

в деятельности, менее испытывает тревогу, независимо от силы угрожающего фактора.

Таким образом, знание защитных механизмов, их комплексов, стратегий их использования необходимо для создания социальной психологии личности и для понимания путей адаптации личности к социальным ситуациям. Не менее важно изучение тревожности, которая также возникает в типичных фрустрирующих ситуациях. То есть изучение данной взаимосвязи необходимо для понимания адаптивных психических процессов человека, осуществляемых им в различных проблемных ситуациях.

Е.С. Сорокина
г. Екатеринбург, РГППУ

Психология общения

Основа психологии общения – это способность выделять моменты эффективного проведения переговоров, бесед и применять его на практике, быть психологически грамотным при беседе, формирование системы знаний об эффективном, партнёрском общении.

Проблема проведения беседы неоднозначна, поэтому в наше время изучение психологии общения весьма актуально. За последние годы психология общения стала предметом изучения многих наук. Ею занимаются и философы, и социологи, и экономисты, и юристы, и педагоги.

Общение – это сложный, многоуровневый процесс установления и развития отношений между людьми, который представляет собой обмен информацией, восприятие и понимание человеком другого человека. И помогает в этом процессе человеку знания основ психологии (Определение психологов).

Общение — сложный информационный механизм взаимодействия социальных субъектов (личностей, групп, социальных слоев и т.п.), возникающий из потребности совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, разработку принципов и стратегии взаимодействия (Определение социологов).

Общение сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга (Определение педагогов).

В повседневных жизни между людьми зарождаются различного рода отношения, такие как любовь, дружба, партнёрские отношения, и в основе всех этих отношений лежит психология общения. Процесс психологии отношений необхо-

дим человеку для приобретения собственной индивидуальности, признания в обществе и подтверждения своей значимости. В наши дни большое количество книг и статей посвящается психологии общения, однако до сих пор остается очень много аспектов психологии общения, которые не изучены на достаточном уровне.

Что говорит психология общения о проявлении творчества в общении? Безусловно, оно есть. Общение дает человеку новый импульс, радость, наслаждение, которые помогают человеку справиться со скукой, рутинной бытовой жизни, поднимает его на новые высоты и уровни в его профессиональной деятельности.

Однако проблемы общения как таковой не существует. Обычно человек, который говорит о том, что адекватно выразить себя в момент беседы с другим человеком или в группе людей, скованность мешают ему понимать партнера по этому процессу, наверняка имеет в своем подсознании отчетливое нежелание общаться с другими людьми. Причины такого подсознательного нежелания вступать в контакт с другими людьми могут быть самыми разными: детская психологическая травма, неуверенность в себе и т.д. Каждая из этих причин достаточно для того, чтобы создать человеку препятствия для адекватного общения – не только с посторонними, но и с самыми близкими людьми.

Деловое общение — это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. В наше время между людьми стали преобладать деловые отношения и, следовательно, деловое общение. Поэтому людей все больше интересует эта сфера.

Общение – это основная деталь отношений между людьми. Эта отрасль психологии и других наук раньше не рассматривалась с таким вниманием, как в наше время, поэтому интересно было бы знать, какие вопросы она изучает, какие цели ставит перед собой. Возможно узнать что-то больше о межличностных взаимоотношениях и применить знания на практике.

И.В. Фефелова, О.А. Рудей
г. Екатеринбург, РГППУ

Психосемантический анализ профессиональных стереотипов

Представление о собственной и других группах, в том числе профессиональных, имеет большое значение в регуляции межгруппового взаимодействия. Однако вопрос о том, каково

содержание межгрупповых представлений и почему многие из них отмечены печатью стереотипности, остается нераскрытым.

Являясь универсальным механизмом межгруппового восприятия, стереотипизация актуализируется на любом уровне: этническом, расовом, возрастном, профессиональном. Р. Таджури понимает под социальным стереотипом «склонность воспринимающего субъекта легко и быстро заключать воспринимаемого человека в определенные категории в зависимости от его возраста, пола, этнической принадлежности, профессии, и тем самым приписывать ему качества, которые считаются типичными для людей этой категории».

Исследуя профессиональные стереотипы, А.А. Теньков пришел к выводу о том, что стереотипы усваиваются с того момента, как только человек начинает идентифицировать себя с группой, в полной мере осознавать себя ее членом. Степень адаптации в новых условиях прямо связана с успешностью овладения стереотипами новой группы. По данным В.С. Агеева и А.А. Тенькова, уже к середине первого курса студенты различных факультетов имеют целостные представления о собственной и других группах, в которых отражаются устойчивые профессиональные стереотипы (представления о «типичных» психологах, биологах и т.д.). Результаты проведенных данными авторами исследований сводятся к следующим положениям. Во-первых, содержание межгрупповых представлений отражает некоторые объективные характеристики позиции группы в ближайшем социальном окружении (например, это касается оппозиции «гуманитарии – естественники»). Во-вторых, существует почти полное сходство мнений между представителями различных профессий относительно того, какие ценности и качества личности являются желательными и необходимыми. При этом имеет место значительное расхождение между ними в приписывании выраженности этих качеств членам собственной и других профессиональных групп. В-третьих, при сравнении своей группы с другими существует тенденция строить более благоприятный образ собственной группы.

Одну из форм социального стереотипа, являющуюся схематизированным представлением о типе личности, характерной для некоторой человеческой общности, называют стереотипом-типажом. Профессиональным стереоти-

пом В.Ф. Петренко называет «персонифицированный образ самой профессии, или обобщенный образ типичного профессионала». Если социальная роль – это обобщенный, нормативный способ поведения, приписываемый человеку и ожидаемый от него как от представителя некоторой социальной группы, то типаж – это, скорее, схематизированное представление о личности, характере и способах поведения человека в неформальном личностном общении.

