

утратившей своей актуальности по сей день является дифференциально-диагностический опросник Е.А. Климова. Его широкое применение обусловлено простотой проведения и интерпретации, а также возможностью сузить круг выбора профессии к определенному типу профессий приведенной в классификации автора: человек – живая природа, человек-техника, человек-человек, человек-знаковая система, человек-художественный образ.

Выводы. Таким образом, на каждом этапе профессионального становления личности происходит изменение ведущих механизмов детерминации профессиональной деятельности, новообразований в структуре личности, ее ценностей и целей. Происходит поиск ресурсов, склонностей и способностей при выборе профессии или же на изменение характера своего труда для успешной реализации своей профессиональной деятельности. В момент своего первого профессионального самоопределения личность находится в ситуации неопределенности, сомнений и кризиса, успешное преодоление которых способствует установлению собственного профессионального вектора и программы.

Список использованной литературы:

1. Зеер, Э.Ф. Психология профессий: учеб. пособие для студентов вузов / Э.Ф. Зеер. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 336 с.
2. Super, D.E. Toward a comprehensive theory of development / D.E. Super // Career development: Theory and practice [D.H. Montross, S.J. Shinkman, et al.]. – Springfield IL : Charles C. Thomas, 1992.
3. Маркова, А.К. Психология профессионализма / А.К. Маркова. – М.: Международный гуманитарный фонд «Знание», 1996. – 308 с.
4. Волянюк, Н.Ю. Теоретичні основи проблеми професіоналізації суб'єкта діяльності / Н.Ю. Волянюк // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка: зб. наук. праць. – 2002. – № 3.
5. Климов, Е.А. Психология профессионала / Е.А. Климов. – М.: Институт практической психологии; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. – 400 с.

Ковалев Д.А.

ВГУ имени П.М. Машерова, Республика Беларусь, г. Витебск

Магистрант

dim.covalev@yandex.by

УДК 159.9:316.6

ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМОВ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ У ПОДРОСТКОВ В ВОПРОСАХ ВИРТУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Статья посвящена особенностям проявления механизмов социальной перцепции у подростков в процессе общения с помощью социальных сетей. В статье дается краткий теоретический обзор ранее проведенных исследований данных процессов, приводятся полученные данные проведенного исследования среди детей подросткового возраста, которые регулярно используют социальные сети как средство общения. Также проведен анализ виртуальной идентичности подростков их настоящему образу.

Ключевые слова: перцепция, социальная сеть, механизмы, подростки, аватар, виртуальная идентичность.

FEATURES OF MECHANISMS OF SOCIAL PERCEPTION IN ADOLESCENTS IN MATTERS OF VIRTUAL IDENTITY

The article is devoted to the peculiarities of the manifestation of mechanisms of social perception in adolescents in the process of communication using social networks. The article provides a brief theoretical overview of previously conducted studies of these processes, and presents the

results of a study conducted among adolescent children who regularly use social networks as a means of communication. The analysis of virtual identity of teenagers to their real image is also carried out.

Keywords: perception, social network, mechanisms, adolescents, avatar, virtual identity.

Введение. Социальные сети – это удобный инструмент коммуникации, обеспечивающий обмен ресурсами, поиск контактов и, что самое главное, позволяющий создать виртуальную личность, обладающую особыми свойствами, влияющими на различные сферы ее жизни. В значительной мере меняется и общение виртуального человека. Общение в Интернете обладает такими особенностями, как возможная анонимность, специфический этикет и язык общения, возможность обдумывания ответов, отсутствие вербального контакта. Социальные сети помогают поддерживать отношения между людьми, искать новых друзей, получать интересующую респондентов информацию. Также пользователи социальных сетей могут подписываться на новости, вступать в группы по интересам. Благодаря социальным сетям в значительной степени расширяется круг общения, появляется возможность обмениваться мнением, обсуждать проблемы, заявить о себе многомиллионной аудитории. Социальные сети таким образом становятся необходимым инструментом коммуникации, оказывающим воздействие и на развитие личности, и на общество. Одна из актуальных практических задач, связанных с применением коммуникационных и информационных технологий, состоит в помощи детям и подросткам в выработке навыков межличностного восприятия, помогающих избегать манипуляторов, обманщиков, провокаторов, вербовщиков разнообразных (включая деструктивные) сект и т.п. Наиболее актуальным следует признать осуществление такой работы на начальных этапах вхождения детей и подростков в компьютерные социальные сети. Безопасное пользование новыми коммуникативными сервисами обеспечивается теоретическими и практическими знаниями в области социальной перцепции, опосредствованной компьютерными технологиями.

