

5. Браун Т. П. Адаптация студентов к условиям обучения в вузе как фактор активного взаимодействия личности с образовательной средой // Вестн. Костромского гос. ун-та им. Н. А. Некрасова. 2007. Т. 13. № 3. С. 20-26.
6. Дружилов С. А. Профессионалы и профессионализм в новой реальности : психологические механизмы и проблемы формирования // Сибирь. Философия. Образование : Альманах СО РАО, ИПК. Новокузнецк, 2001. Вып. 5. С. 46-56.

#### socio-Psychological Aspects of Leading the Processes of Intended socialization of Youth

##### Alfiya Vagapova

PhD in Psychology, associate professor, the Chair of Educational Psychology, Saratov State University; 83, Astrahanskaya str., Saratov, 410012, Russia; E-mail: Al\_fiya@bk.ru

The article discusses the problem of intended socialization of youth. It offers the data of psychological approaches (Gabriel Tarde, V. S. Mukhina, A. V. Petrovsky) that lie at the foundation of analysis of essence and mechanisms of socialization mechanisms. We singled out the main directions of work aimed at accompanying: professional self-determination, adaptation process in institutions of higher education, establishment of professional competences. The article describes main conditions for increasing the effectiveness of every aspect: actualization of subjective experience in students and its inclusion into the content of professional training; creating conditions for functional unity of means of education, upbringing, social development and self-realization of a student's personality. The author of the article comes to the conclusion that quality of the environment, depth of processes of learning the social environment by youth, quality of their transformation and acceptance are significant.

**Key words:** personality, socialization, adaptation, self-determination, professional competence.

УДК 316.6+159.942

## Я КАК ДРУГОЙ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: ОТ Я-РЕПРЕЗЕНТАЦИИ К Я-ИДЕНТИФИКАЦИИ

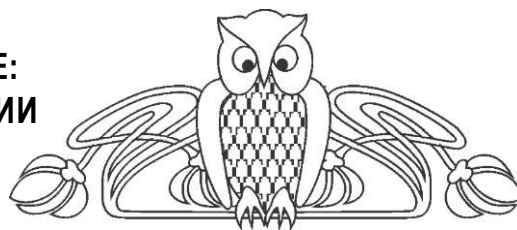
### Е. В. Рягузова

Рягузова Елена Владимировна - доктор психологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии, Саратовский государственный университет им Н. Г. Чернышевского; 83, ул. Астраханская, Саратов, 410012, Россия; E-mail: rjaguzova@yandex.ru

Представлены результаты эмпирического исследования, направленного на изучение Я-репрезентаций в интернет-пространстве активных пользователей социальными сетями и тех, кто позиционирует Интернет исключительно как информационный ресурс. опираясь на разработанную концепцию личностных репрезентаций взаимодействия «Я - Другой», анализируются специфические особенности коммуникативной среды интернет-пространства (дискурсивность, ориентированность на самопредъявление личности Другому, публичность, респонзивность, перформан-

#### references

1. Nosko I. V. *Psikhologiya razvitiya i vozrastnaya psikhologiya* (Developmental and age psychology). Vladivostok, 2003. 125 p. (in Russian).
2. Al'zhev D. V. *Social 'nayapedagogika. Spravochno-informacionnyj internet-portal «Bol'shaya onlayn biblioteka e-reading»* (Social pedagogy. The informational Internet portal «The large online library e-reading»), available at: <http://www.e-reading-lib.org/book.php?book=99602> (in Russian).
3. Bocharova E. E., Vagapova A. R. *Samoopredelenie lichnosti kak sub'ekta professional'noy socializatsii* (The self-determination of personality as a subject of professional socialization). *Problemy social'noy psikhologii lichnosti: mezhvuz. sb. nauch. tr.* (Problems of personality's social psychology : The interacademic collection of scientific articles). Saratov, 2012. Vyp. 10, pp. 121-128 (in Russian).
4. Didkovskaya Ya. V. *Professional'noe samoopredelenie studentchestva: sovremennyye problemy: dis. ... kand. sociol. nauk* (Professional identity of student community: the actual problems. Diss. ... cand. of sociology). Ekaterinburg, 2000. 182 p. (in Russian).
5. Braun T. P. *Adaptatsiya studentov k usloviyam obucheniya v vuze kak faktor aktivnogo vzaimodeystviya lichnosti s obrazovatel'noy sredoy* (Students' adaptation to university study's conditions as a factor of active interaction between a personality and educational environment). *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N. A. Nekrasova* (The report of Kostroma state university named N. A. Nekrasov), 2007, vol. 13, № 3, pp. 20-26 (in Russian).
6. Druzhilov S. A. *Professionalny i professionalizm v novoy real'nosti: psikhologicheskie mehanizmy i problemy formirovaniya* (Professionals and professionalism in new reality : the formation's psychological mechanisms and problems). *Sibir'. Filosofija. Obrazovanie : Al'manah SO RAO, IPK* (Siberia. Philosophy. Education : the almanac of SO RAO, IPK). Novokuznetsk, 2001. Vol. 5, pp. 46-56 (in Russian).



