): [V 2 t.] / red. koll. T.N. Mel'nikov i dr.; otv. red. N.T. Kolesnik [Modern applied psychology: theory and practice: collection of scientific articles of the International scientific-practical conference “XII Levitov's readings” (Moscow, 19-20 April 2017): [In 2 vols] / ed. coll. T.N. Melnikov and others; resp. N.T. Kolesnik]. Volume 2. Moscow, 2017. pp. 7–14.
 7. Grigor'eva M.YU. [The formation of a positive identity of a teenager in the process of positive socialization is the answer to the “challenges” of transitivity]. In: *Perspektivy i tekhnologii razvitiya pedagogiki i psikhologii. Sbornik nauchnykh trudov po itogam mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Prospects and technology development of pedagogy and psychology. Collection of scientific papers in the international scientific-practical conference]. Nizhny Novgorod, 2017. pp. 26–29.
 8. Il'in E.P. Sex and gender. Saint Petersburg, 2010. 688 p.
 9. Kravchenko S.A. Sociological postmodernism: theoretical sources, concepts, glossary of terms: a monograph. Moscow, 2010. 397 p.
 10. Sidorenkov A.V. Methods of social-psychological study of small groups in organizations: a monograph. Rostov-on-don, 2012. 244 p.
 11. Fel'dshtein D.I. Psychology of development of personality in ontogenesis. Scientific-Research Institute of General and Pedagogical Psychology of the Academy of Pedagogical Sciences of the USSR. Moscow, 1989. 208 p.
 12. Khrustaleva V.V. Structural characteristics and manifestations of social identity of senior teenagers in the conditions of profile training: PhD thesis in Psychological sciences. Moscow, 2016. 161 p.
 13. Khuzeeva G.R. [The social identity of adolescents and young adults in transition conditions]. In: *Psikhologicheskie issledovaniya. 2016. T. 9. № 46*. [Psychological research. 2016. T. 9. No. 46.].
 14. Shneider L.B. Personal, gender and professional identity: theory and methods of diagnostics. Moscow, 2007. 128 p.
 15. Shneider L.B., Khrustaleva V.V. [Association test as a basis for the design methods of studying social identity]. In: *Vestnik Rossiiskoi mezhdunarodnoi akademii turizma* [Bulletin of the Russian International Academy of Tourism], 2014, no. 3, pp. 83–96.
 16. Yunusova R.A. Sex-role identification of adolescents at risk: PhD thesis in Psychological sciences. Moscow, 2008. 234 p.
 17. Berzonsky MD. Identity processing style, self-construction, and personal epistemic assumptions: a social-cognitive perspective. *European Journal of Developmental Psychology*. 2004;1:303–315.
 18. Borba M., Borba C., Reasoner R. A research summary: effectiveness of implementing the esteem builders program school-wide on elementary students' behavior and academic self-concept, 1999, <http://www.micheleborba.com/Pages/PilotStudy.htm>. (дата обращения: 18.10.2017).
 19. Erikson EH. Identity, Youth, and Crisis. 1st edition. New York, NY, USA: Norton; 1968.
 20. Harter S. The Construction of the Self: A Developmental Perspective. New York, NY, USA, 1999. 413 p.
 21. Higgins E.T. Self-Discrepancy: a theory relating self and affect. *Psychological Review*. 1987; 94(3). P. 319–340.

22. Klimstra T.A., Hale W.W., Raaijmakers QAW, Branje SJT, Meeus WHJ. Identity formation in adolescence: change or stability? *Journal of Youth and Adolescence*. 2010; 39(2): 150–162.
23. Marcia J.E. Theory and measure: the identity status interview. In: Watzlawik M, Born A, editors. *Capturing Identity: Quantitative and Qualitative Methods*. Lanham, Md, USA: University Press of America; 2007. pp. 1–14.
24. Misra G. Construction of self: a cross-cultural perspective. In: Rao K, editor. *Mindscapes*. Bangalore, India: NIMHANS; 2007. pp. 32–44.
25. Oyserman D, Bybee D, Terry K, Hart-Johnson T. Possible selves as roadmaps. *Journal of Research in Personality*. 2004; 38(2). P. 130–149.
17. Sandra K.M. Tsang, Eadaoin K.P. Hui, Bella C.M. Law. Positive Identity as a Positive Youth Development Construct: A Conceptual Review// *Scientific World Journal*. 2012. 8 p.
27. Sun RCF, Shek DTL. Life satisfaction, positive youth development, and problem behaviour among Chinese adolescents in Hong Kong. *Social Indicators Research*. 2010; 95(3). P. 455–474.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Шульга Татьяна Ивановна – доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры социальной психологии Московского государственного областного университета; e-mail: shulgatiana@gmail.com

Григорьева Марина Юрьевна – аспирант МГОУ, педагог-психолог, ГБПОУ «26 КАДР»; e-mail: marigree@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Tatyana I. Shulga– Doctor of Psychology, Professor, Professor of the Department of Social Psychology, Moscow Region State University; e-mail: shulgatiana@gmail.com

Marina Yu. Grigoryeva– postgraduate student of Moscow Region State University, educational psychologist, GBPOU “26 KADR”; e-mail: marigree@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Шульга Т.И., Григорьева М.Ю. Изучение позитивной идентичности подросткового и юношеского возрастов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 80–93.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-80-93

FOR CITATION

Shulga T., Grigorieva M. Studying adolescents and young people's positive identity In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology*. 2017. no 4. Pp. 80–93.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-80-93

РАЗДЕЛ III. ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9.072

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-94-106

ВОЗМОЖНОСТИ МЕТОДА СТРУКТУРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ИЗУЧЕНИИ АДАПТАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЛИЧНОСТИ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ СТУДЕНТОВ

Замятина А.А.

Астраханский государственный университет

414056, г. Астрахань, ул. Татищева, д. 20а, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлены результаты эмпирического исследования влияния адаптационного потенциала личности на психологическое благополучие студентов. Особое внимание уделено интерпретации модели адаптационного потенциала личности, включающей в себя четыре компонента: психофизиологический, психосоциальный, психический и регуляторный. Статья раскрывает возможности использования метода структурного моделирования при изучении данных понятий. Проведённое исследование показало, что адаптационный потенциал личности связан с психологическим благополучием студентов и может оказывать на него влияние.

Ключевые слова: структурное моделирование, адаптационный потенциал, личность, структура адаптационного потенциала личности, психологическое благополучие, студенты.

POTENTIALITIES OF STRUCTURAL MODELING METHOD IN STUDYING THE PERSONALITY'S ADAPTIVE POTENTIAL AND STUDENTS' PSYCHOLOGICAL WELL-BEING

A. Zamyatina

Astrakhan State University

20a, Tatischeva ul., Astrakhan, 414056, Russian Federation

Abstract. The article presents the results of the empirical study that explored the influence of the adaptive potential of the personality on the psychological well-being of students. The article concentrates on interpreting the model of the person's adaptive potential, which includes four components: psycho-physiological, psycho-social, psychical and regulatory. The article

© Замятина А.А., 2017.

discloses the possibilities of using the structural modeling method for studying these concepts. The conducted research has shown that the adaptive potential of the personality is connected with the psychological well-being of students and can exert influence on him.

Key words: structural modeling, adaptive potential, personality, structure of the adaptive potential of the personality, psychological well-being, students.

В содержании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования большое значение придаётся способности студента вуза проектировать траекторию своего образовательного маршрута, профессионального роста и личностного развития, что, в свою очередь, определяется умением успешно реализовать свой адаптационный потенциал. Трактовка адаптационного потенциала личности как интегрального образования, предложенная А.М. Богомоловым [1], характеризуется не только наличием свойства «выдержать» адаптационную нагрузку, сохранить целостность и устойчивость личности, но и обеспечивать «готовность» личности к усложнению адаптационных задач, к преобразованию структуры и свойств адаптационного ответа для гармоничного отношения со средой. Стремление личности к гармоничности, динамическому равновесию обуславливается потребностью в самореализации, ощущении комфорта, удовлетворённости собой и собственной жизнью, в психологическом благополучии.

В современных условиях жизни перспективным направлением для исследований можно считать изучение адаптационного потенциала и психологического благополучия студентов. С поступлением в вуз связано появление новой социальной ситуации развития, студенты приспособляются к новой среде, новому окружению, группе, преподавателям,

новому педагогическому процессу, будущей профессии. В связи с чем состояние адаптационного потенциала в этот период играет важную роль в психическом, психологическом развитии и социализации личности в целом, а от того, насколько продуктивно будут решены задачи развития в этот период, зависит и состояние психологического благополучия.

Необходимо отметить, что в психологических исследованиях адаптационный потенциал личности рассматривают прежде всего как интегральное образование (А.М. Богомолов [1], Н.Л. Коновалова [9], Л.А. Кулумбегова [11], А.Г. Маклаков [12], С.Т. Посохова [13], А.С. Пуликов, О.Л. Москаленко, О.И. Зайцева [14] и др.).

Так, С.Т. Посохова определяет адаптационный потенциал личности как интегральное образование, систематизирующее социально-психологические, психические, биологические свойства и качества, актуализируемые личностью для создания и реализации новых программ поведения в изменённых условиях жизнедеятельности [13].

В нашем понимании адаптационный потенциал личности – это интегральный показатель, представляющий собой динамическое согласование психофизиологических, психосоциальных, психических, регуляторных свойств и качеств, способствующее успешному решению адаптационных задач, эффективному протеканию адаптационного процесса.

Анализ различных исследований на нашу тему позволил представить модель адаптационного потенциала личности, включающую в себя 4 компонента: психофизиологический, психосоциальный, психический и регуляторный (рис. 1).

Модель адаптационного потенциала личности представлена в ромбовид-

ной форме, поскольку данная форма наилучшим образом подчеркивает, что фундаментом структуры адаптационного потенциала выступает *психофизиологический компонент*. В него входят нейрофизиологические характеристики, энергетические ресурсы личности, адаптационные возможности организма.

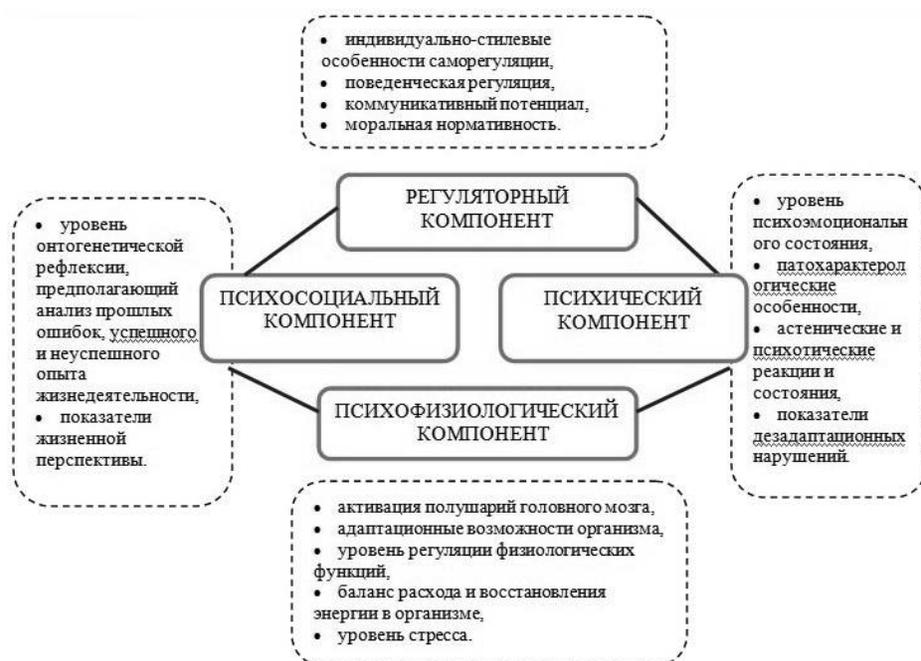


Рис. 1. Модель адаптационного потенциала личности

Психосоциальный компонент играет немаловажное значение в адаптационном потенциале. Личность невозможно определить без контекста той социальной действительности, в которой она развивается. Прежде всего, в этот компонент входит способность к рефлексии, целеполаганию, построению продуктивных жизненных стратегий.

Психический компонент обеспечивается скрытыми и реальными возможностями человека, позволяющими

отражать объективную реальность во всем её многообразии и регулировать различные взаимоотношения с ней и с самим собой, сохранять собственную целостность, самосовершенствоваться и самообразовываться (С.Т. Посохова [13]). Компонент включает в себя: уровень психоэмоционального состояния, патохарактерологические особенности, астенические и психотические реакции и состояния, показатели дезадаптационных нарушений.

Системообразующим компонентом адаптационного потенциала, на наш взгляд, является *регуляторный компонент*, именно поэтому в представленной модели он расположен на самой вершине ромба. Личностная регуляция позволяет не только управлять своим поведением в соответствии с требованиями общества и социума, а достигать определённого уровня успешности в профессиональном развитии, саморазвиваться и самосовершенствоваться. Регуляторный компонент в структуре адаптационного потенциала личности, выступая ключевым, позволяет человеку противостоять сложным жизненным ситуациям, включать защитные и компенсаторные механизмы для сохранения собственной ценности, работоспособности и коммуникабельности.

С нашей точки зрения, именно динамическое согласование структурных компонентов адаптационного потенциала личности обеспечивает пластичность, перестройку внутрикомпонентных связей при адаптационной нагрузке, тем самым создавая необходимые предпосылки для оптимизации психологического благополучия.

Проблема психологического благополучия рассматривалась в работах многих зарубежных и отечественных учёных (Н. Брандбурн [18], А.Ю. Будаева, О.А. Халифаева [2], А.В. Воронина [3], С.А. Водяха, А.В. Кузьмичева [10], Г.Ш. Габдреева, А.Р. Халфиева [4], С.И. Галяутдинова, Р.Б. Гумерова [5], Э. Динер [19], Е.А. Евтушенко [6], Л.В. Жуковская [7], О.А. Идобаева [8], К. Рифф [20], С.П. Ревенко [15], Т.Д. Шевеленкова, П.П. Фесенко [17], Р.М. Шамионов [16] и др.).