Уже давно поднимался вопрос о необходимости детального изучения социально-перцептивных процессов в рамках электронного общения. Однако социально-перцептивная сторона такого рода контактов редко становилась предметом специального исследования. В настоящее время все большее место в электронном общении занимают фото- и видеоматериалы. Поэтому изучение визуально-перцептивной стороны интернет-коммуникаций через изображения в виде аватаров является вполне логичным и интересным для рассмотрения вопросом. Изучая особенности социальной перцепции через призму аватаров как модельных виртуальных объектов следует упомянуть, что определенные характеристики аватаров оказывают воздействие на то, как участники электронного общения воспринимают конкретных людей, которых представляют эти аватары [1]. И для публичных персон, и для обычных людей социальные сети – существенный, нередко основной канал выстраивания репутаций, формирования и дополнения имиджа. Необходимым условием электронного общения является «решение задачи самоопределения, поиска идентичности». Восприятие и оценка конкретных участников социальных сетей другими участниками основывается на самопрезентациях, как правило, не чисто вербальных, а дополненных фото- и видеоизображениями, в том числе музыкальными вставками («любимая музыка»). Так конструируются сетевые идентичности. Но выстраиванием таковых идентичностей деятельность участников социальных сетей не ограничивается: одновременно происходит процесс анализа других участников (потенциальных или реальных «друзей»), и этот анализ не может быть охарактеризован иначе как совершение социально-перцептивных действий. В настоящее время наблюдается процесс стихийного становления социально-перцептивных действий в социальных сетях. Определенную пользу в их реализации оказывает доступный список «друзей» конкретного участника: желательно наличие среди них общего знакомого – репутация этого знакомого служит своего рода подтверждением корректности произ-

водимых действий по межличностному восприятию. При этом никогда нет уверенности в том, что лично не знакомый (в непосредственном общении) пользователь есть тот, за кого себя выдает: презентация может оказаться намеренно ошибочной или ернической, фотоматериалы могут вообще не относиться к автору презентации, биографические данные могут не совпадать с реальной биографией пользователя либо совпадать лишь частично. Каждый участник компьютерной социальной сети может иметь много аккаунтов, зарегистрированных для разных целей либо различающихся хронологически (напр., заброшенный и не закрытый аккаунт при наличии нового и активно используемого) или содержательно, т.е., по сути, задающих разные идентичности предъявляющего себя участника. По данным ВЦИОМ, не менее половины российских респондентов искажают в социальных сетях сведения о себе: от возраста, семейного положения, внешности и доходов вплоть до пола, политических и религиозных взглядов, музыкальных пристрастий и др. Исследователи из США обратили внимание, что в информационном массиве на сайтах знакомств усредненный вес тела, указываемый женщинами, на 3-9 кг ниже среднего веса для популяции американских женщин тех же возрастов; а вес, указываемый мужчинами, несколько превышает стандартный; рост, указываемый мужчинами и женщинами, также превышает средний для популяции. Можно предположить, что это делается в целях «приукрашивания» собственного образа. При выборе аватаров пользователи «ВКонтакте» мужского пола чаще искажают и корректируют информацию о себе, чем это делают пользователи женского пола [2]. При этом в Интернете «и юноши, и девушки в большей степени искажают информацию о себе друзьям противоположного пола, чем своего пола». Характерные для обоих полов искажения в самопрезентации означают попытку воздействовать на социально-перцептивные процессы, осуществляемые другими участниками социальных сетей (ни их количество, ни персональный состав не могут быть изначально определены, хотя по прошествии определенного времени они могут быть фиксированы).