тивность) и констатируется, что они способствуют формированию различных личностных Я-репрезентаций, которые постепенно становятся Я-идентификациями, рефигурируясь в новую модель идентичности личности.

Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в психологических программах тренингов по коммуникативной компетентности и развитию личности, при решении практических задач по оптимизации реальных межличностных взаимодействий и взаимоотношений, пониманию личностью Другого и его принятию, а также для формирования гармоничной идентичности личности.

**Ключевые слова:** интернет-пространство, идентичность личности, саморепрезентация, Я-образ, публичность - приватность, дискурсивность, респонзивность, перформативность.

## Введение

Появление Интернета и его широкое распространение, безусловно, можно отнести к значительным и знаковым открытиям и достижениям современной науки и техники. Как любое выдающееся открытие оно сопряжено не только с оптимистическими надеждами человечества на прогресс, развитие, расцвет общества и отдельной личности, но и с пессимистическими ожиданиями, связанными с тем, что интернет-пространство постепенно вытеснит все остальные миры опыта, упростит межличностные отношения, сведя их к определенным отдельным контактам, минимизировав в них «меру человечности в человеке» [1, с. 355]. Неслучайно самой распространенной метафорой, транслирующей основное содержание и смысл интернет-пространства, является «паутина», которая не только быстро оплетает весь мир, затягивая все новые и новые его сегменты, не выпуская тех, кто оказался внутри нее, но и фактически влетает в себя мир, который становится элементом матричного управления.

В рамках данной статьи нас будут интересовать социализирующие возможности интернет-пространства, обусловленные тем, что с их помощью можно конструировать и реконструировать собственную идентичность, изменять свой образ для себя и для Другого, экспериментировать с Я-репрезентациями и Я-идентификациями. Цель исследования - провести сравнительный анализ Я-образов активных пользователей социальных сетей и тех, кто использует Интернет исключительно как информационный ресурс, к которому обращаются только с деловыми запросами. Гипотеза исследования - специфика Интернета как коммуникативной среды порождает множество виртуальных идентичностей личности и дает расширенные возможности для экспериментирования с Я-образами, благодаря которым Я-репрезентации личности становятся ее Я-идентификациями.

## организация и методы исследования

Процедура исследования включала в себя два этапа, различающиеся по задачам и методами исследования. Задачей первого этапа являлся отбор и формирование двух групп исследования: активных пользователей социальных сетей и тех, кто позиционирует Интернет как информационный, а не коммуникативный ресурс. Более того, нам необходимо было исключить из состава участников исследования тех, кто испытывает определенные коммуникативные проблемы и трудности в повседневных интеракциях с Другими, для кого интернет-коммуникации выступают как замещающие формы общения, компенсирующие недостаток или дефицит повседневных контактов, тех, у кого диагностируются интернет-аддикции. Исходя из этого, основными методами подготовительного

этапа исследования выступали опрос и психологическое тестирование. Опрос проводился по специально сконструированной анкете, состоящей из блока социально-демографической информации (пол, возраст, образование, пользователь социальных сетей или нет, частота и продолжительность интернет-сессий и т. п.) и аналитического блока, позволяющего определить мотивы выхода в интернет-пространство, характер персональных запросов, личностные ожидания, субъективные предпочтения и т. п. Психологическое тестирование включало в себя следующие методики: тест на интернет-зависимость [2]; тест коммуникативных умений [3]; тест-опросник социально-коммуникативной компетентности [4]. На первом этапе в исследовании участвовало 70 человек, имеющих высшее или неполное высшее образование, в возрасте от 18 до 24 лет. Заметим, что по данным Фонда общественного мнения именно данная возрастная группа составляет 67% всех интернет-пользователей [5]. В результате проведенного отбора были сформированы две группы испытуемых по 28 человек в каждой.

