

СОЦИАЛЬНЫЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ДОЛЖНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ЖИЗНИ МОЛОДЁЖИ

В статье рассматриваются психологические аспекты проблемы социальных репрезентаций должных изменений в жизни молодёжи. Анализируются результаты экспериментального исследования социальных репрезентаций должных изменений в жизни молодых людей. Дается описание трёх факторов, представляющих собой обобщённые стратегии социальных репрезентаций должных изменений в жизни молодёжи.

В психологической науке утвердилось понимание, что развитие личности в филогенезе идет от социального мира общества к индивидуальному миру личности. Богатство и разнообразие внутреннего мира личности формируется и определяется социумом, обуславливая тип и направленность личности. Всё, что происходит в насыщенной проблемами, противоречиями и переживаниями жизни человека влияет на изменения его представлений о настоящей и будущей жизни, ее ценностях и нормах, о своем месте в жизни. Процесс социализации молодого человека сопряжен

с выбором путей и способов самоутверждения, определенной жизненной позиции, отражающихся в его социальных репрезентациях.

Понятие “социальные репрезентации” было предложено в начале 1960-х годов в докторской диссертации французского психолога С. Московичи, посвященной усвоению идеи психоанализа населением, далеким от научных занятий. Социальные репрезентации – идеи, мысли, образы, ценности, знания и практики, разделяемые людьми и формирующиеся в социальных взаимодействиях прежде всего под влиянием средств массовой информации. Это конструктивное воспроизведение свойств объекта на уровне конкретных понятий, организованное вокруг одного центрального значения и неотделимое от символической активности субъекта в социальном поле (К. Херцких); обыденное мышление, практическое освоение социального, материального и идеального окружения (Д. Жоделе). Социальные репрезентации позволяют конвенционализировать, “оповседневить” объекты, идеи, теории, события и отношения, подчиняя их обыденности, здравому смыслу. Они одновременно являются результатом коммуникации и служат ее основой, обеспечивая разделяемые коды социального взаимодействия и групповую идентичность. Формирование и изменение социальных репрезентаций может рассматриваться в аспекте возрастной динамики и динамики организации знаний у взрослых людей в повседневной коммуникации [2, с.763].

Люди склонны считать взгляды или мнения членов своей конкретной группы - семьи более правильными, чем взгляды других людей, не входящих в неё. Со временем супруги и дети узнают друг друга и понимают с полуслова. Несмотря на то, что супруги или другие члены семьи по-прежнему могут придерживаться различных идей и мнений, со временем их начинает объединять очень много общих убеждений и предположений о семье вообще и о семейной жизнедеятельности в целом. Эти общие тенденции и называются социальными репрезентациями. Это теория об общих убеждениях, разделяемых группами и о том, какие функции выполняют они в повседневной жизни. Социальные репрезентации на самом деле являются мини-теориями о том, каков мир, о человеческой сущности, как и почему происходят или не происходят те или иные изменения. Они используются, чтобы оправдать наши социальные действия и объяснить, почему что-либо происходит так, а не иначе. И любой новичок в каждой группе знает, что такие общие убеждения могут формировать мощный определяющий фактор действия или отсутствия такового, в зависимости от ситуации.

Мы не усваиваем социальные репрезентации автоматически и без разбора, а обсуждаем их в ходе переговоров и дискуссий, пока не выработаем приемлемую для себя концепцию, соответствующую нашим собственным текущим убеждениям и идеям. Если же они не поддаются адаптации таким путем, мы от них полностью отказываемся. Но на практике происходит все по следующему сценарию: мы принимаем некоторую часть социальной репрезентации, а остальное только

приспосаблюємо к своєму мировоззренню. По мнению С. Московичи, беседа – это развитие, адаптация и согласование социальных репрезентаций. В разговоре с людьми мы испытываем влияние различных идей и объяснений и выясняем взгляды других. В конце концов мы синтезируем их в наши собственные мнения и идеи.

Социальные репрезентации – это не просто абстрактные убеждения. Они служат определенной цели: позволяют нам оправдывать или находить рациональные объяснения нашим собственным предпочтениям или действиям. Другими словами, они полезны для человека, который их придерживается. Вот почему каждый из нас вырабатывает свой собственный набор социальных репрезентаций, полученный на основе личных соображений и идей. Но даже если каждый из нас имеет такой комплект, его составляющие во многом будут сходными с репрезентациями других людей. Социальные репрезентации имеют центральное ядро, практически не изменяющееся, и периферические элементы, которые мы можем адаптировать и приспособлять в соответствии с нашими текущими личными убеждениями или образом мысли.