Самое существенное состоит в том, что в электронном общении имеются немалые возможности управления социально-перцептивными процессами механизмов социальной перцепции партнера/партнеров. Управление осуществляется посредством выстраивания собственного образа, который презентуется прежде всего в виде текстов, дополненных изображениями и аудиофайлами. В социальных сетях можно видоизменить или «приукрасить» биографию, добавив себе жизненного опыта, умения и компетенции вместе с мудростью, отзывчивостью и задушевностью, либо (как вариант) представить себя несправедливо пострадавшим рецидивистом. Найти подходящий аватар, отобрать и «отфотошопить» фотографии – нетрудно. Самопрезентацию часто дополняют элементами некоторых культурных кодов – сведениями о предпочитаемых музыкальных произведениях, их авторах или группах исполнителей, а также о привлекательных медиаперсонах, кинофильмах или книгах. Возможность управления социально-перцептивным процессом других участников социальных сетей открывает каналы для манипуляций; в этой сфере за сравнительно короткое время возникла новая терминология, например флейминг (грубость, оскорбления, переходящая «на личности» неаргументированная критика), троллинг (агрессия, издевка, подстрекательство, «подначивание»), кибербуллинг (систематическая травля, провоцирование и терроризирование – обычно соученика, соседа или сослуживца – посредством Интернета), кибермоббинг (то же самое, осуществляемое группой людей).

Материал и методы. Изучение особенностей механизмов социальной перцепции у подростков проводилось на базе ГУО «Средняя школа №45 г. Витебска». В исследовании приняли участие 40 детей подросткового возраста, которые являются активными участниками социальных сетей. Они дважды (с длительным перерывом) проходили опрос по выбранной методике: сначала с нейтральной инструкцией, а затем с инструк-

цией «оценить представленные утверждения от лица своей виртуальной личности, как она представлена в социальной сети». В исследовании были использованы следующие методики: упрощенный вариант опросника «Аспекты идентичности» (Дж. Чик, Тропп).

Результаты и их обсуждение. Результаты первого заполнения опросника признавались соответствующими реальной идентичности интервьюируемого, а результаты второго заполнения – его или ее сетевой (виртуальной) идентичности. Данный опросник позволяет выявить какие ориентации идентичности отражают значимость разных измерений в понимании себя, самоопределении. Показатели идентичности в реальности и в сети представлены на рисунке 1. Имеется ряд значимых различий. Они состоят в том, что показатели личной, реляционной и особой идентичности в реальности оказались значимо выше, чем в сети. Различия в остальных видах идентичности (социальной, коллективной, поверхностной) оказались незначимыми, т.е. результаты в сети и в реальности оказались сходными, что говорит в пользу социально-коммуникативной роли сети в жизни испытуемых и сращивания идентичности себя в реальной и в сетевой среде в этих аспектах. С другой стороны, значимые различия по личной, особой и реляционной идентичности демонстрируют неполную идентификацию себя реального и себя в сети, когда дело касается личностно важных и интимно-доверительных сторон.