На втором этапе нас интересовали личностные Я-репрезентации участников обеих групп и в качестве основного диагностического инструментария использовались методика М. Куна и Т. Макпартленда «Кто Я?» (20 ответов) [6] и ее модифицированный вариант «Кто Я в Интернете?» (10 ответов).

## Результаты исследования

С помощью контент-анализа все саморепрезентации, данные респондентами обеих групп, были отнесены к различным аналитическим категориям. В нашем исследовании к социальным категориям были причислены ответы, которые очерчивают круг предписанных идентичностей личности. Это саморепрезентации, обозначающие принадлежность личности к тем или иным социальным группам, в которые она интегрирована и включена («Я - девушка», «Я - особь мужского пола», «Я- будущий психолог», «Я- студентка», «Я- россиянка и этим горжусь» и т. п.).

К личностным категориям были отнесены ответы, которые репрезентируют личностные черты, свойства, ценности, способности (например, «Я добрая», «Я красивый», «Я увлекающаяся личность», «Я трудоголик», «Я ранима», «Я несовершенен, но стремлюсь совершенствоваться все время», «Я честный, не умею врать, отвечая на прямо поставленный вопрос»).

Остальные ответы респондентов были объединены в категорию нейтральных характеристик, таких как «Я хочу на море», «Я люблю персиковый сок», «Я хожу в солнцезащитных очках», «Я абонент МТС», «У меня сложные отношения с матерью», «Я не думала, что такое задание заставит меня задумываться, но я уже задумалась» и т. п.

С точки зрения валентности полученных репрезентаций были выделены следующие группы: позитивные самоописания («я - оптимист», «я - хороший человек», «я - порядочный», «я - супер!»), негативные самоописания («я люблю поспать»,

«я часто опаздываю», «я - лентяй»), безоценочные самоописания («я такой, как есть», «я - человек», «я часто пользуюсь возможностями интернета»). Рассмотрим сравнительный анализ полученных результатов (таблица).

Результаты самокатегоризаций в двух группах испытуемых

Категории	Группа 1	Группа 2
1. Социальные	167,8	284,4
А) общечеловеческая	66,4	70
Б) половая	21,4	56
В) семейная	24,3	63
Г) профессиональная	38,6	61,3
Д) гражданская	17,1	34,1
2. Личностные	165,9	156,8
3. Нейтральные	43,4	53,2
Самоописания		
Позитивные	63,5	75,4
Негативные	68	48
Безоценочные	56,7	54,6

Приведенные результаты свидетельствуют о том, что частота встречаемости саморепрезентаций личности в контексте социальных категорий в группе активных пользователей социальными сетями значимо ниже, что, на наш взгляд, можно объяснить привычкой общаться в интернет-пространстве, где существует возможность уйти от стратификационных (социальных) маркеров и индикаторов статуса, где граница личности размыта и не ограничена ни физическим и телесным Я, ни социальной ролью и характером социальных отношений. Снижение социально-нормативных барьеров общения приводит к тому, что особое значение приобретают индивидуально-психологические и личностные свойства субъектов коммуникации. В процессе коммуникации в сети Интернет личность может удовлетворять индивидуальные коммуникативные потребности, переходить от нормативно ориентированного общения к более глубоким личностно-интимным, индивидуализированным коммуникативным уровням, поэтому респонденты первой группы в самопрезентациях акцентировали внимание в большей степени на своих личностных свойствах. Интернет даёт возможность уйти от ряда оснований социальной категоризации: пола, возраста, социально-экономического статуса, этнической принадлежности. Таким образом, половая, семейная, гражданская и другие виды идентичностей теряют свое доминирующее значение в интернет-пространстве.

Обращает на себя внимание то, что респонденты первой группы чаще использовали негативные самоописания, подтверждающие тезис, что общение в Интернете способствует возрастанию коммуникативной открытости и толерантности.