Социальные репрезентации нередко проявляются в поведении человека, а не на словах. Иногда они подразумеваются и раскрываются в моделях его действий, а не в том, что он произносит вслух. Д. Жоделе (1991) продемонстрировал, как социальные репрезентации по поводу сумасшествия, которых придерживаются члены французской общины, часто проявлялись не на словах, а в действиях. Например, в семье, которая кормила человека с диагнозом шизофрения, столовые приборы семьи держали и мыли отдельно. Действия членов этой семьи выявили социальную репрезентацию о сумасшествии как о потенциально заразном заболевании, хотя на словах они этого совершенно не утверждали.

Таким образом, социальные репрезентации – это принимаемые большинством убеждения, отражающие существующую реальность и объясняющие, что происходит вокруг нас. Кроме того, они отражают проблемы власти и общественных отношений в социальном контексте. Они могут проявлять себя в символах, в словах и образах или в действиях, но фактически они отражают то, как осуществляется социальная жизнедеятельность [4, с.164-176]. Ранее автором освещались результаты исследования социальных репрезентаций собственных ожиданий молодежи и анализа обобщенных стратегий социальных репрезентаций того, что в своей жизни молодые люди ожидают в будущем [3, с.487-489].

Цель настоящего исследования состояла в изучении социальных репрезентаций должных изменений в жизни молодежи Беларуси. В исследовании приняли участие студенты Могилевского государственного университета им. А.А. Кулешова, учащиеся ПТУ, рабочая молодежь – всего 232 человека в возрасте до 31 года. Для решения задачи исследования была разработана анкета с открытыми вопросами, в которой молодым людям было предложено, используя свободные тексты, осветить по возможности подробно своё личное представление по изучаемому

вопросу: что вообще должно измениться в жизни? Результаты кодирования со свободными текстами подверглись контент-анализу, что позволило выделить 125 законченных мыслей респондентов, которые при дальнейшей обработке были сведены к 14 обобщенным конструктам, содержащим наиболее часто встречающиеся в ответах мысли и дающим представление об особенностях социальных репрезентаций должных изменений в жизни молодых людей. Результаты контент-анализа с процентным распределением конструктов представлены в Таб. 1.

Таблица 1

*Общее поле социальных репрезентаций
 должных изменений жизни молодежи*

№	Конструкт	Содержание	%
1	Всё или очень многое	всё, менять надо всё, абсолютно всё, многое, очень многое, почти всё, практически всё	12
2	Не знаю, затрудняюсь ответить	не знаю; откуда мне знать; затрудняюсь ответить; трудно судить	5
3	Ничего не может измениться	ничего в жизни не изменится; жизнь неизменна; наивно думать себя иллюзий; разве это кому-нибудь по силам; уже ничего не изменится; ничего не может измениться; особых перемен не ожидается; это ни к чему не приведет; не верю в перемены к лучшему; изменений не будет	6
4	Сама жизнь	сама жизнь; всю жизнь надо изменить; жизнь всех людей; необходимо изменять нашу жизнь; нашу жизнь перестроить заново; жизнь должна стать лучше; должны жить хорошо	5
5	Психология и сознание людей	чтобы люди захотели изменить жизнь; мы должны научиться жить; понимание того, для чего мы живем; люди начнут задумываться об изменениях; отношение к смыслу в жизни; взгляды людей на жизнь; полностью сознание нашего общества; менталитет; в обществе должен произойти переломный момент в сознании; жизненные ориентации людей; система ценностей; психология общества; отношение к жизни; мы должны научиться жить, принимать решения, нести ответственность	16
6	Отношения между людьми	отношения между людьми; любить и помогать друг другу; человеческие отношения; понимание людей; уважение к другому; человеколюбие; сочувствие и сострадание; добрее и внимательнее;	24
7	Повышение благосостояния и жизненного уровня людей	экономика государства; экономическая политика; экономическая независимость; денежная политика; материальное положение нашей республики; материальное положение людей; уровень жизни; благосостояние	16