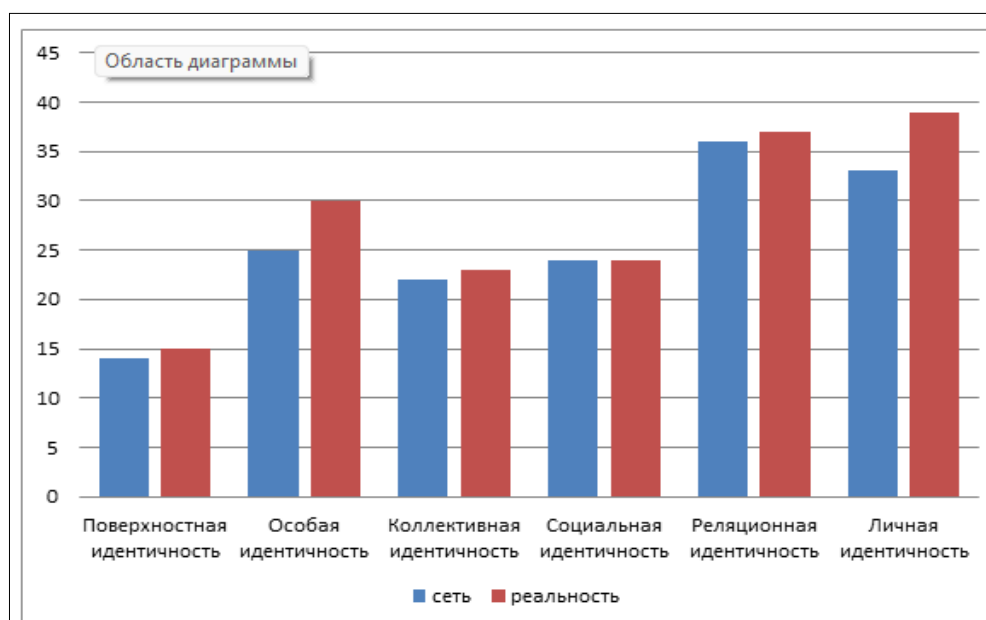


Рисунок 1 – Оценка средних показателей по идентичностям в сетевой и в реальной среде

Личная идентичность в понимании создателей методики «Аспекты идентичности» определяет значимость ценностей и норм, мыслей и чувств, планов и жизненной перспективы, общую оценку своей личности с точки зрения ее непрерывности, самоидентификации, отличия от других. У всех анкетированных показатели ориентации на личную идентичность в реальности были выше, чем аналогичные показатели сетевой идентичности. Несмотря на более высокие оценки личной идентичности в реальности у всех респондентов, значимые различия между ними получены лишь по параметру пола. А именно у девушек оценки собственной идентичности в сети и в реальности значимо различались, чего не наблюдалось у парней, где не было выявлено значимых различий. Исследователи нередко отмечают значимую положительную корреляцию личной идентичности с потребностью в переживании собственной уникальности, ориентацией на внутренние стандарты поведения. Личную идентичность отражают наиболее индиви-