Исследования авторов позволяют констатировать, что не существует об-

щепринятого понимания термина «психологическое благополучие личности», несмотря на широкую распространённость в научной литературе. Если резюмировать несколько определений, психологическое благополучие рассматривается как многокомпонентный феномен, характеризующий степень позитивного функционирования человека, реализации его потенциала, отражающий восприятие и оценку своего функционирования с точки зрения вершины потенциальных возможностей человека.

Вслед за такими учеными, как Т.Д. Шевеленкова и П.П. Фесенко, мы определяем психологическое благополучие как интегральный показатель степени направленности человека на реализацию основных компонентов позитивного функционирования, а также степени реализованности этой направленности, субъективно выражающейся в ощущении счастья, удовлетворённости собой и собственной жизнью [17]. В свою очередь, мы выделяем следующие показатели психологического благополучия: положительные отношения с другими, автономия, управление окружением, личностный рост, цель в жизни, самопринятие, баланс аффекта, осмысленность жизни, человек как открытая система, индекс психологического благополучия.

Проблема, гипотеза и цель исследования.

Проблема исследования заключается в том, что при всём разнообразии исследований за рамками научного анализа остаётся изучение влияния адаптационного потенциала личности на психологическое благополучие. Следовательно, было бы целесообразным выяснить вопрос влияния адап-

тационного потенциала личности на психологическое благополучие (на примере студентов вуза) с акцентом на применение возможностей метода структурного моделирования в изучении данных феноменов.

С учётом вышесказанного, **гипотезой** исследования выступило предположение, что адаптационный потенциал личности может оказывать влияние на психологическое благополучие студентов. Для подтверждения этого предположения было проведено эмпирическое исследование, **целью** которого являлось изучение влияния адаптационного потенциала личности на психологическое благополучие студентов посредством использования возможностей метода структурного моделирования.

Характеристика выборки исследования

В исследовании принимали участие студенты от 17 до 23 лет разного направления профессиональной подготовки Астраханского государственного университета в количестве 161 человека.

В качестве психодиагностического инструментария использовались: аппаратно-программный комплекс «Активациометр АЦ-9К» (Ю.А. Цагарелли); аппаратно-программный комплекс «БИОТЕСТ»; многоуровневый личностный опросник «Адаптивность» (А.Г. Маклаков, С.В. Чермянин); методика «Шкала психологического благополучия» (К. Рифф, адаптация Т.Д. Шевеленковой, П.П. Фесенко); методика «Самооценка уровня онтогенетической рефлексии» (Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов); опросник

«Стиль саморегуляции поведения» (В.И. Моросанова); методика «Перспектива моей жизни» (Е.А. Миско, Н.В. Тарабрина).

Для проверки гипотезы исследования был использован современный математический метод – структурное моделирование или моделирование структурными уравнениями (structural equation modeling). Отметим, что структурное моделирование, базирующееся на корреляционно-регрессионном, путевом и факторном анализе, является популярным инструментом как в работе профессиональных психологов, так и в работе других специалистов. Существует специальное программное обеспечение для построения моделей и их последующего анализа, в частности: AMOS SPSS, EQS, Lisrel, SAS, Mplus, Statistica. Структурное моделирование позволяет сымитировать и статистически проверить какое-либо комплексное явление. Данный метод направлен на изучение причинно-следственных связей и латентных структур. На наш взгляд, применение метода структурного моделирования является наиболее целесообразным в рамках нашего исследования.

Основные результаты исследования

Первый шаг применения метода структурного моделирования заключался в изучении корреляционных связей между показателями адаптационного потенциала и психологического благополучия студентов без указания причинно-следственных связей. Корреляционный анализ проводился с использованием коэффициента корреляции r -Пирсона в программе SPSS 21.

По результатам корреляционного анализа были выявлены положительные статистически значимые связи:

– между переменной «Поведенческая регуляция» и переменными «Положительные отношения с другими» ($r = 0,319$, $p < 0.01$), «Автономия» ($r = 0,201$, $p < 0.05$), «Управление окружением» ($r = 0,326$, $p < 0.01$), «Цель в жизни» ($r = 0,199$, $p < 0.05$), «Самопринятие» ($r = 0,357$, $p < 0.01$), «Осмысленность жизни» ($r = 0,171$, $p < 0.05$), «Индекс психологического благополучия» ($r = 0,328$, $p < 0.01$);

– между переменной «Коммуникативный потенциал» и переменными «Положительные отношения с другими» ($r = 0,207$, $p < 0.01$), «Управление окружением» ($r = 0,198$, $p < 0.05$), «Самопринятие» ($r = 0,198$, $p < 0.05$), «Индекс психологического благополучия» ($r = 0,183$, $p < 0.05$);

– между переменной «Самостоятельность» и всеми переменными психологического благополучия ($p < 0.01$) за исключением переменной «Баланс аффекта».

В ходе анализа были выделены три основные переменные адаптационного потенциала личности: «Поведенческая регуляция», «Коммуникативный потенциал» и «Общий уровень саморегуляции» – которые имеют значительное число положительных корреляционных связей с показателями психологического благополучия. Следует отметить высокую корреляционную связь между этими тремя переменными «внутри методики». Показатели адаптационного потенциала личности, имеющие значительное число положительных корреляционных связей с показателями психологического благополучия у студентов выделены в таблице 1.

Таблица 1

Корреляционные связи между показателями адаптационного потенциала личности и показателями психологического благополучия

Показатели психологического благополучия, коррелирующие со шкалой адаптационного потенциала личности «Поведенческая регуляция»	Показатели психологического благополучия, коррелирующие со шкалой адаптационного потенциала личности «Коммуникативный потенциал»	Показатели психологического благополучия, коррелирующие со шкалой адаптационного потенциала личности «Общий уровень саморегуляции»
Положительные отношения с другими	Положительные отношения с другими	Положительные отношения с другими
Автономия	–	Автономия
Управление окружением	Управление окружением	Управление окружением
Цель в жизни	–	Цель в жизни
Самопринятие	Самопринятие	Самопринятие
Осмысленность жизни	–	Осмысленность жизни
Индекс психологического благополучия	Индекс психологического благополучия	Индекс психологического благополучия

Второй шаг применения метода структурного моделирования заключался в идентификации модели.

Гипотеза нашего исследования основывалась на наличии причинно-следственной связи между показателями

адаптационного потенциала личности и психологического благополучия студентов, а именно что адаптационный потенциал личности студента оказывает влияние на его психологическое благополучие.

Между двумя латентными переменными «Адаптационный потенциал личности» и «Психологическое благополучие» была установлена причинно-следственная связь (рис. 2).

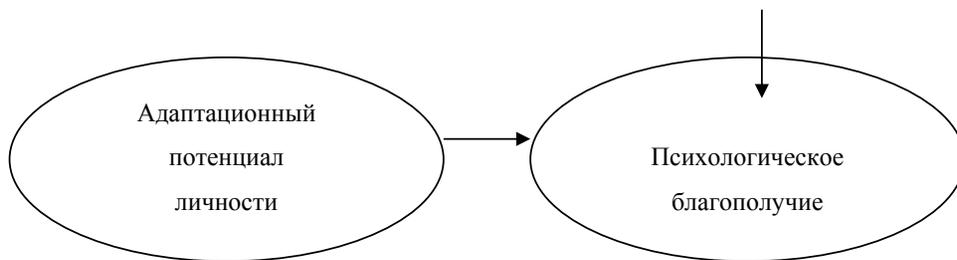


Рис. 2. Предполагаемое влияние адаптационного потенциала личности на психологическое благополучие

Условные обозначения: овалами обозначены латентные переменные «Адаптационный потенциал личности» и «Психологическое благополучие», вертикальная стрелка означает влияние других факторов, не рассматриваемых в нашем исследовании, на психологическое благополучие студентов.

Как было изложено ранее, три переменные адаптационного потенциала личности: «Поведенческая регуляция», «Коммуникативный потенциал» и «Общий уровень саморегуляции» коррелируют между собой, являются отдельными атрибутами адаптационного потенциала личности и положительно коррелируют с наблюдаемыми переменными психологического благополучия. То же самое можно сказать и о переменных психологического благополучия: «Положительные отношения с другими», «Управление окружением», «Самопринятие», «Индекс психологического благополучия».

Таким образом, была сформирована модель из двух латентных переменных, которые представлены в виде факторов, измеряемых через наблюдаемые переменные (рис. 3).

Третий шаг применения метода структурного моделирования: расчёт и оценка качества модели.

Для расчёта построенной модели мы воспользовались методом структурного моделирования, позволяющим осуществить комплексный анализ причинно-следственной связи между латентными переменными. Данная техника более предпочтительна в нашем исследовании, так как позволяет подтвердить или опровергнуть предложенную теоретическую модель на основе полученных нами данных.

Для построения, расчёта и оценки качества созданной модели мы использовали метод наименьших квадратов (unweighted least squares), расчётный алгоритм которого реализован в компьютерном пакете AMOS SPSS. Расчётная модель представлена на рис. 4.

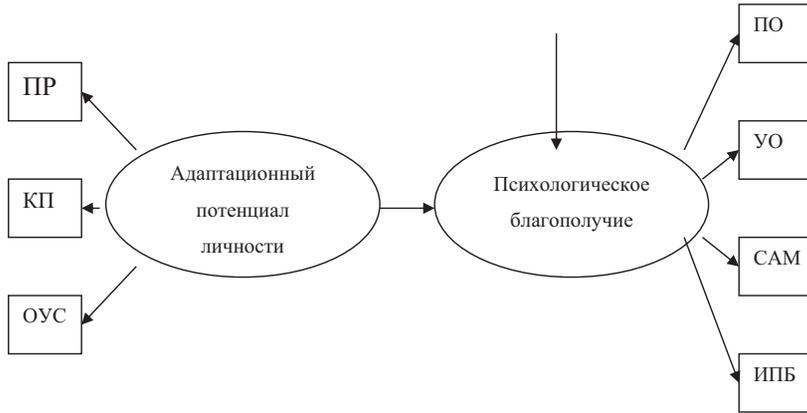


Рис. 3. Идентифицированная модель

Условные обозначения: ПР – поведенческая регуляция, КП – коммуникативный потенциал, ОУС – общий уровень саморегуляции, ПО – положительные отношения, УО – управление окружением, САМ – самопринятие, ИПБ – индекс психологического благополучия.

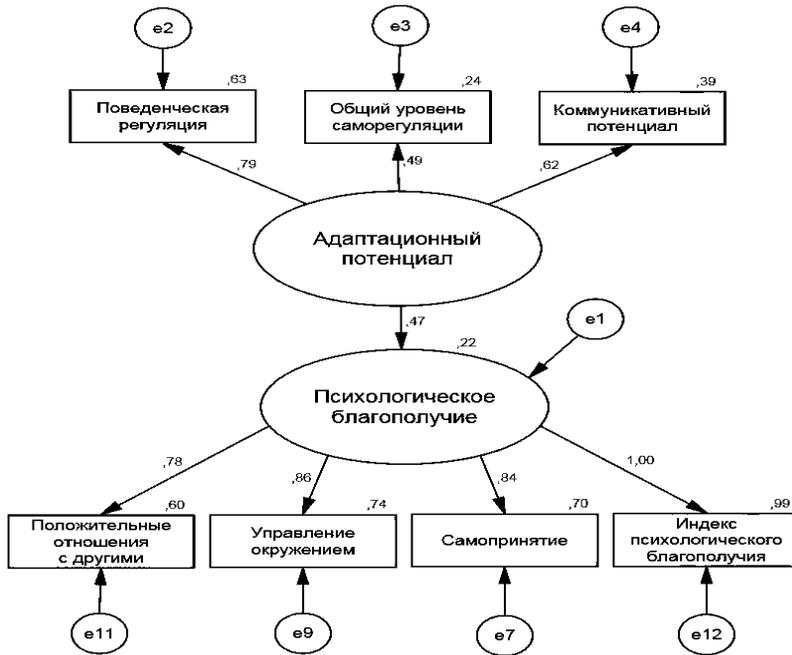


Рис. 4. Расчетная модель

Условные обозначения: овалами обозначены латентные переменные «Адаптационный потенциал личности» и «Психологическое благополучие», прямоугольниками – индикаторы, образующие эти латентные переменные, кружочками (e) обозначены неучтенные дисперсии, получаемые при влиянии других факторов на модель.

С целью количественного анализа способности модели объяснять исходные корреляции модель проверялась на качество. Для оценки качества модели и соответствия её исходным данным нами использовались следующие критерии:

1. *Критерий согласованности χ^2 (хи-квадрат)*, показывающий различия между корреляционной матрицей исходных данных и матрицей построенной модели. Чем больше различие между матрицей данных и моделью, тем больше значение показателя χ^2 .

Если $\chi^2 = 0$, это говорит о полной согласованности модели с данными.

2. *Показатель степени согласия GFI*. Принимает значения от 0 до 1, причём ноль указывает на отсутствие согласия модели с данными, а 1 – на максимальное согласие. Как правило, значение показателя GFI, близкое к 0,90, отражает достаточно хорошее соответствие.

В нашем исследовании (табл. 2) значение критерия $\chi^2 = 0,310$, а уровень значимости $p = 0,072$. Полученное значение χ^2 указывает на хорошую согласованность модели с данными.

Таблица 2

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	15	56,027	13	,072	,310
Saturated model	28	,000	0		
Independence model	7	704,393	21	,000	33,543

Значение показателя $GFI = 0,910$ (табл. 3) означает достаточно хорошее соответствие модели с данными.

Таблица 3

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	12,896	,910	,806	,422
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	107,795	,402	,202	,301

Таким образом, результаты применения метода структурного моделирования показывают, что предложенная нами структурная модель причинно-следственной связи между показателями адаптационного потенциала личности и психологическим благополучием студентов обеспечивает хорошее согласие с экспериментальными данными.

Согласно полученным результатам латентная переменная «Адаптационный потенциал личности» манифестируется наблюдаемыми переменными «Поведенческая регуляция» (0,79), «Общий уровень саморегуляции» (0,49), «Коммуникативный потенциал» (0,62). Латентная переменная «Психологическое благополучие личности» манифестируется наблюдаемыми пе-

ременным «Положительные отношения с другими» (0,78), «Управление окружением» (0,86), «Самопринятие» (0,84), «Индекс психологического благополучия» (1,00).