Проанализируем самые популярные ответы респондентов обеих групп, полученные при описании себя в Интернете. Самым распростра-

ненным ответом респондентов обеих групп был ответ «Интернет дает мне много возможностей», который объединял такие варианты, как «Я черпаю в инете ценную информацию, которую нигде не найти», «Я пользователь бесплатных услуг по закачке файлов, музыки, кино, клипов, различных программ», «Инет - это возможность облегчить себе работу, учебу, жизнь», «Инет дает мне возможность общаться с новыми интересными людьми, которые живут в других странах», «По инету всегда общаешься по существу, это огромное его достоинство», «В инете я становлюсь одержим своими фантазиями - это для меня одна из форм отдыха», «В инете я нашел себе жену» и т. д. Все эти возможности Сети вполне очевидны и не нуждаются, на мой взгляд, в комментариях.

Второй по частоте встречаемости ответ - «Я искатель информации» - представлен следующими вариантами самоописаний: «В инете я превращаюсь в гигантскую пылесосогубку, впитывающую информацию», «Я охотник за информацией», «Инет позволяет мне узнать много нового, того, чего в реале я бы не узнал», «В инете я стремился познать запретный плод». Интересен тот факт, что Интернет привлекает пользователей не только как хранилище неисчерпаемой информации, но и как источник «запретного», благодаря доступности и анонимности Сети.

Среди пользователей социальных сетей третьим по распространенности был ответ «Я - многоликий». Термин «многоликий» вобрал в себя следующие вариации: «Я непостоянен в инете», «Я авантюристка в инете», «Я - Бог и царь, что хочу, то и ворочу», «Я могу фантазировать и создавать иллюзии в инете», «В инете я разный во всех смыслах этого слова», «Я люблю розыгрыши, когда меня принимают за другого человека (иногда даже противоположного пола)», «Я могу быть жестоким, я могу быть миротворцем», «Я

*всегда скрывал свое истинное лицо*». Заметим, что во второй группе респондентов подобные ответы просто не встречались.

Вариант самоописания «Я раскованный (незакомплексованный)» также выявлен в первой группе и представлен следующими ответами: *«Я менее скромная в инете», «В инете я немного более раскован, чем в жизни», «В инете я могу разговаривать с людьми, зная, что их предрасудки и комплексы молчат»*. В реальном общении личность выступает и как субъект, и как объект социальной перцепции, справедливо предполагая, что ее действия или высказывания повлияют на мнение о ней наблюдателей, которое обусловит дальнейшие межличностные интеракции и взаимоотношения. Актер считает, что последствия его действий в виртуальной коммуникации, по сравнению с реальной, гораздо меньше отражаются на дальнейших отношениях с социумом, что приводит к минимизации внешних и внутренних обязательств и снижению уровня персональной ответственности личности.

Несмотря на все возможности, которые предоставляет сеть Интернета, около половины участников исследования (47,6% респондентов обеих групп) предпочитают оставаться собой в Сети: *«Я тот же, что в реале»* или *«В сети я тот, кто есть»*, *«В инете я остаюсь самим собой, так как вполне доволен своей сущностью»*, *«Я стараюсь быть самим собой»*.

Обратим внимание на еще одну выделенную категорию, чаще встречающуюся во второй исследовательской группе «Я - никто»: *«Я виртуально размазываюсь по всему миру»*, *«Для мира Я - набор 0 и 1»*, *«Одна из многих-многих»*, *«Я - набор букв в инете»*.

### **обсуждение результатов исследования**

При обсуждении полученных результатов мы хотели бы остановиться на четырех важных, с нашей точки зрения, моментах интерпретации. Первый связан с тем, что репрезентантами личности в сети Интернет становятся тексты (вербальные, визуальные), которые информативны и интересны только тогда, когда за ними стоит личность со своей историей, позицией, взглядами, системой ценностей и предпочтений, вкусами и пристрастиями. Интерес вызывают не банальные коммуникативные стереотипы, речевые шаблоны и разговорные клише, а внутренние смысловые обобщения личности, демонстрирующие ее самобытность и индивидуальность. Именно поэтому социальная самокатегоризация в сети Интернет не занимает доминирующих позиций, а уступает место личностным репрезентациям, посредством которых личность презентует и самовыражает себя.