дуальные, не всегда существенные для других людей понятия и установки. Вероятно, снижение показателей по этой шкале для сетевой идентичности может говорить о меньшей значимости для самоопределения в Интернет-пространстве ценностно-смысловых и интимно личностных аспектов личности. Данное обстоятельство рефлексруется многими респондентами и находит отражение в ходе интервью. Так, достаточно часто звучало представление о том, что «единственное, чего нельзя узнать о человеке в Сети, так это то, какой он на самом деле». Ограничение выкладывания личной информации становится одним из определяющих в процессе выбора информации для сети. Кроме того, в вопросы, касающиеся личной идентичности, входит оценка значимости того, как человек справляется со своими страхами, тревогами, другими переживаниями. Однако пространство социальной сети не предъявляет требований к этой стороне психической жизни, зачастую, напротив, становясь каналом эмоциональной разрядки. Более того, респонденты отмечали специфику эмоционального самопроявления в связи с фактором дистанцированности. Реляционная идентичность ориентирована на оценку значимости межличностных отношений, прежде всего с близкими людьми, с которыми установились «заботливые», «участливые», «глубокие» отношения. Как уже отмечалось, показатели реляционной идентичности в реальности превышают показатели в сети. Ориентация на отношения в сети ниже соответствующих показателей для реальности говорит о том, что социальные сети располагают скорее к поверхностному общению. Однако все респонденты без исключения, описывая свою реакцию на противоречащую собственному опыту информацию о пользователе социальной сети, ставили ее в зависимость от степени близости с этим пользователем. Возможно, высокие показатели значимости для самопонимания ориентации на реляционную идентичность также связаны с подчеркиванием значения близких отношений и связанных с ними ценностей вне зависимости от особенностей сетевого или реального контекста. В интервью респонденты часто противопоставляли реальные и сетевые отношения. Интернет-пространство вносит вклад в конструирование личности другого. Этот процесс, вероятно, во многом является проективным и опирается на аспекты личной идентичности: собственные ценности, мечты, надежды, представления. Показательно, что одним из частых типов реакций на странности материала на страничке другого человека в социальной сети была субъектно-ориентированная установка, выражавшаяся, в частности, в попытке реконструкции «Я реального» через «Я воображаемое», в стремлении понять психическую реальность другого, стоящую за той или иной самопрезентацией. Анонимность, дистанцированность и многие другие факторы, специфичные для Интернета, создают в определенной степени «проективную» ситуацию. Социальная идентичность, как отмечалось выше, связана со значимостью социальной оценки для каждого из нас; включенные в соответствующую шкалу вопросы направлены на оценку репутации, привлекательности внешности, характеристик поведения. Для социальной идентичности различия показателей между реальностью и сетью не являются значимыми: они практически совпадают. Можно было бы ожидать снижения показателей социальной идентичности в сети. Ведь многие респонденты подчеркивали свободу сложившегося в сети образа от социальных оценок. Именно в плане взаимодействия и отношения к другому у значительной доли респондентов проявлялось отличие поведения в сети от поведения в реальности. С другой стороны, эта возможность независимости от внешней «предрешенной» оценки соседствует с другим важнейшим фактором – обратной связью, которую в изобилии могут получать пользователи в Интернет-пространстве. Некоторые респонденты с чувством недоумения констатировали свое стремление к получению внешней оценки в сетях или на форуме. Обилие социальной оценки на самые разные проявления индивидуальности, на всевозможные эксперименты с собственной идентичностью является одной из наиболее значимых причин использования социаль-

ных сетей в подростковом и юношеском возрасте. Коллективная идентичность отражает переживание субъектом непосредственной принадлежности к большим и малым группам – к семье, расе, религиозной конфессии, политическим объединениям, включая государственные. Средние показатели коллективной идентичности в сети оказались незначимо выше, чем в реальности, что может отражать широкие возможности принадлежности к разным группам. Некоторые респонденты отмечали и факт использования социальных сетей как средства усиления чувства принадлежности. Интересно, что юноши демонстрируют явное преобладание показателей коллективной идентичности в реальности над соответствующими показателями в сети. Поверхностная идентичность является дополнительной шкалой, составным показателем, в который входят 3 пункта шкалы специальной идентичности и 2 пункта шкалы социальной идентичности. Она отражает степень значимости поверхностных характеристик Я, непосредственно воспринимаемых другими людьми (пол, возраст, внешность, привлекательность для других). На уровне тенденции, есть различие между поверхностной идентичностью в реальности (выше) и идентичностью в сети (ниже) у юношей. Почти все респонденты придают меньшую значимость данным индивидуальным характеристикам в сети в сравнении с реальностью. Это представляется логичным. Однако интересно, что у младших по возрасту анкетированных средние показатели поверхностной идентичности в реальности ниже, чем в сети. Возможно, для юношей подросткового возраста большая субъективная значимость своего физического образа в сети, чем в реальности, связана с задачей справиться с происходящими в этот момент в организме перестройками, телесными изменениями. Именно в сетевой реальности есть все возможности инвертировать параметры социальной категоризации, избавившись от индикаторов внешнего облика и социального статуса, «преодолев» свою телесность и «убежав из собственного тела». Интернет-пространство позволяет экспериментировать и преобразовывать базисные основания личности, ее телесность. Таким образом, применение опросника «Аспекты идентичности» вскрывает нечто противоречащее вербальным высказываниям и убеждениям множества пользователей социальных сетей: согласно этим убеждениям, люди в сети выступают едва ли не во всей своей телесности и, во всяком случае, психологически отделимы от самих пользователей. Между тем проведенное исследование показывает, что применительно к сетевой идентичности это не совсем так. Данный вывод заслуживает дальнейшего углубленного исследования с участием пользователей социальных сетей.