Между латентными переменными «Адаптационный потенциал личности» и «Психологическое благополучие» установлена связь, величина которой оценена с помощью коэффициента регрессии (0,47), а это позволяет говорить о том, что высокий адаптационный потенциал личности, интегрируя в себе высокий уровень сформированности саморегуляции поведения, нервно-психическую устойчивость и умение коммуницировать с людьми, оказывает влияние на психологическое благополучие, проявляющееся в позитивном отношении к себе, успешном выстраивании взаи-

моотношений с окружающими, эффективном управлении окружением и гибкости при изменении условий.

Проведённое исследование позволило сделать следующие **выводы**:

1. Исследование влияния адаптационного потенциала личности на психологическое благополучие студентов методом структурного моделирования позволяет смоделировать и статистически подтвердить причинно-следственную связь между адаптационным потенциалом личности и психологическим благополучием студентов.

2. Адаптационный потенциал личности оказывает влияние на психологическое благополучие студентов.

Таким образом, полученные нами данные подтверждают гипотезу исследования, цель исследования достигнута.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богомолов А.М. Личностный адаптационный потенциал в контексте системного анализа // Психологическая наука и образование. 2008. № 1. С. 67–73.
2. Будаева А.Ю., Халифаева О.А. Психологическое благополучие как один из показателей психологического здоровья личности // Психологическое здоровье человека: жизненный ресурс и жизненный потенциал: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Красноярск, 2014. С. 120–127.
3. Воронина А.В. Проблема психологического здоровья и благополучия человека: обзор концепций и опыт структурно-уровневого анализа // Сибирский психологический журнал. 2005. № 3. С. 142–145.
4. Габдреева Г.Ш., Халфиева А.Р. Состояние психологического благополучия женщин-менеджеров разных уровней управления // Психология состояний: юбилейный сборник международной школы. Казань, 2016. С. 47–55.
5. Галяутдинова С.И., Гумерова Р.Б. Психологическое благополучие как показатель психологической безопасности образовательного пространства вуза // Модернизация высшего образования в России: опыт истории и векторы развития: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Уфа, 2016. С. 188–192.
6. Евтушенко Е.А. К вопросу рассмотрения проблемы психологического благополучия личности в отечественных и зарубежных психологических исследованиях // Научная дискуссия: вопросы педагогики и психологии. 2016. № 2–2 (47). С. 124–133.
7. Жуковская Л.В. Диагностика психологического благополучия старшеклассников (шкала К. Рифф) // Ананьевские чтения-2010. Современные прикладные направления и проблемы психологии: материалы Междунар. науч.-практ. конф. СПб, 2010. С. 148–159.

8. Идобаева О.А. Психолого-педагогическая модель формирования психологического благополучия личности: автореф. дис. ... док. психол. наук. М., 2013. 51 с.
9. Коновалова Н.Л. Предупреждение нарушений в развитии личности при психологическом сопровождении школьников. СПб., 2000. 232 с.
10. Кузьмичева А.В., Водяха С.А. Взаимосвязь психологического благополучия с показателями социально-психологической адаптации студентов-физиков // Подготовка молодежи к инновационной деятельности в процессе обучения физике, математике, информатике: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2014. С. 111–118.
11. Кулумбегова Л.А. К вопросу об адаптационном потенциале личности // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Чебоксары, 2015. С. 165–168.
12. Маклаков А.Г. Личностный адаптационный потенциал: его мобилизация и прогнозирование в экстремальных условиях // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 1. С. 16–24.
13. Посохова С.Т. Психология адаптирующейся личности (Субъектный подход): дис. ... док. психол. наук. СПб., 2001. 393 с.
14. Пуликов А.С., Москаленко О.Л., Зайцева О.И. Адаптационный потенциал юношей Красноярского края как показатель состояния здоровья // В мире научных открытий. 2011. № 4 (16). С. 361–367.
15. Ревенко С.П. Психологическое здоровье как показатель психологического благополучия и адаптации личности к новым условиям жизнедеятельности // Социально-психологическая адаптация мигрантов в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2016. С. 180–186.
16. Шамионов Р.М. Психология субъективного благополучия личности. Саратов, 2004. 180 с.
17. Шевеленкова Т.Д., Фесенко П.П. Психологическое благополучие (обзор концепций и методика исследования) // Психологическая диагностика. 2005. № 3. С. 95–129.
18. Bradburn N. The Structure of Psychological well-being. Chicago, 1969. 320 p.
19. Diener E. Subjective Well-being // Psychological Bulletin. 1984. № 95. P. 2–75.
20. Ryff C. The Contours of Positive Human Health // Psychological Inquiry. 1998. Vol. 9. P. 1–28.

REFERENCES

1. Bogomolov A.M. [Personal adaptational potential in the context of system analysis]. In: *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological science and education], 2008, no. 1, pp. 67–73.
2. Budaeva A.YU., Khalifaeva O.A. [Psychological well-being as one of the indicators of psychological health of the individual]. In: *Psikhologicheskoe zdorov'e cheloveka: zhiznennyyi resurs i zhiznennyyi potentsial: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Psychological health of a person: life source and potential: proceedings of the international scientific-practical conference]. Krasnoyarsk, 2014. pp. 120–127.
3. Voronina A.V. [The problem of psychological health and human well-being: review of concepts and experience of structural-level analysis]. In: *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal* [Siberian psychological journal], 2005, no. 3, pp. 142–145.
4. Gabdreeva G.SH., Khalfieva A.R. [A state of psychological well-being of women managers at various levels of management]. In: *Psikhologiya sostoyanii: yubileinyi sbornik mezhdunarodnoi shkoly* [Psychology of states: jubilee collected articles of the international school]. Kazan, 2016. pp. 47–55.

5. Galyautdinova S.I., Gumerova R.B. [Psychological well-being as an indicator of psychological security of the educational space of a university]. In: *Modernizatsiya vysshego obrazovaniya v Rossii: opyt istorii i vektory razvitiya: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Modernisation of higher education in Russia: historical experience and the vectors of development: materials of international scientific-practical conference]. Ufa, 2016. pp. 188–192.
6. Evtushenko E.A. [To the issue of addressing psychological well-being of the individual in domestic and foreign psychological researches]. In: *Nauchnaya diskussiya: voprosy pedagogiki i psikhologii* [Scientific discussion: questions of pedagogy and psychology], 2016, no. 2–2 (47), pp. 124–133.
7. Zhukovskaya L.V. [Diagnostics of psychological well-being of seniors (K. Riff's scale)]. In: *Anan'evskie chteniya-2010. Sovremennyye prikladnye napravleniya i problemy psikhologii: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Analytical readings-2010. Contemporary applied directions and problems of psychology: materials of the international scientific-practical conference]. Saint Petersburg, 2010. pp. 148–159.
8. Idobaeva O.A. *Psikhologo-pedagogicheskaya model' formirovaniya psikhologicheskogo blagopoluchiya lichnosti: avtoreferat dissertatsii ... doktora psikhologicheskikh nauk* [The psychological-pedagogical model of forming psychological well-being of the individual: abstract of D. thesis in Psychological Sciences]. Moscow, 2013. 51 p.
9. Konovalova N.L. *Preduprezhdenie narushenii v razvitii lichnosti pri psikhologicheskom soprovozhdenii shkol'nikov* [Prevention in the development of personality in the psychological support of pupils]. Saint Petersburg, 2000. 232 p.
10. Kuz'micheva A.V., Vodyakha S.A. [Interdependence of psychological well-being and the indicators of socio-psychological adaptation of students-physicists]. In: *Podgotovka molodezhi k innovatsionnoi deyatel'nosti v protsesse obucheniya fizike, matematike, informatike: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Training youth to the innovative activities in learning physics, mathematics, computer science: proceedings of the international scientific-practical conference]. Ekaterinburg, 2014. pp. 111–118.
11. Kulumbegova L.A. [To the question of the adaptation potential of the personality]. In: *Nauka, obrazovanie, obshchestvo: tendentsii i perspektivy razvitiya: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Science, education, society: tendencies and prospects of development: materials of the international scientific-practical conference]. Cheboksary, 2015. pp. 165–168.
12. Maklakov A.G. [Personal adaptation potential: its mobilization and forecasting in extreme conditions] In: *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological journal], 2001, Vol. 22. no.1, pp. 16-24.
13. Posokhova S.T. *Psikhologiya adaptiruyushcheysya lichnosti (Sub'ektivnyi podkhod): dissertatsiya... doktora psikhologicheskikh nauk* [Psychology of adaptable personality (Subjective approach): D. thesis in Psychological Sciences]. Saint Petersburg, 2001. 393 p.
14. Pulikov A.S., Moskalenko O.L., Zaitseva O.I. [Adaptation potential of young men of Krasnoyarsk region as an indicator of health status]. In: *V mire nauchnykh otkrytii* [In the world of scientific discovery], 2011, no. 4 (16), pp. 361–367.
15. Revenko S.P. [Psychological health as an indicator of psychological well-being and adaptation to new conditions of life]. In: *Sotsial'no-psikhologicheskaya adaptatsiya migrantov v sovremennom mire: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Socio-psychological adaptation of migrants in modern world: materials of international scientific-practical conference]. Penza, 2016. pp. 180–186.
16. Shamionov R.M. *Psikhologiya sub'ektivnogo blagopoluchiya lichnosti* [Psychology of subjective well-being of the individual]. Saratov, 2004. 180 p.

17. Shevelenkova T.D., Fesenko P.P. [Psychological well-being (for an overview of concepts and methods of research)]. In: *Psikhologicheskaya diagnostika* [Psychological diagnostics], 2005, no. 3, pp. 95–129.
 18. Bradburn N. *The Structure of Psychological well-being*. Chicago, 1969. 320 p.
 19. Diener E. Subjective Well-being. In: *Psychol. Bull.* 1984. no. 95. P. 2–75.
 20. Ryff C. The Contours of Positive Human Health. In: *Psychol. Inquiry*. 1998. Vol. 9. P. 1–28.
-

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Замятина Антонина Александровна – аспирант кафедры общей и когнитивной психологии Астраханского государственного университета;
e-mail: antonina24210@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Antonina A. Zamyatina – postgraduate student of the Department of General and Cognitive Psychology, Astrakhan State University;
e-mail: antonina24210@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Замятина А.А. Возможности метода структурного моделирования в изучении адаптационного потенциала личности и психологического благополучия студентов // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки*. 2017. № 4. С. 94–106.

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-94-106

FOR CITATION

Zamyatina A. Potentialities of structural modeling method in studying the personality's adaptive potential and students' psychological well-being. in: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: psychology*. 2017. no 3. pp. 94–106.

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-94-106

УДК 159.9

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-107-119

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЮНОЙ ЛИЧНОСТИ: ДЕВИАНТОЛОГИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ

Клейберг Ю.А.

*Московский государственный областной университет
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, Российская Федерация*

Аннотация. В статье представлен девиантологический подход к одной из ключевых проблем современности – к психологической безопасности юной личности. Личность и её психологическая безопасность рассматриваются в гносеологическом, функциональном, аксиологическом и онтологическом планах. При этом понятие «психологическая защита» употребляется для обозначения любой модели поведения, устраняющей нравственно-психологический дискомфорт личности. Для самообеспечения безопасности приводятся шесть стратегий. Специфика феномена психологической безопасности юной личности, по мнению автора статьи, заключается в осознании личностью своей уникальности, способности и готовности развивать свой духовно-нравственный и деятельностно-созидательный потенциал, гармоничные отношения и толерантность независимо от того, в какую систему общественных отношений личность включена и какой социальный статус имеет. Указывается, что психологическая безопасность личности – безусловная ценность человеческого существования и одна из её доминирующих потребностей – требует к себе особого внимания со стороны патриотической власти и прогрессивно настроенной общественности, поскольку только при обеспечении личностной безопасности могут быть реализованы и другие ценности.

Ключевые слова: психологическая безопасность, личность, стратегии безопасности, девиантологический подход.

PSYCHOLOGICAL SAFETY OF A YOUNG PERSONALITY: DEVIANTOLOGICAL CONCEPT

Yu. Klayberg

*Moscow State Regional University, International Association of Deviantologists
10A, Radio Street, Moscow, 105005, Russian Federation*

Abstract. The article presents the deviant approach to one of the key problems of modernity – the psychological security of a young person. Personality and its psychological safety are considered in epistemological, functional, axiological and ontological terms. At the same time psychological defense is used to refer to any model of behavior that eliminates the moral and psychological discomfort of the individual. For self-security, six strategies are presented. Specificity of the phenomenon of psychological security of a young person, in the author's

opinion, lies in the recognition by the individual of his uniqueness, ability and readiness to develop his spiritual, moral and activity-constructive potential, harmonious relations and tolerance, regardless of the system of social relations what social status it has. It is pointed out that the psychological security of the individual - the unconditional value of human existence and one of its dominant needs - requires special attention from the patriotic authorities and the progressively-minded society, since other personal values can be realized if only personal security is ensured.

Key words: psychological security, personality, security strategies, deviant approach.

Актуальность изучения и постановка проблемы

В последние десятилетия все больше и больше на российском поликультурном и постмодернистском пространстве актуализируется проблема безопасности личности. Это обусловлено, с одной стороны, возрастающим научным интересом к данной проблеме, персонализацией и персонификацией идей, научных концептов, т. е., всего того, что составляет процесс развития личности (в широком смысле слова), а с другой стороны - усиливающимися социальными рисками девиантогенной (криминальной) маргинализации личности, потерей ею чувства культурной идентификации и, как результат, - утратой или деструктивной трансформацией духовно-нравственных ценностей и ориентиров, социокультурных смыслов жизни, размыванием в личности уникальной этнонациональной основы, того «таинственного центра личности - Я», о котором писал А.Н. Леонтьев [9, с. 228]. При этом деформируются и разрываются межличностные связи, в которых личность является носителем, производителем и транслятором своей индивидуальности и культуры в социуме.