Второй момент обусловлен тем, что репрезентируя ту или иную часть своей идентичности,

личность наполняет ее смысловым содержанием, причем заметим, что презентировать новые грани своей личности легче незнакомому Другому, тому, у кого еще не сконструирован целостный образ субъекта коммуникации и не проявляются те или иные эффекты социальной перцепции. На наш взгляд, интернет-пространство, несмотря на свою кажущуюся приватность, выполняет роль публичного пространства, предполагающего коммуникации и интеракции различных, непохожих друг на друга людей.

Р. Сеннет утверждает, что с давних пор публичное трактуется как сфера социальной жизни, включающая в себя знакомых и посторонних людей, открытая для всеобщего обозрения и очевидная с точки зрения норм, правил и внешнего контроля, тогда как приватное связывается с интимным пространством семьи и близких людей, скрытым от посторонних наблюдателей. Благодаря публичной сфере возможно существование общества, в котором люди уважают и понимают интересы, взгляды и ценности Других, признают их право быть Другими, обеспечивая тем самым демократические свободы и социальный порядок. Именно публичная сфера связана с социальными взаимодействиями: «различные сложные социальные группы должны неизбежно вступать в контакт» [7, с. 25]. Человек, ориентированный на собственную приватную сферу, а не на общественную Другого, испытывает интерес не только к своему приватному, но и к частной жизни Другого, чужих для собственной идентификации. «Падение публичного человека» в современных условиях привело к тому, что нормы поведения, характерные для приватной сферы, начали проецироваться на публичную область, искажая и извращая их и одновременно доказывая необходимость существования публичной сферы, населенной многими разноликими Другими. Полагаю, что на современном этапе развития общества функции публичного пространства выполняет интернет-пространство, которое заполнено по большому счету Чужаками и незнакомцами. Личность, находясь в интернет-пространстве - в некоей малоперсонифицированной среде - должна вызвать интерес и доверие у Другого в нерегламентированной ситуации. Именно в этих условиях не только вырабатываются, перенимаются, имитируются поведенческие паттерны и модели, которые одобряются большинством людей и маркируются как правильные с точки зрения группы, но и конструируются новые грани идентичности личности, ее открытость Другому (Чужому) и толерантность, основанная на принятии и уважении Другого.

Третий момент предлагаемой интерпретации тесно связан с предыдущим и определяется научным представлением об опыте «чужого» как своеобразном опыте претерпевания [8]. Любой коммуникативный запрос подразумевает коммуникативный ответ. Мы предлагаем воспользоваться

ся термином, предложенным Б. Вальденфельсом, и обозначить это свойство коммуникативной среды как респонзивность (от нем. *response* -ответ, отклик, отзыв) [7, с. 123]. Б. Вальденфельс полагает, что респонзивность обусловлена Чужим, сущность которого заключается в «подтверждаемой доступности оригинально недоступного» [8, с. 126] и определяет феномен «чужое» как гиперфеномен, поскольку «"чужое" являет себя только тогда, когда уклоняется от схватывания.» [8, с. 127]. Следовательно, опыт «чужого» должен представлять собой «опыт непреодолимого отсутствия» [8, с. 81]. Для этого в интенциональном смысловом порядке «собственного» должна возникнуть брешь, пропасть, разрыв, раздражение. Раздражение можно определить как респонзивное, основываясь на том, что «раздражение с его пропастью между восприятием чужого и самовосприятием не может быть сведено ни к какому общему смыслу» [8, с. 130]. «Чужое» является в своем отсутствии и внепорядковости, обнаруживается как раздражающая, атакующая, сила. Феномен «чужое», по мнению Б. Вальденфельса, требует ответа. Учёный выстраивает логику ответа на притязания «чужого». Прежде всего, притязание «чужого» «имеет двойное значение, а именно является призывом, который направлен к кому-то, и претензией, которая распространяется на нечто» [8, с. 132]. Сообразно двойственности притязания ответ также имеет двойную форму. Ответ на нечто есть содержательный ответ (ответ-*answer*), который «заполняет пробелы в содержании вопроса.» Ответ на призыв ко мне есть ответ-*response* - событие ответа, «которое не заполняет никакие пробелы, а отвечает предложениям и притязаниям Другого» [8, с. 133], представляя собой субъективное отношение к Другому, своеобразную реакцию личности на его вызов. Именно ответ-событие выступает либо основой для устойчивых личностных идентификаций, либо внутренней детерминантой для трансформаций Я-образов личности.