8.	Политика государства	политика государства; управление страной; власть; система власти; политическое устройство; государственная система; правительство; президент	8
9.	Отношение к людям со стороны власти	государство должно изменить отношение к людям; отношение к людям со стороны власти; отношение власти к нуждам людей; отношение власти к гражданам; отношение правительства к людям; на первом месте должны стоять интересы людей; чтобы интересы народа не ущемлялись	8
10	Дать всем равные права	дать всем равные права на реализацию своих способностей; заинтересовать людей в самореализации; иметь шанс для самореализации; дать возможность реализовать себя; возможность учиться и трудоустроиться; возможность получить образование; относиться к человеку как к личности; человек должен почувствовать себя индивидуальностью	6
11	Достойная оплата труда	отношение к оплате труда; достойную зарплату; должен выше цениться труд; зарплата	6
12	Прекратить войны	прекратить распри, войны, конфликты	5
13	Отношение к природе	бережнее относиться к природе; экологическая ситуация; взгляд на природу; потребительское отношение к природе	5
14	Нравственные устои и культуру общества	нравственность; нравственные устои общества; моральные устои общества; изначально воспитывать нравственность и порядочность; культуру общества; сохранить, обогатить и передать детям культуру общества	5

По результатам контент-анализа видно, что социальные репрезентации должных изменений в жизни молодых людей связаны прежде всего с изменением отношений между людьми, пониманием и уважением другого, человеколюбием, сочувствием и состраданием, на что указывают 24% опрошенных. Для 16% молодых людей вообще должны измениться в жизни психология и сознание людей, отношение к смыслу жизни, понимание того, для чего мы живем, чтобы люди захотели изменить жизнь, научились принимать решения и нести ответственность. В своих текстах они указывают, что в жизни должен произойти переломный момент в сознании общества, люди начнут задумываться об изменениях. Другие 16% опрошенных указали, что в жизни должны измениться благосостояние и жизненный уровень людей, экономическая политика государства. 12% молодых людей указали, что в жизни должно измениться всё или очень многое. В своих текстах они указали, что изменять в жизни

надо очень многое, практически всё. 8% молодых людей видят, что в жизни должны измениться политика государства, система власти, политическое устройство, государственная система, правительство, президент. Такое же количество (8%) опрошенных считают, что в жизни должно измениться отношение к людям со стороны власти. В своих текстах они указывают, что государство должно изменить отношение к нуждам людей со стороны власти, чтобы интересы народа не ущемлялись, на первом месте должны стоять интересы людей. 6% молодых людей указывают, что в жизни должна стать достойной оплата труда, повыситься зарплата, труд должен цениться выше. Другие 6% молодых людей в своих текстах указывают, что в жизни должны дать всем равные права на реализацию своих способностей, получение образования и трудоустройство, человеку должны дать почувствовать себя индивидуальностью, дать шанс для самореализации. Такое же количество (6%) опрошенных видят, что в жизни ничего не может измениться, жизнь неизменна, это никому не под силу, наивно тепшить себя иллюзией, особых перемен не ожидается. В своих текстах они указывают, что не верят в перемены к лучшему, изменений не будет. 5% молодых людей видят, что должна измениться сама жизнь, ее необходимо перестроить заново, она должна стать лучше, люди должны жить хорошо. 5% молодых людей считают важным, что в жизни должны прекратиться войны, распри, конфликты. Другие 5% молодых людей в своих текстах указывают, что в жизни должны измениться нравственные устои и культура общества, необходимо сохранить, обогатить и передать детям культуру общества, изначально воспитывать в них нравственность и порядочность. Такое же количество (5%) опрошенных указывают, что в жизни необходимо бережнее относиться к природе, изменить экологическую ситуацию, потребительское отношение к ней, взгляд на природу. И наконец, 5% молодых людей в своих текстах не знают или затрудняются ответить, что вообще должно измениться в жизни.

Контент-анализ анкет, в частности, процентного соотношения и содержания конструктов, даёт существенную информацию о социальных репрезентациях должных изменений в жизни молодёжи, позволяя определить характеристики и их структурные образования в описании респондентов. Вместе с тем, молодые люди, в своих текстах придерживаются определенных стратегий мышления. Суть их состоит в стремлении выразить определенную точку зрения, которая составлена из нескольких отдельных мыслей. Для выяснения этих стратегий применялся факторный анализ [1, с.234].