В этой связи очевидной является актуальность изучения проблемы психологической безопасности личности в

современном рискогенном российском обществе. О безопасности общества и личности говорится прежде всего в законодательных и юридических документах: Конституции РФ, федеральном законе РФ «О безопасности», федеральном законе РФ «О защите населения и территории от чрезвычайных ситуаций», указе Президента РФ «О стратегии национальной безопасности до 2020 года», постановлении Правительства РФ «О единой государственной системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций» и др. Многие аспекты безопасности личности исследуются в рамках школьной дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности». Всего этого явно недостаточно для формирования (развития) у юной личности чувства уверенности, самозащиты, безопасности, выбора альтернативных способов реагирования на социальные риски, связанные с усвоением, репродуцированием и транслированием культуры общества и воспитанием индивидуальной культуры.

В широком смысле термин «психологическая безопасность» употребляется для обозначения любого поведения, предупреждающего и устраняющего социальный и психологический дискомфорт личности.

В нашем случае под *психологической безопасностью* понимается поло-

жительное самоощущение человека, его эмоциональное, интеллектуальное, личностное и социальное благополучие в конкретных социально-экономических, социокультурных и политических условиях, а также отсутствие ситуаций нанесения психологического ущерба личности и ущемления ее прав.

Под *психологической безопасностью* личности также можно понимать состояние динамичного баланса внутреннего потенциала субъекта и внешних условий, обусловленные наличием гармоничных, приносящих удовлетворение взаимоотношений, характеризующихся защищённостью (отсутствием деформаций, нарушений и трудностей, а также толерантностью в отношениях) [11].

В любом случае психологическая безопасность личности предполагает «натренированность» индивидуальных защитных механизмов, способных защитить духовно-психический потенциал личности и реализовать его в процессе жизнедеятельности, при этом сохранив его целостность, а также опыт их применения. Речь идёт о выборе необходимой стратегии, обеспечивающей психологическую безопасность юной личности. Такие стратегии, разработанные психологами, достаточно многообразны. Для самообеспечения безопасности в научной литературе описаны шесть таких стратегий:

- 1) стратегия избегания;
- 2) консервативная стратегия;
- 3) стратегия копирования;
- 4) «впитывающая» стратегия (ассимиляция);
- 5) стратегия коммуникативного резонанса;
- 6) стратегия развития [11].

Однако известно, что личность как сложно организованная система от-

ношений и связей несёт в себе повышенную внутриличностную противоречивость и конфликтность, которые часто находят свой «выход» в различных видах и формах девиантного поведения. Тем самым личность через удовлетворение одной из важных эссенциальных (сущностных) потребностей и одновременно через готовность приобрести онтологический статус в социальной группе (субкультуре) обеспечивает актуализацию себя как субъекта девиантогенного персонотенеза и закрепляет за собой определённые паттерны девиантного сознания, поведения и мышления. Это своеобразная борьба человека за самого себя, причиной которой может являться «чувство силы, борьбы и превосходства» (термин В.А. Снегирева). У «Человека борющегося», по В.А. Снегиреву, присутствует «чувство свободы», необходимое ему для изменений, формирования и развития [12, с. 302]. Можно предположить, что борьба позволяет человеку адаптироваться к рискогенному социуму, сориентироваться в культурных традициях, нравственном и правовом алгоритме бытия, понять насколько индивидуальные возможности могут быть полезны и эффективны для самоутверждения и саморазвития, чтобы быть готовым к адекватному противостоянию воздействиям рискогенных ситуаций и тем самым обезопасить свою культурную идентичность. Это очень важно, поскольку в течение всей жизни борьба нравственного с безнравственным в человеке, добра со злом, усвоенными им нормами права и морали и деятельностью (поведением) и т. п. сопровождает человека постоянно, мотивируя и провоцируя его девиантные поступки.

Тем не менее вопросам психологической безопасности юной личности в ситуациях социального риска не уделено должного внимания учеными, либо они об этом вспоминают вскользь, мимоходом, опосредованно и касаются главным образом опасного воздействия рискогенных факторов в системе «ребёнок – социальная среда», «человек – общество» и способов защиты от них в чрезвычайных ситуациях. Аспекты личностной безопасности учеными затрагиваются непростоительно мало.

Авторский взгляд на проблему

Психологическая безопасность личности, скорее всего, предполагает некий способ борьбы, даже риск, как своеобразный социально-психологический тренаж, ориентированный на избавление неудовлетворённости личности собой, своими комплексами, которые она стремится преодолеть. В процессе приобретения или совершенствования личностной культуры (в широком смысле) такая борьба, такой риск могут быть оправданы при условии, что являются способом позитивной самореализации. Если же речь идёт о культивировании в себе деструктивного риска, а потом его преодолении, получая при этом удовольствие и наслаждение, то мы имеем дело с глубокими психолого-психиатрическими личностными изменениями. И первый (позитивная самореализация), и второй (аутодеструктивная мотивация) случаи находятся в плоскости девиантологического научного интереса [5; 6; 7; 8].

Что касается психологической безопасности личности, то совершенно очевидным является и то, что как и в биологической, так и в социальной природе человека подстерегает опас-

ность, поскольку он выступает сложно-организованной открытой системой, к важнейшим психическим состояниям которой относятся опасность и без-опасность. При возникновении какой-либо опасности происходят некоторые изменения в деятельности системы «Человек», которые могут обладать как позитивным, так и негативным эффектом. Все дело в переходе пороговых значений нормального состояния в зону критичности, опасности и в способности системы «Человек» регулировать (управлять) уровнем воздействующей на неё опасности.

Согласно современным воззрениям на взаимодействие субъекта с социальной средой, заложенным ещё в трудах Ж. Пиаже, управление опасностью может осуществляться по нескольким сценариям:

- система ассимилируется в ситуации и «снимает» тем самым сам факт опасности;
- система адаптируется к ситуации и, восприняв наиболее соответствующие ситуации параметры, воздействует на опасность;
- система принимает меры по изменению опасной ситуации в соответствии со своими параметрами (Пиаже Ж., 2004) [12].

Личность сознательно или на уровне подсознания всегда стремится к гармоничным отношениям с миром, социумом и самим собой, но этот процесс не бывает безмятежным. Глубина и сила переживаний у разных людей существенно различаются и зависят от следующих факторов:

- уровня развития личности (сознания) – чем он выше, тем болезненнее кризис;
- социокультурных особенностей;

- личностных и характерологических особенностей;
- вида кризисного состояния, переживаемого человеком;
- социально-психологических особенностей;
- социального статуса.

Специфика феномена психологической безопасности личности, по нашему мнению, заключается в осознании ею своей уникальности, способности и готовности развивать свой духовно-нравственный и деятельностно-созидательный потенциал, гармоничные отношения и толерантность независимо от того, в какую систему общественных отношений личность включена и какой социальный статус имеет.

Однако современная российская история, начиная с «легендарных» 1990-х гг., *создала* условия для огромного количества всевозможных рисков, препятствующих позитивной социокультурной и экономической динамике в обществе, *породила* неслыханную коррупцию, взяточничество, круговую поруку во всех эшелонах власти, такие виды преступлений, которых в недавнем историческом прошлом не было (похищение людей, терроризм и экстремизм, подростковая проституция, детский суицид, насильственные преступления, жестокость и интолерантность и т. п.), *спровоцировала* такие социальные явления, как массовая безработица, обнищание народа, социальное сиротство, беспризорничество, наркотизация и алкоголизация подрастающих поколений; *обнажила* критические точки общественного развития, способствующие появлению чрезвычайных социальных ситуаций – основательный демонтаж сложившейся уникальной ментальной

системы целого народа, *обрекла* его на массовую дезориентацию и утрату индентификации как на индивидуальном, так и на групповом уровне, на антагонизацию социальной структуры, маргинализацию и криминализацию общества, деградацию населения, разрушения личности, отторжение власти народом и депопуляцию страны и др. Все это представляет серьезную угрозу не только отдельно взятой личности, но и обществу в целом, государственности [8; 6].

Психологическая безопасность в системе «личность – общество» не может мыслиться вне нравственно-духовной, культурной безопасности. Это в первую очередь касается СМИ, Интернета, рекламы, пошлых, безвкусных и безнравственных телепередач и программ, псевдокультуры, поглощающих в известной мере образовательный и воспитательный процесс и часто замещающих семью и школу. В результате происходит смещение оценочных акцентов в функционировании всех социальных систем (экономической, политической, образовательной, семейной, личностной и т. п.).

На сегодняшний день мы имеем (наши данные по Московской, Тверской и Ульяновской областям за 2013–2016, выборка – 1633 чел.): рост преступности и самоубийств детей и подростков; среди совершивших правонарушения подростков четверть находилась в состоянии алкогольного или наркотического опьянения; 63,4% подростка имеют опыт употребления психотропных средств; 26% имеют дело с наркотиками достаточно регулярно. Более 36% подростков готовы разрешать конфликты силой, при этом треть из них выбирает нож или иное

холодное оружие, а 24% предпочли бы что-нибудь стреляющее. О своей готовности к совершению кражи заявили 48% опрошенных, к нетерпимости и избиению человека – 64,2%, проституции – 33% подростков. Год от года растёт число несовершеннолетних, привлечённых к уголовной ответственности, всё больше становится подростков-рецидивистов. Анализ показывает, что многие дети потеряли семейные и родственные связи, а также связи со школой. Сегодняшняя школа часто сама провоцирует детей на нервность, грубое и агрессивное поведение. Это она, школа, не оставила детям никакой альтернативы, по сути, выдворила их на улицу. В то же время на этом фоне, как показывают наши исследования, усиливается влияние уличных авторитетов. Детские приемники переполнены юными беспризорниками. А сколько их на улице! [6; 7; 8].

Таким образом, речь идёт, по нашему мнению, о развале складывавшейся тысячелетиями ментальной культуры российского народа и *сознательном создании некоего девиантного (криминального) офшора – зоны, где происходит социализация личности на основе девиантных (криминальных) традиций конкретной субкультуры. Именно это служит эффективным условием для успешной девиантогенной социализации рекрутированной молодёжи, наученной криминальным (девиантным) паттернам и техникам поведения, воспитанной в «лучших традициях» массового «хамосознания». И тогда само общество превратится в цивилизационного макродевианта. Человек попадает в «пропасть бытия» (термин М.С. Кагана) от нравственно-психологического дисбаланса, от отсутствия*

перспективы светлого и спокойного будущего, неуверенности в завтрашнем дне, от страха за будущее своих детей и др.

Усугубляет процесс тотальное увлечение детей и молодёжи виртуальной игровой деятельностью. Век компьютерных и информационных технологий привнёс в жизнь человека онлайн-игры, а вместе с этим игровую компьютерную зависимость. И здесь остро встаёт вопрос о психологической безопасности юной личности от компьютерной игровой зависимости.

Согласно психоаналитическому подходу игра представляет собой проявление вытесненных стремлений. В онтогенетическом аспекте в игре впервые формируется потребность человека воздействовать на мир, именно в этом главное предназначение игры.

Развитие IT-технологий повлияло на появление новых видов игр для детей (да и для взрослых тоже), эти игры стали широко востребованными и популярными в подростковой среде: во многих странах Европы, Азии и Америки примерно одинаковый процент увлечённости детей и подростков виртуальными играми в социальных сетях – в среднем 65–70%.

Поэтому психологи (О.К. Тихомиров, Ю.А. Клейберг, Е.Е. Лысенко, С.А. Шапкин, А.Г. Шмелев, В.С. Собкин, Ю.М. Евстигнеева, А.Е. Войскунский и др.) проявляют значительный интерес к новым разновидностям игр.

По данным нашего исследования (2016, выборка 1246 человек 12–16 лет), *в компьютерные игры играют 48% юных россиян-интернет-пользователей. В частности, 39% играют в компьютерные игры на планшетах, смартфонах и приставках почти каждый день, 44% –*

несколько раз в неделю. В онлайн-игры играют 28% подростков. При этом наибольшей популярностью пользуются казуальные игры (74%): «сапер», пасьянсы, *Angry Birds* и др.; 46% подростков играют в игры-симуляторы, такие как гонки или футбол; 43% предпочитают боевики, экшн, аркады (например, *Counter-Strike* (ответный удар), *Call of Duty* (чувство долга), *Mortal Combat* (смертельная схватка); 35,5% выбирают стратегии, такие как *Heroes of Might and Magic* (Герои меча и магии), *Star Craft* (Звездный корабль), *Sim City* (город Сим); 42% играют в приключенческие игры, квесты (например, «Петька и Василий Иванович», *Broken Sword* (сломанный меч), *Amnesia*); 24% выбирает ролевые игры, такие как *Diablo*, *Allots*, *Gothic*, *Lineage*, *World of Warcraft*.

Среди юного населения в целом в компьютерные игры играют 68% мальчиков (юношей) и 32% девочек (девушек). Среди молодых людей в возрасте от 12 до 18 лет в компьютерные игры играет каждый второй (64%).

Авторский подход к проблеме

Ни для кого не секрет, что любители компьютерных игр посвящают своему увлечению очень много времени, и зачастую родственники и друзья геймеров относятся к такому времяпрепровождению по-разному: от резко отрицательного, запретительного до лояльно-нейтрального по типу «играя в игры, будет дома и не попадет в плохую компанию» или «чем на улице пить и курить, лучше дома играть». Некоторые родители позволяют ребёнку играть в компьютерные игры в качестве поощрения за хорошее поведение и успехи в учебе, они следят, в какие игры играют их дети.

Как бы там ни было, одни с удовольствием играют, другие считают компьютерные игры абсолютным злом, третьи и рады бы освободить время для общения с друзьями и других полезных дел, но не могут отказаться от своего увлечения, появилась компьютерная игровая психологическая зависимость.

Однако кибер-игра коренным образом отличается от игры обычной, так как человек погружается в иной мир, который не похож на реальность. Компьютерная игромания – это уход от реальности в киберпространство, изменение психического состояния, навязчивые идеи и мысли. Человек, одержимый компьютерными играми, начинает путать виртуальный мир с реальностью, в тяжелых случаях киберпространство становится главной средой существования особенно детей, подростков и молодежи [3].