Четвертый момент касается перформативного характера сетевой коммуникации, предполагающей своеобразную игру условностей, происходящую в режиме «здесь-и-сейчас». Перформатив - это «маскарадный костюм» [9, с. 17], это заинтересованная саморепрезентация [10, с. 37], это говорение как действие. Речевые высказывания не просто передают какую-то информацию, а с их помощью совершается определенное действие, они не столько описывают что-то, сколько преобразуют и демонстрируют, они важны в данный конкретный момент и выступают как индикаторы реальной жизни личности. Следовательно, коммуникация в интернет-пространстве трансформирует идентичность через перформативные дискурсивные действия с помощью повторяющихся исполнений и актуализированных переживаний определенных алгоритмов самовыражения, воспроизводящих личностные и социокультурные смыслы.

## Заключение

Мы выделили специфические особенности Интернета как коммуникативной среды: дискурсивность, связанную с циркуляцией и обменом текстовыми сообщениями в сети Интернет, репрезентирующими взаимодействующие личности; ориентированность на самопредъявление личности Другому, обусловленную специфическими установками личности на самоподачу и самораскрытие при взаимодействии с Другим в интернет-пространстве, посредством которых она имеет возможность транслировать личностные саморепрезентации присутствующему Другому и подтверждать их аутентичность, используя для этого обратную связь, полученную от Другого; публичность интернет-пространства как отражение сферы коллективного, доступной наблюдению и контролю; респонзивность, опосредованную своеобразным ответом-событием личности на вызов Другого; перформативность, имеющую отношение к действенному характеру коммуникации, определенному тем, что речевые высказывания выступают в виде выразительных движений (жестов) и активных действий.

Установлено, что специфика коммуникативной среды интернет-пространства способствует порождению множества виртуальных идентичностей личности и предоставляет расширенные возможности для экспериментирования с Я-образами, благодаря которым личностные саморепрезентации становятся ее Я-идентификациями.

## Библиографический список

1. Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание. Человек и мир. СПб., 2003. 512 с.
2. Бурова В. А. Социально-психологические аспекты интернет-зависимости. URL: <http://user.lvs.ru/vita/doclad.htm> (дата обращения : 21.04.2011).
3. Блинова В. Л., Блинова Ю. Л. Психологические основы самопознания и саморазвития. Казань, 2009. С. 116-123.
4. Рогов Е. И. Настольная книга практического психолога : в 2 кн. М., 1999. Кн. 2. 480 с.
5. Фонд общественного мнения. URL: <http://fom.ru> (дата обращения : 08.04.2011).
6. Румянцева Т. В. Психологическое консультирование : диагностика отношений в паре. СПб., 2006. С. 82-103.
7. Сеннет Р. Падение публичного человека. М., 2003. 424 с.
8. Вальденфельс Б. Ответ чужому : основные черты респонзивной феноменологии // Мотив чужого. Минск, 1999. С. 123-139.
9. Остин Дж. Л. Три способа пролить чернила. Фило-софские работы. СПб., 2006. 336 с.
10. Хабермас Ю. Понятие индивидуальности // Вопр. философии. 1989. № 2. С. 35-40.

### «I» as «Other» on the World Wide Web: from «I»-Representation to «I»-Identification

Elena Ryaguzova

Doctor of Psychology, associate professor,  
the Chair of General and Social Psychology, Saratov State University;  
83, Astrakhanskaya str., Saratov, 410012, Russia;  
E-mail: rjaguzova@yandex.ru

The article presents results of the empirical study aimed at investigation of I-representations of active social network users on the World Wide Web and those who use the Internet as the information resource only. Based on our conception of personal representations of "I-Other" interaction, we analyzed specific peculiarities of the communicative environment on the World Wide Web (discursiveness, orientation towards self-representation of a personality to Other, publicity, responsiveness, performativity), and identified that they contribute to development of various personal I-representations, which gradually become I-identifications and transform into a new model of personal identity. The applied aspect of the problem under study can be realized in psychological programs of communicative competence and personal development trainings, in solving practical problems concerning optimization of real interpersonal interactions and interrelations, in understanding of Other's personality and developing harmonious personal identity.