Заключение. Формирование собственной идентичности представляет собой один из наиболее важных процессов в ходе подросткового возраста. Развитие информационных технологий привело к возникновению принципиально нового специфического контекста для экспериментов с собственной идентичностью и формированием образа Я. Шкала «Аспекты идентичности» зарекомендовала себя как перспективный измерительный инструмент для анализа различий между реальной и сетевой идентичностью. Это можно отнести за счет того, что данная шкала включает значительное количество субшкал, многие из которых – во всяком случае, применительно к социальным сетям – значимо отличают идентичность в условиях реальности от идентичности в сети. Показатели по разным шкалам идентичности имеют существенные отличия друг от друга в условиях «Сеть» и «Реальность». Если показатели личной и специальной идентичности (отражающие индивидуальные и индивидуальные особенности) в реальности превышают таковые в сети, то остальные показатели обнаруживают вариации. Обращают на себя внимание в среднем более высокие показатели сетевой идентичности для шкалы социальной идентичности. Рассмотрены возможные параметры, способствующие возникновению различий в оценках идентичности в сети и в реальности, среди которых как анонимность, дистанцированность, вариативность индивидуальных характеристик личности и

др., так и более частные (специфика эмоционального контакта в сети, усиление принадлежности к референтной группе и др.).

Список использованной литературы:

1. Белинская, Е.П. Психология интернет-коммуникации / Е.П. Белинская. – М.: МПСУ; Воронеж: МОДЭК, 2013.

2. Погонцева, Д.В. Самопрезентация в киберпространстве / Д.В. Погонцева // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2012. – № 2(4). – С. 66–72.

Косаревская Т.Е.

ВГУ имени П.М. Машерова, Республика Беларусь, г. Витебск

Доцент, кандидат психологических наук

kos_tat@rambler.ru

Мамась А.Н.

УЗ «ВБХМТИ», Республика Беларусь, г. Витебск

Доцент, кандидат медицинских наук

Ткач М.Г.

ВГУ имени П.М. Машерова, Республика Беларусь, г. Витебск

Аспирант

УДК 159.923.2-056.26

ЛИЧНОСТНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ РЕАБИЛИТАЦИИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ФИЗИЧЕСКИМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

В статье рассматриваются психологические характеристики лиц с ограниченными физическими возможностями. Исследование жизнестойкости и ее компонентов подтверждает значимость этой характеристики для сохранности здоровья и психологической реабилитации личности в условиях инвалидизирующего заболевания.

Ключевые слова: реабилитационный потенциал, психологическая реабилитация, социально-психологические детерминанты, индивидуально-личностные характеристики, лица с ограниченными физическими возможностями.

PERSONAL DETERMINANTS OF REHABILITATION OF PERSONS WITH DISABILITIES

The article discusses the psychological characteristics of people with disabilities. The study of resilience and its components confirms the importance of this characteristic for the preservation of health and psychological rehabilitation of the individual in the conditions of a disabling disease.

Keywords: rehabilitation potential, psychological rehabilitation, social and psychological determinants, individual and personal characteristics, physically disabled people.

Введение. В контексте современного понимания развития личности в ситуации инвалидизирующего заболевания важной является проблема *психологической реабилитации человека*, ведь от ее успешности зависит, сможет ли человек преодолеть сложности социальной адаптации. На данный момент нет общепринятого определения понятия «психологический реабилитационный потенциал» и единой модели компонентного состава данного понятия. Несмотря на то, что в практической деятельности психологов, работающих в системах медико-социальной экспертизы и реабилитации, определение уровня психологического реабилитационного потенциала имеет большое значение, процесс этот носит в значительной степени интуитивно-эмпирический характер. Имен-