Для изучения феномена субъективного погружения в деятельность online-игр подростками и их психологической зависимости от этих игр использован разработанный нами психолого-девиантологический подход с позиций конструктивно-позитивной психологии. В этой связи нами дан анализ связи игровой психологической зависимости с продолжительностью «включения» подростка в социальные сети, с возникшими индивидуально-психологическими изменениями и поведенческими проблемами, а также с фактором POSI (preference for online social interaction, т. е. предпочтение интерактивному социальному взаимодействию, виртуального общения в Интернете общению face to face – лицом к лицу).

Общеизвестно, что в основе механизма формирования компьютер-

ной психологической зависимости лежит уход подростка от реальности и потребность в принятии определенной роли. В большинстве случаев это является *средством компенсации жизненных проблем. Подросток (юноша, девушка) начинает реализовывать себя в игровом, виртуальном, иллюзорном, навязанном мире, а не в реальном.* При этом подросток-геймер полностью идентифицирует себя с определённым персонажем, максимально входит в привлекательную для него роль, смотрит на виртуальный мир глазами своего героя.

По своей симптоматике игромания сходна с алкоголизмом и наркоманией.

В психологии игровой зависимости есть несколько важных аспектов:

- потеря ощущения времени;
- постоянное ощущение новизны;
- искаженное восприятие своего Я;
- изменение сознания;
- девиантогенный характер;
- ощущение виртуального могущества;
- изменение волевого аспекта [3; 6; 8].

Компьютерная психологическая зависимость развивается не сразу, она проходит ряд стадий, а именно:

Первая стадия – легкая увлечённость. Она наступает тогда, когда подросток уже несколько раз поиграл и «вошёл во вкус». Такое времяпрепровождение даёт ему положительные эмоции. На этой стадии игра имеет ситуационный характер, подросток играет эпизодически, только при определённых условиях, когда есть свободное время, но играть в ущерб чему-то важному он не будет.

Вторая стадия – стойкая увлечённость. Эта стадия определяется потребностью подростка в компьютер-

ной игре. На этой стадии он уже, как правило, играет регулярно, а если возможности играть часто нет, то он может чем-то пожертвовать, чтобы выделить время для любимого занятия.

Третья стадия – психологическая зависимость. В системе ценностей подростка-геймера игра возводится на вершинный уровень. *Такая зависимость может проявляться в виде одной из двух форм – социализированной и индивидуализированной.*

Индивидуализированная форма – социальное и психологическое дистанцирование подростка, утрата контактов с окружающими. Подросток очень много времени проводит за компьютером, интерес реализовать потребность в общении с семьей, друзьями, окружающими у него, пропадает. Для него компьютер – своеобразный *психологический энерджайзер* – бесконечный источник внутренней энергии, силы и «наркотик», который необходимо регулярно принимать. В противном случае возникает психологическая «ломка» в виде депрессии, повышенной раздражительности, невроза.

Социализированная форма позволяет сохранить социальные контакты. Подростки-геймеры, страдающие подобной зависимостью, предпочитают сетевые игры. Подобное занятие для них является не столько «наркотиком», сколько соревнованием. Данная форма менее пагубна для психики по сравнению с индивидуализированной.

У подростков-игроманов психологическая зависимость приводит к следующим изменениям в психике:

- повышается уровень тревожности;
- появляются страхи, возможны панические приступы;

- повышается агрессивность и раздражительность;
- проявляются признаки девиантного поведения и социопатии;
- увеличивается склонность к насилию и самоубийствам;
- повышается вероятность развития психических расстройств.

Однако мы мало или совсем не придаём значения приглашениям в социальных сетях поиграть в те или иные игры, при этом не задумываемся о настоящей сути этих игр, не догадываемся об истинном замысле их организаторов.

Совершенно очевидно, наше общество не берёт в расчёт последствия очередного нового социального и психологического явления – *онлайн-игроманию*, которое может стать большой социальной и психологической опасностью, способной уничтожать подрастающие поколения без всяких политических идеологем и войн. Эти процессы могут привести и уже приводят к таким отрицательным последствиям, как *исключение из активной социальной жизни* части молодого поколения, *формирование Ното clausus* (человека замкнутого, закрытого от общества), *цугцванг* (принуждение к девиантным поступкам провокативными методами) и др. Эти явления грозят обществу и государству в целом социальной катастрофой.

Они опасны ещё и тем, что по некоторым данным, исследование суицидальных и околосуицидальных сообществ в социальных сетях демонстрирует полную схожесть их методов с методами идеологов и пропагандистов «Исламского государства» («ИГ»), запрещённого в России и других странах. В зависимости от индивидуально-

психологических особенностей личности игрока подростков незаметно подводят к мысли о деструктивных проявлениях девиантного поведения – насилии, жестокости, самоубийстве, либо убийстве других людей и т. п. При этом условно-«игиловский» и условно-девиантный контингенты частично могут объединиться (феномен террористов-смертников) [4].

Похоже, мы, как всегда, ждем появления какой-либо критической, экстраординарной ситуации, «грома», когда уже будет поздно что-либо делать. Предполагаем, что проект под названием «Исламское государство» потерпел фиаско, хотя и достиг своих деструктивных результатов, и поэтому потихоньку «сворачивается». Не исключаем также, что у идеологов-игиловцев, сектантов и т. п. появилась новая программа тоталитарного «психологического спайса», направленная на реализацию своих деструктивных амбиций через деформацию самого незащищенного, податливого, а потому открытого для психологических манипуляций и зомбирования – сознания детей и подростков, как правило, с заниженной самооценкой, используя широкий набор игровых IT-технологий.

Совершенно очевидно, что идёт глобальная информационная война деструктивных сил по дестабилизации общества и его социальных институтов, апробация новых психосоциальных онлайн-технологий и внедрение специально ориентированных игротехнологий. Это уже грозит обществу социокультурными и психологическими катаклизмами (мы уже не говорим об экономических и политических катаклизмах). Это – реальная угроза национальным интересам общества.

Многие онлайн-игры («Plague Inc.» («Чума Inc.»), «Четвертый Рейх», «Бандиты», «Ганза», «Фэнтези», «Синий кит» и др.) не что иное, как трансформированная и завуалированная новая игровая форма, по своим идеологическим сценариям близкая к идеологии «ИГ», мимикрирует к благодатной социальной среде – среде детей, подростков и молодёжи – у которой имеются проблемы в семье, школе и в себе самой, превращая их в бездумную жертву, коллективных камикадзе внутри своей страны. (Кстати, настоящие камикадзе не были террористами, они отдавали жизнь за Родину и её идеалы, и уж тем более не убивали детей, женщин и стариков!)

С девиантологической точки зрения психологическое насилие, увлекательность, скрытое принуждение и поощрение личности к действиям и т. п. выступают своего рода технологией психологического управления сознанием личности и изменения её поведения, скрытой вербовкой модераторами-экстремистами и построены исключительно на психологических манипуляциях слабостями, страхами, неопытностью и соблазнами юной натуры.

Заключение

Таким образом, неоправданные, необдуманные и непросчитанные (в большинстве своем) радикальные социальные трансформации в российском обществе привели к тому, что почти все субъекты общественной жизни утратили свою прежнюю успешную идентификацию: базовые социальные институты (семья, школа), занимающиеся социализацией подрастающего поколения, находятся в состоянии шоковой реорганизации,

«шараханья» из стороны в сторону, стратегического и тактического неведения и безмолвия, некоторые – дезорганизации и дистанцирования; культурные ценности, нормы, социальные взаимосвязи и ориентиры ослабевают или уже отсутствуют вовсе.

При всем разнообразии деструктивных социальных явлений их можно квалифицировать как «моральную деградацию» современного российского общества или, используя известное выражение Э. Гидденса, «испарение моральности» [12]. В таких условиях резко снижается эффективность позитивной социализации подростков и молодёжи, их социальный и психологический иммунитет. И, как следствие – проявление устойчивой тенденции к увеличению деструктивной девиации в их сознании и поведении, а также устойчивой криминогенной ситуации в подростково-молодёжной субкультуре.

Психологам хорошо известно, что подростковый возраст характеризуется не только стремлением подростков к увеличению амплитуды своей свободы и независимости от взрослых, но и влечением к коллективному объединению. Именно в референтном подростковом объединении, субкультуре, социальной группе подросток реализует свои потребности в общении, самореализации и уважении, в которых часто именно сверстники становятся для него авторитетом и образцом для подражания и которые помогут своему ровеснику принять ответственность за свои решения и выборы в кризисной ситуации. Однако следует помнить предупреждение французского писателя Андре Моруа, что «школьные товарищи – лучшие

воспитатели, чем родители, ибо они – безжалостны» [10]. Безжалостность – это крайняя степень жестокости и деструктивного поведения.

В этой связи наряду с поднятой нами проблемой актуальным является скорейшее возрождение разрушенной системы социальной, психологической и специальной профилактики девиантного и противоправного поведения подростков и молодёжи, склонных к психологической зависимости. Эта система должна быть ориентирована на создание социально-психолого-педагогических условий, способствующих осуществлению профилактики деструктивного и аутодеструктивного поведения. Эта система должна быть направлена также и на создание реальных условий для полноценного и интересного досуга детей, подростков и молодёжи, развития у них

способностей в творческой, познавательно-образовательной, спортивной, художественной и иной деятельности, условий, адекватных новым реалиям развития действительно демократического, правового и цивилизованного государства.

Именно поэтому психологическая безопасность личности как носителя, создателя и транслятора культуры – безусловная ценность человеческого существования и одна из ее доминирующих потребностей, – требует к себе особого внимания в первую очередь патриотично настроенных чиновников и власти и прогрессивно ориентированной общественности, поскольку только при обеспечении личностной психологической безопасности могут быть реализованы и другие ценности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алмазов Б.Н. Социальное отчуждение (Психолого-педагогический аспект). М., 2010. 284 с.
2. Ибрагимов К.Р. Культура личности: факторы безопасности: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2011. 18 с.
3. Изменение личности человека при игровой зависимости от компьютерных игр. Психология зависимости и пугающая статистика [Электронный ресурс]. URL: <http://onevroze.ru/izmenenie-lichnosti-cheloveka-pri-igrovoj-zavisimosti-ot-kompyuternyx-igr-psixologiya-zavisimosti-i-pugayushhaya-statistika.html> (дата обращения: 10.03.2017).
4. Кавказский геополитический клуб [Электронный ресурс]. URL: <http://kavkazgeoclub.ru/content/siniy-kit-igra-s-dyavolom> (дата обращения: 25.02.2017).
5. Клейберг Ю.А. Неопределённость самоидентичности: девиантологический конструкт // Пензенский психологический вестник. 2015. № 1 (4). С. 166–180.
6. Клейберг Ю.А. Аксиоматика агонистического поведения молодёжи // Международный научный журнал. Символ науки. 2015. № 10. С. 242–244.
7. Клейберг Ю.А. Основы психологии девиантного поведения: монография. 2-е изд., доп. М., 2017. 231 с.
8. Клейберг Ю.А., Назаров О.В., Логинова В.В., Шогенов М.З. Профессиональный опыт социально-психологического исследования личности экстремиста. 2012. № 2. С. 130–145.
9. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1977. 304 с.
10. Моруа А. Письма незнакомке. М., 1998. 575 с.
11. Основы психологической безопасности [Электронный ресурс]. URL: http://www.bestmology.ru/blog/warrior/security_intro01.htm (дата обращения: 12.11.2015).
12. Снегирев В.А. Психология. Харьков, 1893. 700 с.

REFERENCES

1. Almazov B.N. Social estrangementn (Psychological and pedagogical aspect). Moscow, 2010. 284 p.
2. Ibragimov K.R. Culture of personality: factors of safety: abstract of PhD thesis in Psychological sciences. Moscow, 2011. 18 p.
3. *Izmenenie lichnosti cheloveka pri igrovoi zavisimosti ot komp'yuternykh igr. Psikhologiya zavisimosti i pugayushchaya statistika [Elektronnyi resurs]*. [The change in the personality of a gaming addicted person. Psychology of addiction and the frightening statistics [Electronic source].] URL: <http://onevroze.ru/izmenenie-lichnosti-cheloveka-pri-igrovoj-zavisimosti-ot-kompyuternyx-igr-psikhologiya-zavisimosti-i-pugayushhaya-statistika.html> (request date 10.03.2017)
4. *Kavkazskii geopoliticheskii klub [Elektronnyi resurs]*. [The Caucasian geopolitical club [Electronic source].] URL: <http://kavkazgeoclub.ru/content/siniy-kit-igra-s-dyavolom> (request date 25.02.2017)
5. Kleiberg YU.A. [The uncertainty of identity: deviantological construct]. In: *Penzenskii psikhologicheskii vestnik* [Penza psychological Bulletin], 2015, no. 1(4), pp. 166–180.
6. Kleiberg YU.A. [Axiomatic agonistic behavior of youth]. In: *Mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal. Simvol nauki* [The international scientific journal. Science symbol], 2015, no. 10, pp. 242–244.
7. Kleiberg YU.A. Fundamentals of psychology of deviant behavior. Moscow, 2017. 231 p.
8. Kleiberg YU.A., Nazarov O.V. and etc. [Professional experience socio-psychological research of the personality of extremist / Yu Kleeberg, O. V. Nazarov, V. V. Loginov, M. Shogenov Z.]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Psikhologicheskie nauki* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Psychology], 2012, no. 2, pp. 130–145.
9. Leont'ev A.N. Activity. Consciousness. Personality. Moscow, 1977. 304 p.
10. Morua Andre. Letters to a stranger. Moscow, 1998. 575 p.
11. *Osnovy psikhologicheskoi bezopasnosti [Elektronnyi resurs]*. [Foundations of psychological safety [Electronic source].] URL: http://www.becmology.ru/blog/warrior/security_intro01.htm (request date 12.11.2015)
12. Snegirev V.A. Psychology. Kharkiv, 1893. 700 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Клейберг Юрий Александрович – доктор психологических наук, доктор педагогических наук, профессор, академик РАН, профессор кафедры психологии труда и организационной психологии факультета психологии Московского государственного областного университета, президент Международной Ассоциации девиантологов;
e-mail: klab53@rambler.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Yury A. Klayberg– Doctor of Psychology, Doctor of Pedagogy, Professor, Academician of the Russian Academy of Natural Sciences, professor of Department of labor psychology, Faculty of psychology, Moscow State Regional University, President of the International Association of deviantologists;
e-mail: klab53@rambler.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Клейберг Ю.А. Психологическая безопасность юной личности: девиантологический концепт // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 107–119.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-107-119

FOR CITATION

Klayberg Yu. Psychological safety of a young personality: devianological concept. In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology*. 2017. no. 4. Pp. 107–119.
DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-107-119

УДК 159.9

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-120-136

ВОСПРИЯТИЕ ЦЕНЫ МОСКОВСКИМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Филинкова Е.Б., Селезнев В.Н.