Для факторизации матрицы использовался метод главных компонент с последующим ортогональным вращением. Факторные веса представлены матрицей после вращения в Таблице 2.

Таблиця 2

*Матрица факторных нагрузок конструкторов, характеризующих
социальные репрезентации должных изменений в жизни молодежи*

№	Факторы		
	1	2	3
1	-031	-499	-299
2	-080	-013	-178
3	236	-036	-536
4	008	468	087
5	-596	092	-121
6	-229	565	-073
7	405	167	455
8	096	002	424
9	-161	-208	437
10	-389	-454	306
11	094	-043	470
12	-462	486	-054
13	-666	010	-001
14	035	389	-174

Примечание: факторные веса представляют собой десятичные дроби, но нули и запятые опущены. Значимыми являются коэффициенты 135 и выше.

Из Табл. 2 видно, что в результате факторного анализа выделились три общих фактора. Охарактеризуем каждый из них. Первый фактор: с положительным значимым весом его составили конструкторы 7, 3, в то время как конструкторы 13, 5, 12, 10 имеют здесь отрицательный значимый вес. Соответственно, при высоких показателях по этому фактору молодые люди должные изменения в жизни соотносят с повышением благосостояния и жизненного уровня людей. Вместе с тем они не верят в перемены к лучшему и указывают, что в жизни ничего не может измениться. При низких показателях, полученных по данному фактору молодые люди склонны видеть, что в жизни должно измениться отношение к природе, психология и сознание людей, прекратиться войны, даваться всем равные права на реализацию своих способностей.

Данный фактор можно определить как фактор “НЕДОСТИЖИМОЕ УЛУЧШЕНИЕ”.

Второй фактор: с положительными значимыми факторными нагрузками в него вошли конструкты 6, 12, 4, 14, а с отрицательными – 1, 10, 9. Они свидетельствуют о том, что молодые люди видят, что в жизни должны измениться отношения между людьми, нравственные устои и культура общества, прекратиться войны, что сама жизнь должна стать лучше. При низких показателях - респонденты указывают, что в жизни должно измениться всё или очень многое, отношение к людям со стороны власти, всем должны дать равные права на реализацию своих способностей. Данный фактор можно интерпретировать как фактор “КУЛЬТУРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ”.

Третий фактор: с положительным значимым весом объединились конструкты 11, 7, 9, 8, 10, а с отрицательным – 3, 1, 2, 14. Они указывают на то, что молодые люди видят, что в жизни должна быть достойная оплата труда, должно повыситься благосостояние и жизненный уровень людей, измениться отношение к людям со стороны власти, политика государства, всем должны дать равные права на реализацию своих способностей. При низких показателях по данному фактору молодые люди указывают, что в жизни ничего не может измениться, что должно измениться всё или очень многое, нравственные устои и культура общества, либо не знают и затрудняются ответить. Данный фактор можно назвать “УРОВЕНЬ ЖИЗНИ”.

Таким образом, выделенные в результате настоящего исследования факторы представляют собой обобщенные стратегии социального репрезентирования молодыми людьми должных изменений в жизни. Анализ данных стратегий позволяет увидеть реальные особенности социальных репрезентаций должных изменений в жизни молодежи и те личностные проблемы, которые для нее являются актуальными и наиболее значимыми.

Література

1. Секун В.И. Проблема исследования психологических механизмов социальных процессов // Динамика социальных процессов в условиях государственной независимости Беларуси: социологический анализ. – Сб. науч. трудов. – Мн.: НАН Беларуси, Институт социологии, 1999. – Вып. 1. – С.222-240.
2. Социология. Энциклопедия / Под ред. Грицанова А. А., Абушенко В.Л. – М.: Интерпрессервис, 2003. – 1312 с.
3. Психология ХХІ века: Материалы международной межвузовской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых специалистов «Психология ХХІ века» (19-21 апреля 2007 г., Санкт-Петербург) / Под науч. ред. В.Б. Чеснокова. – СПб: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. – 589 с.
4. Хейз Ники. Успех один на всех: основные аспекты эффективного руководства командой. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 240 с.

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
„Сучасні педагогічні технології та освітні системи XXI століття”

The psychological aspects of the problem of social representations of changes in life by young people are considered in the article. The results of the experimental research of peculiarities of this process are analysed. Three factors, being its generalized strategies are described by the author.

Електронний архів бібліотеки МГУ імені А.А. Кулешова