

-
- ских наук: 19.00.13 / Васильева Л.Н.; [ГОУ ВПО «Костромской государственный университет им. Н.А. Некрасова»]. – Кострома, 2010. – С. 3–5.
5. Матвеев, В.Ф. Основы медицинской психологии, этики, деонтологии: учебное пособие / В.Ф. Матвеев. – М.: Медицина, 1989. – С. 5–57.
6. Петровская, Л.А. Компетентность в общении / Л.А. Петровская. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – С. 48–112.

СУБЪЕКТИВНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА РАБОТНИКА БУТИКА

Н.С. Пашук, В.Н. Гайда

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь

Для молодых людей, только что окончивших школу, предел мечтаний – поступить в вуз и приобрести желанную профессию. В данный период потребность в получении образования и выборе профессии является самой важной ценностью, занимающей первое место в системе ценностей. Наивысшую ценность в этой потребности занимают социально-психологические качества личности в контексте выбранной профессии.

По мнению Т.Н. Андреевой, репрезентация образа регулируется идеальным образом респондента. В создании этого образа участвуют следующие факторы: предшествующий опыт общения личности, эталоны родительской семьи и распределение в ней ролей, профессиональный статус и имидж, литературные прообразы, социальные стереотипы и идеалы ближайшего окружения.

То, каким образом осуществляется этот выбор, интересовало многих исследователей. Собственно теории репрезентации образа «Я-концепция» наиболее разработаны в зарубежной социальной психологии и представлены тремя основными моделями: модель фильтров, модель максимизации выгоды, модель дополнителности. Общим для перечисленных теорий является то, что все они базируются на принципе социально-культурной гомогамии, а механизм построения образа рассматривается как «система фильтров».

Механизм репрезентации образа происходит через реализацию четырех последовательных, взаимосвязанных процессов.

1. Установление взаимосвязи. Имеется в виду легкость общения между людьми, иными словами – насколько «в своей тарелке» они чувствуют себя в обществе друг друга. Это зависит как от социально-культурных факторов (социального класса, образования, религии, стиля, воспитания), так и от индивидуальных способностей человека вступить в контакт с другими людьми.

2. Самораскрытие. Ощущение взаимосвязи с другим человеком рождает чувство расслабления, доверия и облегчает раскрытие себя перед другим. Здесь также большое влияние оказывают социально-культурные факторы.

3. Формирование взаимной зависимости. Постепенно у мужчин и женщин возникает и развивается система взаимосвязанных привычек, появляется чувство необходимости друг другу.

4. Реализация основных потребностей личности, какими, по мнению А. Рейса, являются потребности в любви, доверии, стимуляции кем-либо амбиций и др. Развитие чувства любви (к труду, людям) идет в направлении от первого процесса к четвертому. Безусловно, что пропуск одного из них негативно сказывается на развитии или стабильности этих отношений.

Итак, мы понимаем образ как субъективное отражение предметов и явлений объективной действительности.

Исходя из работ многих исследователей, можно выделить три основных уровня психического отражения: сенсорно-перцептивный, представленческий и речемыслительный. Образное отражение даже на своем исходном, сенсорно-перцептивном уровне, не является зеркальной копией внешних событий, повторяющих их шаг за шагом, элемент за элементом. Это тем более относится к уровням представлений и речемыслительных процессов.

Существенная особенность психического отражения состоит в том, что оно является, как убедительно показал П.К. Анохин, опережающим.

Таким образом, образное отражение всегда включает момент антиципации (предвидения, предвосхищения). Но для разных его уровней дальность антиципации различна. Возможности антиципации сенсорно-перцептивного уровня ограничены рамками актуального действия, выполняемого человеком в данный момент.

В работе решался ряд социально-психологических детерминант, в том числе и особенности репрезентации образа работника бутика у школьников и людей с профессиональным статусом (со стажем работы).

Для проведения экспериментально-психологического исследования были использованы: методика диагностики межличностных отношений, методика самооценки личности, методика оценки уровня притязаний личности.

В результате исследования сделаны следующие выводы: репрезентацию образа, учащиеся и люди со стажем представили примерно аналогичным собственному образу – Я, но с известным их преувеличением в сторону большей мужественности или женственности, но при этом выявлены значимые различия в требованиях у двух экспериментальных групп, предъявляемые к образу работника бутика.

Школьники репрезентируют образ будущего работника бутика, опираясь на властно-лидирующие, прямолинейно-агрессивные, сотрудничающе конвенциональные характеристики. Люди со стажем больше значение придают независимо доминирующим, сотрудничающее-конвенциональным, ответственно великодушным качествам. Следовательно субъективная репрезентация образа работника бутика различна у двух групп респондентов ($t = 3,734; p = 0,0001$), ($t = -2,005; p = 0,48$), ($t = -2,356; p = 0,021$), ($t = -1,866; p = 0,066$), ($t = 1,984; p = 0,51$), ($t = 3,119; p = 0,003$).

Качественный анализ полученных данных позволил выявить корреляционную связь между самооценкой и уровнем притязаний школьников ($r = -0,330, p \leq 0,05$) – оценка своего потенциала, ($r = -0,362, p \leq 0,05$) – намеченный уровень мобилизации усилий, чего не установлено в другой экспериментальной группе.

Исходя из проведенного исследования, было выявлено, что уровень самооценки школьников влияет на их уровень притязаний, но не формирует представление об образе будущего работника. У людей с профессиональным статусом же уровень притязаний значительно выше, чем у школьников, но значимых различий между самооценкой, уровнем притязаний и образом также не выявлено. Следовательно, предположение о том, что самооценка и уровень притязаний влияют на репрезентацию образа работника бутика не подтверждается.

Полученные данные репрезентации образа мужчин и женщин также имеют различия: женщины при оценке значимых социально-психологических качеств мужчины-работника на первые места ставят честность, скромность, красоту-привлекательность, чистоплотность, воспитанность, образованность, широту взглядов, чуткость, правдивость, искренность, умеренность в употреблении спиртного(табака). Мужчины при оценке значимых социально-психологических качеств женщины-работника бутика отмечают силу-выносливость, самообладание, самокритичность, независимость, уважение к людям, трудолюбие. Эти данные не означают, что мужчины и женщины существенно расходятся в своих представлениях о социально-психологических качествах работника бутика.

Литература

1. Бодалев, А.А. Общая психодиагностика / А.А. Бодалев, В.В. Столин. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 304 с.
2. Захарова, А.В. Исследование самооценки младшего школьника в учебной деятельности / А.В. Захарова, Т.Ю. Андрушенко // Вопросы психологии. – 1980. – № 4. – С. 90-99.
3. Савонько, Е.И. Оценка и самооценка как мотивы поведения школьников разного возраста / Е.И. Савонько // Вопросы психологии. – 1969. – № 4. – С. 107-116.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

С.Е. Покровская, Н.А. Баркан

Белорусский государственный педагогический университет имени М.Танка, г. Минск, Беларусь

Белорусский государственный технологический университет, г. Минск, Беларусь

Pokrovskaya_S@mail.ru

Совершая профессиональное самоопределение, юноши и девушки создают систему, которую условно можно назвать «личность и профессия», в ней складываются как субъектно – объектные, так и объектно-объектные отношения. Областью пересечений, по мнению авторов, и является профессиональная направленность личности, которая отражает не только весь спектр отношений к профессии, но также и к профессиональной деятельности, к труду, к людям и к себе. Когда выбор будущей профессии совершается личностью самостоятельно, можно говорить, что в системе «личность и профессия» развиваются субъектно-объектные отношения. В других случаях, если личность со-