*Московский государственный областной университет
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена недостаточно разработанной в психологии проблеме восприятия цены потребителями. Акцент сделан на восприятии цены москвичами, которые живут в огромном мегаполисе и достаточно часто воспринимают ценообразование как государственную политику. В статье показано, что в восприятии цены максимально проявляется влияние психологических факторов на покупательскую активность, таких эффектов, как уникальная ценность товара, сложность сравнения, разделение затрат на покупку, «цена-качество» и порядковые эффекты.

Ключевые слова: психология, поведение потребителя, принятие экономических решений, эффекты принятия потребительских решений, цена.

MOSCOW CONSUMERS' PERCEPTION OF PRICE

E. Filinkova, V. Seleznev

*Moscow Region State University
10 A, Radio Street, Moscow, 105005, the Russian Federation*

Abstract. The article is devoted to the problem of consumers' price perception, which is insufficiently developed in psychology. Emphasis is placed on the perception of price by the Muscovites who live in the vast metropolis and often perceive pricing as a state policy. The article shows that the influence of psychological factors on consumers' activities is maximal in price perception. Among such factors are such effects as: the effect of the unique value of the product, the complexity of comparison; cost-sharing the purchase order; "price-quality" and ordinal effects.

Key words: psychology, consumers' behavior, economic decision-making, effects of taking consumer decisions, price.

Постановка проблемы

Среди множества проблем психологии потребительского поведения одной из наиболее значимых для практики является проблема восприятия покупателем цены товара. В этой области в западной науке накоплено уже значи-

тельное число эмпирических данных, многие эффекты потребительского поведения детально изучены [3; 8; 10; 12]. В отечественной экономической науке долгие годы в связи с тем, что существовала государственная система ценообразования, в качестве основной

проблемы рассматривалась проблема формирования цен. Прикладные проблемы в области психологии экономического поведения не были в то время актуальны. Исследования особенностей потребительского поведения развернулись только в начале 90-х г. XX в. и были обусловлены прежде всего требованиями, идущими от субъектов рыночных отношений – производственных и торговых предприятий [7], банков [12], а в последнее время – образовательных организаций [5; 9].

Основной интерес экономистов и маркетологов в рамках проблемы психологии ценообразования сосредоточен, во-первых, на раскрытии феномена цены на уровне сознания рядового потребителя [2], во-вторых, на том, как управлять восприятием цены покупателем [5]. Экономисты исходят из предположения, что поведение отечественного потребителя мало отличается от поведения западного. В связи с этим нас интересовало, какова роль цены в принятии покупательского решения москвичом, как «работают» хорошо известные на Западе эффекты потребительского поведения на российской выборке.

Существует два главных фактора, влияющих на ценообразование: издержки производства и полезность блага. Если издержки производства определяются только экономическими (объективными) причинами, то полезность блага – и объективными, и субъективными. Связь между ценой и полезностью блага выражается прежде всего в том, что бесполезная для потребителя вещь не имеет цены. С другой стороны, чем выше полезность вещи, тем, как правило, выше ее цена [11].

Изучая факторы ценообразования, экономисты исходят из математических

моделей, описывающих в том числе и поведение потребителей. Математические модели ориентированы на описание поведения индивидуального потребителя, которого в соответствии с традицией, идущей еще от А. Смита, рассматривают как «экономического человека», изначально (генетически) предрасположенного к рациональному поведению, не зависящему от социального контекста. Психологической основой поведения «экономического человека» являются следующие особенности:

- принятие решений осуществляется только на основе рационального расчёта, точного соотношения своих прибылей и издержек;

- основная мотивация поведения – стремление к максимизации прибыли;

- рациональность поведения базируется на полной информированности индивида о возможностях удовлетворения своих потребностей;

- экономический «эгоизм», что означает стремление к удовлетворению своих потребностей (прежде всего в максимизации прибыли) независимо от влияния своего поведения на окружающих.

Считается, что «все действия потребителя в конечном счете направлены на то, чтобы максимизировать полезность, которую он может извлечь из своего дохода» [11, с. 13].

Детально экономическая модель поведения потребителя разработана в теории спроса. Существует зависимость объёма спроса (количества потребляемых благ) от цены блага, которая говорит о том, что с падением цены блага спрос на него растёт и наоборот. Изменение цены оказывает влияние на объем спроса двумя способами [11, с. 34–36]:

1) посредством изменения соотношения цен, что приводит к смещению спроса с одних товаров на другие – эффект замены;

2) посредством изменения покупательной способности потребителя, когда повышение или понижение реального дохода приводит к повышению или понижению спроса на товар – эффект дохода.

Для качественных товаров эффект дохода дополняет эффект замены, например, при заметном повышении цены покупатель в соответствии с моделью должен переориентироваться на аналогичный, но менее дорогой товар. Для некачественных товаров ситуация иная: эффект дохода в данном случае действует в противоположном направлении эффекту замены. При превышении эффектом дохода эффекта замены произойдет нарушение закона спроса, что означает увеличение количества потребляемого блага с ростом его цены и падение спроса с уменьшением цены блага. Это отступление от закона носит название «парадокса Гиффена».

Если экономическая теория обычно оперирует функциями спроса, где единственным переменным фактором-детерминантом поведения потребителя является цена, то в практике маркетинга чаще используются многофакторные модели. Эти модели исходят из «закономерностей рыночного поведения всех покупателей как единой группы» [6, с. 7]. Кроме цены товара, факторами, влияющими на спрос, являются: уровень активности рекламирования данного товара, численность, возрастная и семейная структура совокупности покупателей, процентная ставка потребительских кредитов, ограниченность возмож-

ности их получения, характеристика изменения вкусов потребителей, потребительские ожидания и уверенность потребителей в будущем. Маркетинговые модели, таким образом, учитывают не только экономические, но и социальные, и психологические переменные. Однако даже такое включение в модель поведения потребителей психологических переменных не гарантирует однозначной прогнозируемости потенциального спроса на новый товар. Связано это с тем, что существуют так называемые эффекты потребительского поведения, которые отклоняют поведение реального потребителя от поведения «экономического человека». Сами экономисты признают, что в большинстве случаев на поведение отдельного потребителя влияют различные субъективные факторы, учёт которых трудно поддаётся алгоритмизации. Обычно выделяют 10–12 факторов (в реальности их значительно больше), связанных с чувствительностью покупателя к уровню цены [6; 8]:

- эффект представлений о наличии заменяющих товаров;
- эффект уникальной ценности товара;
- эффект сложности сравнения;
- эффект разделения затрат на покупку;
- эффект «цена-качество»;
- эффект справедливости цены;
- порядковые эффекты (восприятия изображения цены, порядка предъявления цен, процентных различий в ценах и т. д.);
- эффект Веблена (престижного потребления);
- эффект сноба;
- эффект подражания большинству.

Эффект подражания большинству – увеличения спроса на товар при увеличении его цены – объясняется стремлением потребителя обладать тем товаром, которым обладает значимое для него большинство. Эффект сноба напоминает парадокс Гиффена: снижение цены товара вначале побуждает потребителя увеличить потребление товара, но при значительном росте рыночного спроса на товар он может сократить его закупки. Мотивацией такого поведения является стремление не быть как все, выделиться. Эффект престижного потребления, описанный Т. Вебленом, возникает при покупке благ, недоступных в связи с их высокой ценой для других потребителей. Престижное потребление, в качестве которого Т. Веблен приводил покупку модных товаров или товаров ручной работы, подчёркивает социальную значимость их владельца и направлено на удовлетворение потребностей в уважении и самоуважении. Эти три эффекта наиболее изучены экономистами, эффекты сноба и присоединения к большинству математически описаны, обоснованы и могут быть учтены в общей экономической модели поведения потребителя.

Нас же интересовали те эффекты поведения потребителей, которые, во-первых, наиболее часто встречаются в практике принятия решений о покупке и, во-вторых, максимально проявляются влияние психологических факторов на покупательскую активность, т. е. следующих эффектов: уникальной ценности товара, сложности сравнения; разделения затрат на покупку; «цена-качество» и порядковые эффекты.

Таким образом, **целью** настоящего исследования являлось изучение восприятия потребителями цены товара.

Восприятие мы понимали не только как субъективный образ предмета, но прежде всего как эмоционально-оценочное отношение к предмету.

Задачами исследования являлись:

- 1) изучение психологических факторов отношения к цене товара;
- 2) изучение взаимосвязи между особенностями отношения потребителей к цене и уровнем их дохода.

Основным методом исследования являлось стандартизированное интервью по специально разработанной программе.

Выборка исследования

В исследовании, проведённом весной 2004 г., приняли участие 60 человек, мужчин и женщин поровну, все жители г. Москвы. Возраст участников: 33% от 18 до 25 лет, 33% от 26 до 35 лет и 33% от 36 до 45 лет. Образование: 16,7% имеют среднее образование, 46,7% – среднее специальное или неполное высшее и 36,6% – высшее. По субъективному уровню доходов, который оценивался респондентами самостоятельно по семиуровневой шкале от очень высокого уровня до очень низкого уровня, респонденты распределились следующим образом: 6,7% респондентов отметили, что у них доход выше среднего уровня, средний уровень дохода имеют 30,0% ответивших, на доход ниже среднего указали 31,7% опрошенных, сочли свои доходы низкими и очень низкими, соответственно, 23,3% и 8,3% респондентов. Ни один из принимавших участие в исследовании не назвал свой доход высоким или очень высоким. Субъективная оценка респондентами своих доходов контролировалась вопросами о наличии и марке имеющегося у них автомобиля. В целом наблюдалось со-

ответствие между субъективной оценкой своих доходов и объективным их показателем, выраженным в наличии и относительной стоимости транспортного средства. Так, например, все респонденты, указавшие на доход выше среднего, сообщили, что владеют иномарками не старше 5 лет. Респонденты, которые сочли свой доход средним, отвечали, что в их распоряжении имеются отечественные автомобили не старше 3-х лет или иномарки старше 10 лет. Те, кто счёл свой доход низким или очень низким, автомобиля не имеют или имеют очень старый отечественный автомобиль.

Основные результаты исследования

Эффект уникальной ценности. Известно, что потребители тем менее чувствительны к цене товара, чем больше они ценят его уникальные характеристики. Фирмы расходуют очень большие средства на модификацию своего продукта с целью создать новые уникальные качества, которые оценит потребитель. Фирмы делают это потому, что чем больше покупатели ценят уникальный стиль продукта, его производительность, разнообразие функций, тем меньше для них зна-

чит надбавка к цене и тем меньше она влияет на принятие решения о покупке [8].

Респондентам предлагалось принять решение, какую цену они готовы заплатить за электрический чайник, обладающий рядом уникальных свойств, притом что указывалась средняя рыночная цена за обычный электрический чайник (2000 рублей).

Чуть более половины респондентов (60%) оценили предложенные уникальные свойства товара, что выразилось в готовности заплатить за товар не менее чем на 25% больше, чем среднерыночная цена. Наименее чувствительна к цене товара оказалась десятая часть респондентов (10,0%), которые готовы были переплатить более чем 1,5 раза за свойства товара, отличающие его от аналогичных предложений. Значительная доля респондентов (26,6%) не пожелала платить за товар выше рыночной цены, предпочитая покупать товар, несмотря на все его уникальные характеристики, по возможно более низкой цене. Очевидно, что в этом проявилась особенность выборки (а возможно, и российской ментальности), связанная со значительной долей респондентов с низким уровнем дохода (табл. 1).

Таблица 1

Проявление эффекта уникальной ценности (в % от опрошенных)

Цена товара (руб.)	1800	2100	2500	2800	3200
Количество респондентов, выбравших этот вариант	26,6	13,3	33,3	16,7	10,0

Найдена взаимосвязь между субъективной оценкой дохода и чувствительностью к уникальным свойствам

товара: чем выше уровень доходов, тем более покупатели ценят отличительные особенности товара и тем

меньшую роль играет ценовая надбавка в принятии решения о покупке ($r = -0,346$, $p < 0,01$). В целом эффект уникальной ценности товара проявляется в поведении потребителей, и его проявление весьма зависимо от уровня доходов этих потребителей.

Эффект сложности сравнения (эффект верности качеству). Концепция экономической стоимости предполагает, что потребители имеют возможность сравнения альтернативных вариантов. На самом деле покупателям довольно трудно сравнивать качества товаров или услуг до покупки. Например, решая приобрести стиральную машину-автомат, покупатель сталкивается с очень сложным выбором, поскольку в одной ценовой группе находятся 2–3 десятка товаров разных производителей. И если у покупателя нет никакой информации об особенностях эксплуатации этих стиральных машин, а есть только технические характеристики, которые приблизительно одинаковы у машин одного типа, он ориентируется прежде всего на известность марки, на репутацию произ-

водителя, которую нередко оценивает по свойствам (качеству, надежности и т. п.) других товаров, выпускаемых этим же производителем. Этот пример иллюстрирует эффект сложности сравнения: покупатели менее чувствительны к цене известного или имеющего репутацию производителя, если им трудно сравнить его продукцию с продукцией других фирм. Вместо того, чтобы искать наилучшую стоимость на рынке, многие потребители делают выбор в пользу товара того производителя, в котором они уверены. Психологическим механизмом приверженности потребителя определенному бренду или производителю является стремление избежать сложности принятия решения, сэкономив тем самым и физическую, и психическую энергию.

В нашем исследовании респондентам предлагалось выбрать стоматологическую клинику, причём варьировались две переменные: название стоматологической клиники и стоимость необходимой потребителю услуги (табл. 2).