**Key words:** world wide web, personal identity, self-representation, I-image, publicity - privacy, discursiveness, responsiveness, performativity.

#### References

1. Rubinshteyn S. L. *Bytie i soznanie. Chelovek i mir* (Being and consciousness. Man and the World). St. Petersburg, 2003. 512 p. (in Russian).
2. Burova V. A. *Social'no-psikhologicheskie aspekty internet-zavisimosti* (Social-psychological aspects of internet addiction disorder), available at: <http://user.lvs.ru/vita/doclad.htm> (in Russian).
3. Blinova V. L., Blinova Y. L. *Psikhologicheskie osnovy samopoznaniya i samorazvitiya* (Psychological foundations of self-knowledge and self-development). Kazan', 2009, pp. 116-123 (in Russian).
4. Rogov E. I. *Nastol'naya knigaprakticheskopsikhologa: - 2 kn. Kniga 2* (Handbook of Practical Psychology : in 2 b. Book 2). Moscow, 1999. 480 p. (in Russian).
5. *Fond obshchestvennogo mneniya* (The fund of public opinion), available at: <http://fom.ru> (in Russian).
6. Rumyantseva T. V. *Psikhologicheskoe konsul'tirovanie : diagnostika otnoшений v pare* (Psychological counseling : diagnosis of relations in the couple). St. Petersburg, 2006, pp. 82-103 (in Russian).
7. Sennet R. *Padenie publichnogo cheloveka* (The fall of public man). Moscow, 2003. 424 p. (in Russian).
8. Val'denfel's B. *Otvet chuzhomu : osnovnye cherty responzivnoy fenomenologii* (Response to others' : the basic features of the responsive phenomenology). *Motiv chuzhogo* (Other's motive). Minsk, 1999, pp. 123-139 (in Russian).
9. Ostin Dzh. L. *Tri sposoba prolit' chernila. Filosofskie raboty* (Three ways to shed ink. Philosophical works). St. Petersburg, 2006. 336 p. (in Russian).
10. Habermas Yu. *Ponyatie individual'nosti* (The concept of individuality). *Voprosy filosofii* (Questions of philosophy), 1989, № 2, pp. 35-40 (in Russian).

УДК 159.923.2

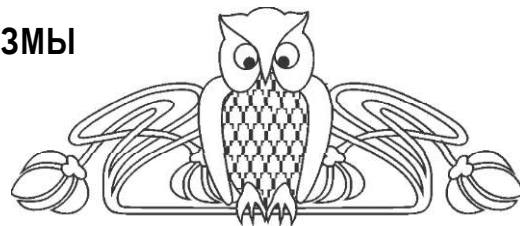
## СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ СТАНОВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ

Е. А. Семенова

Семенова Елена Александровна - кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и педагогической психологии, Восточно-Сибирская государственная академия образования (г. Иркутск); 6, ул. Нижняя Набережная, Иркутск, 664011, Россия;  
E-mail: artemiss09@rambler.ru

В статье дается теоретический анализ основных подходов к проблеме социально-психологических механизмов становления профессиональных репрезентаций, даны определения понятий «профессиональные репрезентации», «психологический механизм», «целесолагание», «рефлексия», «идентификация» и других. Раскрываются особенности и содержание основных социально-психологических механизмов становления профессиональных репрезентаций будущего специалиста в вузе.

**Ключевые слова:** профессиональные репрезентации, социально-психологический механизм, целесолагание, рефлексия, идентификация.



#### Введение

Проблема изучения механизмов развития личности относится к неизменно актуальным в психологии и акмеологии. Представители акмеологического подхода (А. А. Бодалев, А. А. Деркач, Н. В. Кузьмина и др.) обращают внимание на необходимость изучения закономерностей и механизмов развития человека на этапе зрелости. Б. Г. Ананьев и его последователи подробно изучали факторы и условия, способствующие (препятствующие) развитию личности и наиболее полной самореализации человека. А. А. Деркач подчеркивает, что «в субъектно-деятельностном подходе воплощена парадигма акмеологии: если общее понимание субъекта дает ориентацию на идеал, то конкретное понимание раскрывает ак-