В исследовании профессиональных стереотипов принимали участие 10 студентов Института психологии РГППУ. Испытуемые шкалировали образы «некоторого типичного студента» ряда институтов РГППУ. А именно образ типичного студента-лингвиста, художника, юриста, экономиста, информатика, социолога и психолога.

Методом изучения являлся личностный семантический дифференциал, построенный на основе «Тезауруса личностных черт» А.Г. Шмелева.

В результате факторного анализа было выделено 4 значимых фактора, которые объясняют соответственно 33,4; 33,3; 9,7 и 9,4 % общей дисперсии и отражают тот или иной образ, стереотип обыденного сознания.

Содержание первого фактора отражает противопоставление образа бескорыстного романтика расчётливому карьеристу. Интересно отметить, что явно негативный образ подлого вредителя сочетает в себе такие полезные качества, как трудолюбие и упорство. Т.е. человечность и успех, карьера — понятия в сознании студентов несочетаемые: если ты добрый романтик, то скорее всего и недалекий и расхлябанный. Показательно, что положительный образ дополняется способностью студента к самокритике, что отражает профессиональную направленность психологов. Положительный полюс психологи возглавляют сами, значительно противопоставляя себя остальным. Далее следуют художники, социологи, лингвисты, а на противоположном полюсе располагаются юристы, программисты и экономисты.

Второй фактор мы назвали фактором «социальной желательности». Образ «правильного» — эрудированного, воспитанного и собранного — студента противостоит образу ленивого разгильдяя. При этом, как и подобает психологу, отмечается неискренность социально желательного типа. Тем не менее, именно себя психологи таковыми и считают, далее по порядку следуют юристы, социологи, лингвисты, экономисты, программисты и

самыми безалаберными являются, по мнению психологов, художники.

Третий фактор представлен противопоставлением качеств: честолюбивый, посредственный в оппозиции к сильному, пассивному и лицемерному. Ранжирование по оси данного фактора выглядит так: художники, лингвисты, юристы, экономисты, программисты, социологи и психологи.

Четвертый фактор является униполярным и включает в себя переменные: спокойный, скромный, самокритичный, самодовольный. Повидимому, взаимосвязь этих качеств можно объяснить так: уравновешенность и умение выделить собственные недостатки повышает самооценку и поэтому приводит к высокомерию. И опять психологи оставляют данный фактор себе, за ними идут художники, социологи, программисты, юристы, экономисты и лингвисты.

Таким образом, восприятие других и себя студентами – психологами опосредовано как общими, так и специфическими категориями-факторами. Интересно отметить, что при ранжировании студентов по оси какого-либо фактора психологи ставят себя на первое место. Значит, эталоном-системой отсчета, по отношению к которому оцениваются другие, является образ собственного автостереотипа, а фактически собственного Я. Таким образом, психологи смотрят на другого человека не «глазами клиента», как требует профессия, а относительно своего Я.

Данные, полученные в ходе исследования, могут быть использованы для разработки дисциплины «Введение в профессию», а также в качестве диагностического материала в работе психологической службы вуза.

Д.П. Фидря
г. Екатеринбург, РГППУ

Исследование представлений о мужественности и женственности в студенческой среде*

С раннего детства мы сталкиваемся с гендерными стереотипами. Через воспитание, научение, социализацию мы получаем упрощенную, схематизированную информацию о своем и противоположном поле. Это приводит к становлению личности и к формированию навыков общения.

* Научный руководитель: Бастрарева Н.С. -
к. филос. н., доцент кафедры ПП

Гендер — термин, используемый в настоящее время при обсуждении различий и сходства между мужчинами и женщинами, их социальными ролями.

Гендерная роль – внешнее проявление моделей поведения и отношений, которые позволяют другим индивидам судить о степени принадлежности кого-то к мужскому или женскому полу.

В рассуждении об интерпретации маскулинности и фемининности важно достичь соответствия лексике, принятой международным сообществом: ведь иначе могут возникнуть разночтения, поскольку «мужественность» или «мужество» переводится на английский язык как «смелость». Поскольку в русском языке «мужественность» означает «силу», «смелость», т.е. ассоциируется с положительными атрибутами, в первую очередь, мужского идеала, то если о женщине говорят, что она «мужественно переносит трудности», это означает, что женщину положительно оценивают за те качества, которые приписывают мужчине, хотя и полагают их гендерно-нейтральными. Однако если мы скажем «маскулинная женщина», это уже будет понято нами как «мужеподобная женщина». Выражение «женственный мужчина» вообще звучит плохо. Итак, воспользуемся определением, данным в психологическом словаре: Маскулинность и фемининность — это нормативные представления о соматических, психологических и поведенческих свойствах, характерных для мужчин и женщин, элемент полового символизма, связанный с дифференциацией половых ролей.

Социализация — это способы формирования умений и социальных установок индивидов, соответствующих их социальным ролям. В другой формулировке социализация — это процесс, посредством которого индивидом усваиваются нормы его группы таким образом, что через формирование собственного «Я» проявляется уникальность данного индивида как личности. И.С. Кон определяет гендерную социализацию как процесс формирования мужской или женской идентичности в соответствии с принятыми в обществе культурными нормами.

Следовательно, этот процесс можно рассматривать двояко. С одной стороны, социализация может пониматься как интернализация социальных норм: социальные правила становятся внутренними для индивида в том смысле, что они более не навязываются посредством внешней регуляции, а как бы налагаются индивидом са-