Таблица 2

Проявление эффекта сложности сравнения (в % от опрошенных)

Название клиники и стоимость услуги	«Лига-плюс», 800 руб.	«Денто-Л», 1200 руб.	«Мастер-дент», 1700 руб.	«Стелла», 2000 руб.	«Клиника на Тверской», 2600 руб.
Количество респондентов, выбравших этот вариант	21,7	13,3	43,3	11,7	12,0

Следует сказать, что две стоматологические клиники из предложенных для выбора были вымышленными («Лига-плюс» и «Клиника на Тверской»), и две клиники («Денто-Л» и

«Стелла») являются малоизвестными. Только одна стоматологическая клиника «Мастердент» является в Москве хорошо известной благодаря рекламе и значительному количеству отделе-

ний. Результаты исследования показали, что эффект сложности сравнения проявляется у значительной части населения: около половины опрошенных (43,3%) выбрали наиболее известную фирму, притом что предложенная от имени этой клиники цена более чем в два раза превышает минимальную. Пятая часть респондентов (21,7%), очевидно, ориентировалось при принятии решения о выборе места получения услуги её ценой, поэтому и выбрали совершенно неизвестную фирму, но готовую предложить те же услуги за меньшие деньги. Потребители с относительно более высоким достатком чаще выбирали более дорогостоящие услуги в сравнении с потребителями с низким уровнем доходов (коэффициент корреляции между субъективной оценкой дохода и стоимостью услуги $r = -0,272$, прямая взаимосвязь, $p = 0,05$). Неизвестность фирмы, предлагающей самые дорогостоящие услуги, не повлияла на принятие решения каждым восьмым респондентом (12% от опрошенных), что, по всей видимости, говорит о проявлении эффекта «цена-качество».

Эффект «цена-качество». Если товар покупателю не известен, а также отсутствует возможность проверить качество товара до покупки, и потребителю недоступна какая-либо информация о товаре, кроме той, что на нем указана (например, нет возможности получить авторитетное мнение о товаре), зачастую решающим фактором, влияющим на мнение покупателя о качестве товара, является цена. Потребители чаще склонны приписывать товару с более высокой стоимостью более высокое качество, хотя «ценовое влияние на суждение о качестве не яв-

ляется статичным, а представляет собой динамичный феномен» [4, с. 200]. Ч. Адделл описал случай увеличения продаж автозапчастей, которое произошло только после того, как новый руководитель фирмы повысил цены на продукцию. Предыдущее руководство фирмы пыталось добиться роста объема продаж путём снижения цен и сильно занизило цены, которые, видимо, стали ассоциироваться с некачественными изделиями [1]. Соответственно, рост продаж был следствием позитивного изменения мнения покупателей о качестве продаваемых запчастей. Д. Статт приводит пример, что продажи нового воздушного пирожного были плохими до тех пор, пока компания не подняла на них цену до цены обычного пирожного. Покупатели не могли оценить качество ни одного изделия до покупки и хотели обезопасить себя, избегая дешевых продуктов, которые, по их мнению, имели больше шансов быть некачественными [10]. Таким образом, в основе стремления покупать более дорогой товар лежит мотивация снижения риска неудачной покупки.

Эффект «цена-качество» нами изучался с двух сторон. Во-первых, мы изучали представления потребителей о соответствии цены товара и его качества (табл. 3).

Чуть более половины респондентов (55%) выразили мнение, что либо всегда, либо чаще всего качество напрямую связано с ценой, при этом 35% участников исследования придерживаются противоположной точки зрения. Интересно, что на уровне тенденции существует связь уровня доходов и оценки соответствия цены качеству: потребители с более высо-

кими доходами чаще выражали согласие с тем, что чем дороже товар, тем выше его качество ($r = 0,231$, $p = 0,07$). На наш взгляд, это связано с тем, что, во-первых, потребители с относительно более высокими доходами привыкли покупать товары, стоящие дорого сами по себе, т. е. товары другой, более высокой ценовой группы, нежели потребители с более низкими доходами. Качество дорогостоящих товаров обеспечено в таком случае репутацией производителя, который, повышая цены на свою продукцию, одновременно заботится о её качестве. С другой стороны, потребители с различным уровнем доходов отличаются по предпочтению мест покупок: покупатели с относительно более высокими доходами указали, что предпочитают совершать по-

купки в универсамах и бутиках, в то время как подавляющее большинство респондентов с низкими доходами ответили, что покупки они чаще всего делают на рынках (коэффициент корреляции между уровнем доходов и предпочитаемым местом покупок $r = -0,309$, $p < 0,05$). Понятно, что владельцы магазинов заинтересованы в постоянной клиентуре, к тому же клиент, имеющий на руках товарный чек, защищён законом, поэтому продавец, скорее всего, не допустит в продажу откровенно некачественный или поддельный товар, который значительно проще реализовать на рынке. В совокупности это в значительной мере и объясняет более сильное проявление эффекта «цена-качество» у потребителей с относительно более высокими доходами.

Таблица 3

**Представления потребителей о соответствии качества и цены
(в % от опрошенных)**

Вы согласны, что чем дороже товар, тем выше его качество?	Доля респондентов
Да, качество напрямую связано с ценой	11,7
Скорее да, чаще всего так и бывает	43,3
Не знаю, не могу сказать	10,0
Скорее нет, качество редко бывает связано с ценой напрямую	16,7
Нет, цена от качества не зависит	18,3

Наряду с изучением представлений потребителей мы попытались выявить, как работает этот эффект в реальном поведении. Респондентам было предложено оценить, какие из представленных в ряду товаров являются, по их мнению, наиболее качественными. Было предложено два ряда товаров – продовольственный и непродоволь-

ственный. Особенностью продовольственного ряда товаров (предлагалось оценить качество макарон), являлось то, что все наименования, а также цены являлись вымышленными (любое совпадение с реальностью случайно). Все товары непродовольственного ряда (стиральные порошки) являлись хорошо известными на рынке (табл. 4).

Таблица 4

Проявление эффекта «цена-качество» (в % от опрошенных)

Ряд товаров			
Продовольственный (макароны)		Непродовольственный (стиральные порошки)	
Наименование товара и его цена	Количество респондентов, считающих этот товар наиболее качественным	Наименование товара и его цена	Количество респондентов, считающих этот товар наиболее качественным
«У бабушки», 7 руб.	1,7	«Dosia», 20 руб.	6,7
«Гурман», 14 руб.	23,3	«Миф», 26 руб.	18,3
«Рене», 20 руб.	16,7	«Sorti» 30 руб.	1,7
«Атлет», 34 руб.	13,3	«Ariel», 33 руб.	35,0
«Классика», 50 руб.	43,3	«Persil», 40 руб.	38,3

Заметное отличие в количестве выборов более качественных товаров бросается в глаза. В случае выбора наиболее качественного стирального порошка большинство сделало практически равный выбор между порошками «Persil» и «Ariel» (в совокупности 73% опрошенных), и еще 18% участников выбрали порошок «Миф». Нам представляется, что такое неравномерное распределение обусловлено наличием опыта использования этих моющих средств, а также массивной рекламой, которая не характерна для других стиральных порошков. Сказать однозначно о проявлении эффекта «цена-качество» в данном случае затруднительно.

Гораздо очевиднее результаты сравнения выборов среди товаров, покупателям неизвестных. Когда не было никаких других критериев оценки, кроме цены и названия, именно эти два фактора и являлись основаниями выборов. В случае отсутствия эффекта «цена-качество» результатом явилось бы нормальное распределение ответов с максимумом, соответствующим товару со средней ценой. В реальности среди

всех опрошенных 43% выбрали самые дорогие макаронные изделия, видимо, полагая, что цена, превышающая средний уровень более чем в два раза, соответствует очень высокому качеству, т. е. эффект «цена-качество» в поведении российских потребителей проявляется. Привлекательность названия как критерий оценки качества товара повлияла на выбор макарон «Гурман», и это несмотря на то, что их цена ниже среднего уровня. Нам представляется, что в таком выборе проявляется специфика российской ментальности, выражающаяся в стремлении вопреки поговорке судить о книге по обложке.

Между предпочтениями потребителей и их уровнем доходов выявлена предсказуемая взаимосвязь. Потребители с более высоким уровнем дохода предпочитают более дорогие товары. Эта тенденция проявляется и в отношении хорошо известных товаров ($r = -0,381$, $p < 0,01$, прямая корреляция), и в отношении неизвестных товаров ($r = -0,291$, $p < 0,05$, прямая корреляция).

Эффект разделения затрат. Потребители иногда пользуются услугами или

покупают товары, которые полностью или частично оплачиваются кем-то другим. Например, как правило, в крупных компаниях сотрудникам оплачивают до определённого предела использование сотовых телефонов, посещение спортзалов и т. п. В каждом случае, чем меньшую часть цены потребитель должен оплатить сам, тем менее он чувствителен к цене. Эффект влияния частичной или полной компенсации на ценовую чувствительность называется эффектом разделения затрат [8].

В нашем исследовании участникам предлагалось представить себе,

что они выиграли в турагентстве 20% скидку, которая распространяется на все имеющиеся в наличии туры. Все предложенные варианты значительно различались в цене. Подтверждением проявления эффекта разделения затрат был бы выбор наиболее дорогих туров, однако этого не наблюдается: большинство предпочло выбрать наиболее дешёвые туристические поездки, несмотря на то, что скидка в абсолютном выражении для двух наиболее дорогостоящих поездок равна или почти равна стоимости самого дешёвого тура (табл. 5).

Таблица 5

Проявление эффекта разделения затрат (в % от опрошенных)

Характеристика тура	Количество респондентов, выбравших тур
Турция, 7 дней, 500\$	28,3
Испания, 8 дней, 1000\$	33,3
Италия, 8 дней, 1500\$	20,0
Тунис, 10 дней, 2000\$	8,3
Мальдивы, 10 дней, 2500\$	10,0

Объяснение наблюдаемому распределению может быть дано двоякое. Во-первых, уровень доходов россиян пока еще очень низкий, поэтому далеко не каждый может себе позволить даже самую дешёвую поездку за границу. Соответственно, этим объясняется значительная доля тех респондентов, которые выбрали туры с наиболее низкой стоимостью.

Во-вторых, во время проведения опроса неоднократно высказывалось соображение, что в отношении туристической поездки цена является вторым по значимости фактором выбора тура, более важным фактором выбора оказывается страна, где будет проходить отдых. Это объяснение нахо-

дит свое подтверждение в результатах оценки потребителями степени важности различных факторов при покупке автомобиля. Наиболее важными с точки зрения принятия решения о покупке потребители сочли технические характеристики автомобиля, а цена оказалась на втором месте (см. последний раздел). Таким образом, можно констатировать, что ценовая чувствительность российских потребителей высокая, но не превышающая чувствительности к характеристикам товара или услуги. Возможно, именно этот фактор главным образом повлиял на то, что даже потребители с высоким уровнем доходов выбирали различные туры, предпочитая не экономить на скидках, что обуслови-

ло отсутствие проявления эффекта разделения затрат.

Восприятие процентных различий. Эмпирическими исследованиями выявлено, что потребители по-разному реагируют на одинаковое ценовое отличие различных товаров, если последние относятся к разным ценовым категориям. Опрос покупателей, которым предлагалось сэкономить 150 руб. на калькуляторе, показал, что если калькулятор стоит 450 руб., то 68% респондентов готовы съездить в другой магазин, чтобы сэкономить. Если же калькулятор стоит 3750 руб., только 25% респондентов готовы так поступить [6]. Эти результаты демонстрируют то, что покупатели склонны оценивать не абсолютную, а относительную ценовую разницу, т. е. для принятия решения о покупке важ-

нее процентное изменение цены относительно первоначальной, нежели её абсолютное численное различие.

Участникам нашего исследования предлагались две схожих ситуации покупки, в каждой из которых говорилось, что он (покупатель) уже приобрел некий товар, а затем узнал, что точно такой же продаётся в другом месте на 500 рублей дешевле. Спрашивалось, будет ли покупатель возвращать уже купленный товар, чтобы приобрести его за меньшую стоимость, если это связано с потерей времени и моральными издержками (табл. 6). Различие в ситуациях состояло в том, что в первом случае (ситуация 1) покупатель купил книжный шкаф за 8700 руб. (аналогичный стоил 8200 руб.), а во втором случае (ситуация 2) – брюки за 1300 руб. (аналогичные стоили 800 руб.).

Таблица 6

Восприятие потребителями процентных различий (в % от опрошенных)

Будете ли Вы возвращать уже купленный товар и приобретать новый в другом месте?	Количество респондентов, выбравших вариант ответа	
	Ситуация 1	Ситуация 2
Да	0	3,3
Скорее да	0	8,3
Не знаю, не могу сказать	3,3	10,0
Скорее нет	21,7	16,7
Нет	75,0	61,7

Большинство респондентов в обеих ситуациях (соответственно, 75,0% и 61,7%) повели бы себя сходным образом – отказались бы от возврата товара и поездки за аналогичным, но более дешевым, хотя в первой ситуации изменение цены составляет 5,7% от первоначальной, а во второй – 38,4%. Но сравнение результатов показало, что несмотря на внешнюю схожесть рас-

пределений, они значимо различаются по критерию Пирсона (хи-квадрат равен 10,17 при критическом его значении – 9,48), т. е. эффект восприятия процентных различий в поведении потребителей имеет место. Если бы не суровые дополнительные условия, оговоренные в случае возврата товара (моральные издержки и потеря времени), то, на наш взгляд, проявление

этого эффекта было бы более ярким, поскольку потребители часто не задумываются о нематериальных затратах, когда речь идёт о достижении материальной экономии.

Логично было бы предположить, что наиболее чувствительны к снижению цены будут потребители с низким уровнем доходов, поскольку для них реальная экономия в 500 рублей должна иметь существенное значение. Однако это оказалось не совсем так: из семи человек, ответивших, что они непременно вернут или скорее вернут товар за 1300 руб., чтобы купить аналогичный за 800 руб., один респондент имеет доход выше среднего уровня, четверо принадлежат к группе потребителей со средним доходом и оставшиеся два человека назвали свой доход ниже среднего уровня, но не низким, т. е. среди респондентов с низкими или очень низкими доходами не нашлось никого, кто счел бы необходимым сэкономить 500 рублей. Выявленная взаимосвязь между большей готовностью к достижению материальной экономии и более высокой субъективной оценкой дохода ($r = 0,252$, $p = 0,05$, прямая корреляция) наводит на мысль, что в условиях рыночных отношений более высокая оценка субъекта своих доходов связана не только с его умением зарабатывать, но и с умением тратить и экономить, и подтверждает большую адаптированность данного субъекта к рыночной ситуации.

Восприятие числового значения цены. Еще в начале XX в. американские психологи открыли, что восприятие цены идёт слева направо. Потребители, сравнивая две цены, например, старую и новую или цены двух продавцов, пытаются избежать вычисления разницы в ценах и просто сравнивают слева на-

право колонки чисел. Причём сравнение идет только до той колонки (разряда цифр), в которой наблюдается различие, поэтому так распространены цены, имеющие сплошь девятки в окончаниях.

Нас интересовало, работает ли это правило на российской выборке. Для этого потенциальным потребителям было предложено оценить, для какого из двух товаров сделана большая скидка. Было предложено две ситуации: первая – сравнить цены на относительно недорогие товары (фен и соковыжималку). Вторая ситуация – сравнение цен на более дорогие товары (мебель – кресло и тумба под телевизор).

Результаты подтверждают, что большинство потребителей, прикидывая скидку, сделанную на товары, ориентировались в данном случае не на процентную величину – иначе бы результаты в ситуациях 1–2 совпадали, а на цифры в численном значении цены. В самом деле, большинству кажется, что снижение цены более значительное в первой паре чисел, хотя абсолютная разница между парами в каждой из ситуаций одинаковая. Потребителей просили ответить на этот вопрос быстро (в реальной ситуации выбора товаров делается, как правило, только быстрая поверхностная оценка, что называется «на глазок»), поэтому две трети опрошенных, стремясь избежать расчётов, сравнивали числа, начиная с левой цифры. Так как 5 больше 3 на две единицы, а 7 больше 6 только на 1 единицу, кажется, что разница цен больше в первой паре. Сравнительный анализ показывает, что нет разницы в сопоставлениях дешевых и дорогих товаров и в том, и в другом случаях действует правило сравнения левых цифровых колонок (табл. 7).

Таблица 7

Восприятие потребителями числового значения цены (в % от опрошенных)

Ситуации, предложенные для оценки	Вариант снижения цены	Доля респондентов, выбравших этот вариант
Ситуация 1. В магазине бытовой техники распродажа: фен по цене 530 руб. теперь стоит 390 руб., соковыжималка по цене 790 руб. теперь стоит 650 руб. Для какого товара сделана более значительная скидка?	530–390	60,0
	790–650	40,0
	Не ответили	0
Ситуация 2. В мебельном магазине объявлено снижение цен: тумба под телевизор по цене 8900 руб. теперь стоит 7500 руб., кресло по цене 9300 руб. теперь продается за 7900 руб. Для какого товара сделана более значительная скидка?	9300–7900	61,7
	8900–7500	36,7
	Не ответили	1,6

Оценка общей ценовой чувствительности потребителей проводилась методом ранжирования различных характеристик дорогого (автомобиль) и среднего по цене (телевизор) товаров. Потребителям пред-

лагалось оценить степень важности каждой характеристики товара. Дополнительно оценивалась ценовая чувствительность покупателей при выборе места покупок продовольственных товаров (табл. 8).

Таблица 8

Оценка потребителями степени важности различных характеристик товаров

Характеристика товара	телевизор		Характеристика товара	автомобиль	
	Степень значимости			Степень значимости	
	Расчитанный ранг	Присвоенный ранг		Расчитанный ранг	Присвоенный ранг
Известность марки	3,03	1	Технические характеристики	2,27	1
Количество функций	3,48	2	Цена	2,98	2
Цена	3,50	3	Модель	3,42	3
Место производства	3,88	4	Место производства	4,03	4
Внешний вид	4,25	5	Наличие гарантии	4,43	5
Новизна модели	4,37	6	Престижность	5,15	6
Размер	5,25	7	Цвет	5,33	7

Поскольку в данном исследовании нас интересовало только, какое значение для покупателя при принятии решения о покупке имеет цена, мы не

стремились к унификации характеристик, стараясь в них учесть наиболее важные для каждого конкретного случая характеристики (табл. 9).

Таблица 9

Оценка потребителями степени важности различных характеристик продовольственного магазина

Характеристика магазина	Ранг	
	Рассчитанный	Присвоенный
Уровень цен	2,50	1
Близость к дому	2,97	2
Гарантированность качества продуктов	3,13	3
Ассортимент	3,43	4
Дружелюбие персонала	5,18	5
Отсутствие очередей	5,35	6
Часы работы	5,50	7

Анализ показывает, что цена как фактор покупки имеет большое значение для покупателей, ее значимость изменяется от первого места (при выборе продовольственного магазина) до второго-третьего (при покупке товаров средней и высокой ценовых групп). При этом ценовая чувствительность изменяется с переходом от более дешевых товаров к более дорогим: к товарам низкой ценовой категории ценовая чувствительность наиболее высокая, а к товарам более высокой ценовой категории ценовая чувствительность несколько снижается.

Между уровнем доходов и чувствительностью к цене связи не обнаружено, хотя определенная тенденция прослеживается: потребители с низким уровнем доходов придают цене большую значимость, чем потребители с более высоким уровнем доходов. Эта разница тем ощутимее, чем ниже уровень цен на товары. Например, ранг уровня цен среди других характеристик продовольственного магазина для низкодоходных потребителей равен 2,42, а для потребителей с доходом средним и выше среднего – 2,81. Однако имеющиеся различия не достигают уровня значимости.

Выводы

1. Значимость цены как фактора принятия решения о покупке у российских потребителей довольно высокая. При переходе от товаров низкой ценовой категории к товарам высокой ценовой категории ценовая чувствительность несколько снижается. Цена как фактор покупательского спроса имеет большее значение для потребителей с низким уровнем дохода. В то же время большую готовность к принятию решений, направленных на экономию материальных средств, продемонстрировали потребители с относительно более высоким уровнем дохода.

2. В восприятии значительной доли потребителей цена является показателем качества товара или услуги. В случае неизвестных товаров на цену как показатель качества ориентировались около половины участников исследования. Чем выше уровень дохода покупателя, тем чаще он считает, что цена прямо связана с качеством. Заметную роль в оценке качества товара играет его название.

3. Эффект «верность качеству» проявился в решениях половины респондентов, которые предпочитали выбирать услуги наиболее известной

фирмы. Выделяются две группы потребителей, для которых определяющим фактором выбора производителя товаров или услуг является его цена: первая группа – низкодходных потребителей, ориентирующихся на самые низкие цены, вторая группа – со средним или выше среднего доходом, ориентирующихся на самые высокие цены. Незнание производителя для этих групп потребителей имеет меньшее значение, чем цена.

4. Заметного влияния уникальной ценности товара на снижение ценовой чув-

ствительности большинства потребителей выявлено не было. Наиболее восприимчивы к уникальной ценности товара потребители с относительно более высоким доходом. Не выявлено также влияния на принятие решений потребителями эффекта разделения затрат в отношении дорогостоящих услуг, что, возможно, связано, во-первых, с общим низким уровнем благосостояния российских граждан, а во-вторых, с понижением значимости цены в сравнении с характеристиками товара или содержанием услуги для группы дорогостоящих товаров и услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адделл Ч. В чем сущность лидерства? Готовность к риску в рыночной экономике // Лидерство. Психологические проблемы в бизнесе. Дубна, 1997. С. 41–47.
2. Бердышева Е.С., Романова Р.И. Социальная архитектура рыночной цены: основы восприятия цен потребителями (случай Москвы) // Вопросы экономики. 2016. № 5. С. 127–150.
3. Блекуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. СПб., 2010. 943 с.
4. Волкова А.А. Влияние восприятия цен на восприятие качества // Теория и практика общественного развития. 2014. № 5. С. 199–201.
5. Гладких И.В., Светланова Ж.В. Управление процессом восприятия и оценки розничных цен покупателем // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2010. № 1. С. 87–118.
6. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. М., 2001. 558 с.
7. Марарица В.Ф., Оконешников П.Н., Оконешникова О.В. Типология маркетингового поведения покупателя по психологической модели принятия решения // Психология и экономика: труды 1-й Всероссийской конференции по экономической психологии. М. – Калуга, 2000. С. 215–217.
8. Нэгл Т.Т., Холден Р.К. Стратегия и тактика ценообразования. СПб., 2001. 576 с.
9. Рябчук П.Г., Демцура С.С., Гордеева Д.С. Восприятие и оценивание цен на образовательные услуги // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 1(18). С. 174–177.
10. Статт Д. Психология потребителя. СПб., 2003. 445 с.
11. Цены и ценообразование / под ред. В.Е. Есипова. СПб., 1999. 463 с.
12. Wuebker G., Engelke J., Koderisch M. Customer price awareness: psychology & pricing. 2008 Simon-Kucher & partners [Электронный ресурс]. URL: http://digital-economy.com/digital-pricing.org/psychology_pricing.pdf (дата обращения: 08.12.2017)

REFERENCES

1. Adell CH. [What is the essence of leadership? Willingness to take risks in market economy]. In: *Liderstvo. Psikhologicheskie problemy v biznese* [Leadership. Psychological issues in business]. Dubna, 1997. pp. 41–47.

2. Berdysheva E.S., Romanova R.I. [Social architectonics of market price: the basis of price perception by consumers (the case of Moscow)]. In: *Voprosy ekonomiki* [Economic issues], 2016, no. 5, pp. 127–150.
3. Blekuell R., Miniard P., Endzhel Dzh. *Povedenie potrebiteli* [Consumers' behavior]. Saint Petersburg, 2010. 943 p.
4. Volkova A.A. [The effect of price perception on quality perception]. In: *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development], 2014, no. 5, pp. 199–201.
5. Gladkikh I.V., Svetlanova ZH.V. [Managing the process of perception and evaluation of retail prices by the buyer]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 8. Menedzhment* [Bulletin of Saint Petersburg University. Series 8. Management], 2010, no. 1, pp. 87–118.
6. Lipsits I.V. *Kommercheskoe tsenoobrazovanie* [Commercial pricing]. Moscow, 2001. 558 p.
7. Mararitsa V.F., Okoneshnikov P.N., Okoneshnikova O.V. [Typology of marketing behavior of a buyer according to the psychological model of decision making]. In: *Psikhologiya i ekonomika. Trudy 1-i Vserossiiskaya konferentsiya po ekonomicheskoi psikhologii* [Psychology and Economics. Proceedings of the 1st all-Russian conference on economic psychology]. Moscow-Kaluga, 2000. pp. 215–217.
8. Negl T.T., Kholden R.K. *Strategiya i taktika tsenoobrazovaniya* [Strategy and tactics of pricing]. Saint Petersburg, 2001. 576 p.
9. Ryabchuk P.G., Demtsura S.S., Gordeeva D.S. [Perception and estimation of prices for educational services]. In: *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie* [The azimuth of scientific research: Economics and management], 2017, Vol. 6. no. 1(18), pp. 174–177.
10. Statt D. *Psikhologiya potrebitelya* [The psychology of the consumer]. Saint Petersburg, 2003. 445 p.
11. *Tseny i tsenoobrazovanie / pod red. V.E. Esipova* [Prices and pricing]. Saint Petersburg, 1999. 463 p.
12. Wuebker G., Engelke J., Koderisch M. Customer price awareness: psychology & pricing. 2008 Simon-Kucher & partners [Electronic source]. URL: http://digital-economy.com/digital-pricing.org/psychology_pricing.pdf (request date: 08.12.2017).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Филинкова Евгения Борисовна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной психологии, Московский государственный областной университет;
e-mail: Jane421@yandex.ru

Селезнев Владимир Николаевич – доктор психологических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, старший научный сотрудник научно-практической лаборатории проблем социализации Московского государственного областного университета;
e-mail: Jane421@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Eugeniya B. Filinkova – PhD in Psychology, associate professor, associate professor of the Department of Social Psychology, Moscow Region State University;
e-mail: Jane421@yandex.ru

Vlaimir N. Seleznev – Doctor of Psychology, professor, Honored Worker of Higher School of the Russian Federation, senior researcher of the scientific-practical laboratory of socialization problems, Moscow Region State University;
e-mail: Jane421@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Филинкова Е.Б., Селезнев В.Н. Восприятие цены московскими потребителями // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2017. № 4. С. 120–136.

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-120-136

FOR CITATION

Filinkova E.B., Seleznev V.N. Moscow consumers' perception of price. In: *Bulletin of Moscow Regional State University. Series: Psychology*. 2017. no 4. Pp. 120–136.

DOI: 10.18384/2310-7235-2017-4-120-136



ВЕСТНИК МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБЛАСТНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Научный журнал «Вестник Московского государственного областного университета» основан в 1998 г. Выпускается десять серий журнала: «История и политические науки», «Экономика», «Юриспруденция», «Философские науки», «Естественные науки», «Русская филология», «Физика-математика», «Лингвистика», «Психологические науки», «Педагогика». Все серии включены в составленный Высшей аттестационной комиссией Перечень ведущих рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по наукам, соответствующим названию серии. Журнал включен в базу данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

Печатная версия журнала зарегистрирована в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Полнотекстовая версия журнала доступна в Интернете на платформе Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), а также на сайте журнала (www.vestnik-mgou.ru).

ВЕСТНИК МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБЛАСТНОГО УНИВЕРСИТЕТА

СЕРИЯ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

2017. № 4

Над номером работали:

Литературный редактор Т.С. Павлова
Переводчик Е.В. Приказчикова
Корректор И.К. Глузунов
Компьютерная верстка А.В. Тетерин

Отдел по изданию научного журнала
«Вестник Московского государственного областного университета»:
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, офис 98
тел. (495) 780-09-42 (доб. 6101); (495) 723-56-31
e-mail: vest_mgou@mail.ru
сайт: www.vestnik-mgou.ru

Формат 70x108/16. Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Minion Pro».
Тираж 500 экз. Уч.-изд. л. 9,0, усл. п.л. 8,75.
Подписано в печать: 29.12.2017. Выход в свет: 30.01.2018. Заказ № 2017/12-15.
Отпечатано в типографии МГОУ
105005, г. Москва, ул. Радио, 10А