

1. «Фильмы каких жанров вам нравятся больше всего?» Большинство реципиентов выбрали боевик – 38% юношей, 32% девушек. На втором месте стоит комедия, на третьем – фильмы ужасов. Гендерные различия проявляются только в том, что 12% девушек смотрят мелодрамы.

2. «Что вам нравится в этих фильмах?». Большинство отметило спецэффекты, на втором месте сюжет, на третьем – смысл фильма. Гендерных различий не выявлено. По мнению психолога Кривошты Елены спецэффекты оказывают огромное влияние на психику человека, своей яркостью навязывая ему определённые схемы поведения.

3. «Какие фильмы повлияли на вашу жизнь и каким образом?». На жизнь 63% опрошенных, по их мнению, фильмы не влияли. Из остальных 37% на жизнь повлияли такие фильмы, как «Побег из Шоушенка», «Один плюс один» и другие. Они в основном изменили отношение к жизни и межличностным отношениям.

4. «Какие фильмы вы смотрели по несколько раз и почему?». В основном можно назвать три самых пересматриваемых фильма 29% «1 + 1», 19% «Области тьмы», 15% «Побег из Шоушенка». Остальные 37% – это не повторяющиеся фильмы. Реципиенты пересматривали фильмы потому, что они заставляли их размышлять или являлись хорошим развлечением, а также навели воспоминания из детства.

5. Свободный ассоциативный эксперимент. Он до сих пор является самым простым способом проникновения в подсознание [2]. Стимулами были названия жанров фильмов. На стимул «Боевик» у реципиентов выявлены большие гендерные различия. У юношей преобладают ассоциации семантического поля «оружие», а у девушек – «кровь». На стимул «Анимационные фильмы» наблюдаются кардинальные гендерные различия, только у девушек присутствуют реакции «доброта», «дети». На стимул «Комедии» кардинальных гендерных различий нет, чаще всего присутствует ассоциация «смех». Стимул «Мелодрамы» выявляет гендерные различия. Чаще всего у юношей ассоциации «слёзы» и «сопли», а у девушек «эмоции» и «слёзы». На стимул «Фантастический фильм» мы не видим особых гендерных различий. Самое часто встречающееся слово – «космос», что говорит о том, что у большинства студентов именно космос или покорение его связано с фантастическим и невозможным. Здесь возможен результат навязывания голливудских стереотипов, культивирующихся соответствующими сериалами («Звездные войны» и т.п.) На стимул «Триллер» самая часто встречающаяся ассоциация – «напряжённость», что и является основной характеристикой фильмов этого жанра. Ядро стимула «Детектив» составляет реакция «расследование», а «Фильм ужасов» – «кровь». На стимул

«Приключенческий фильм» чаще всего встречается ассоциация «путешествие»

Исходя из результатов опроса, можно сделать вывод о том, что кинофильмы большинством студентов воспринимаются как индустрия развлечений. Вызывает беспокойство то, что молодые люди не часто задумываются о смысле фильма, им нужны спецэффекты и лёгкий сюжет. Зрители становятся зависимыми от просмотра спецэффектов и стараются испытать эти эмоции снова и снова [3]. Поэтому хотя большинство реципиентов не считает, что фильмы сильно повлияли на их жизнь, они в то же время змотрят фильмы, в основном, из-за спецэффектов, т.е. на бессознательном уровне влияние кино намного больше, чем кажется самим зрителям. Поэтому при выборе очередного фильма для просмотра неплохо бы задуматься о цели своего просмотра и цели того, кто этот фильм снимал. Известный американский режиссер Д. Джармуш так говорил о манипулятивной природе кино: «...что бы ты ни делал в кино, ты всегда выбираешь, что показывать, и в этом смысле все равно манипулируешь зрительским восприятием реальности, как бы диктуя ему, что реально, а что – нет. В этом смысл кинематографа» [4].

Список литературы

1. Джармуш Д. Интервью. – Спб., Издательский Дом «Азбука-классика», 2007. – 352 с.
2. Калинина М.А. Ассоциации, стереотипы, фреймы, интертекст: о месте частных теорий в практике концептуального анализа. // Когнитивные исследования языка. Выпуск XII. Теоретические аспекты языковой репрезентации. – М.-Тамбов, 2012. – С. 343.
3. Муромова Ю.В. Влияние фильмов ужасов на психику человека // Психология, социология и педагогика. – 2014. – № 5 [Электронный ресурс]. URL: <http://psychology.snauka.ru/2014/05/2957> (дата обращения: 12.11.2015).
4. Скрипкарь М.В. Теория и практика скрытого воздействия на общественное сознание в XX веке // Психология, социология и педагогика. 2014. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://psychology.snauka.ru/2014/04/2951> (дата обращения: 13.11.2015).

СОЦИОМЕТРИЯ В ИССЛЕДОВАНИИ СТУДЕНЧЕСКИХ ГРУПП

Калинина М.А.

Рязанский институт (филиал)
Университета машиностроения, Рязань,
e-mail: schmarina@rambler.ru

Социометрия – метод, направленный на выявление структуры межличностных отношений. Основателем его, бесспорно, является Я. Морено [5]. Достаточно подробно описан его метод социометрического опроса с обработкой результатов с помощью социометрической карточки и социоматрицы, например, в [4]. Использование классических социометрических методов позволяет выявить формального и неформального лидера, аутсайдеров, микрогрупп. Однако некоторые исследователи указывают на необходимость дополнять такой опрос другими методами. Кроме того, формулировка вопросов

должна соответствовать ценностям и уровню развития опрашиваемых, в нашем случае – студентов, тем более, что большинство из них уже проходило именно такой социометрический опрос в школе и негативно относится к повторению опыта. Некоторые из них в качестве научной работы сами проводят такое исследование в школе, которую закончили. Поэтому для социометрического исследования студенческих групп 2 курса очной и очно-заочной форм обучения мы избрали несколько методов: определение индекса групповой сплоченности К. Сисшора [1], метод цветописи А. Лутошкина [3] (в большинстве опубликованных работ его применяют при анализе школьных коллективов, что, по нашему мнению, неоправданно сужает область его применения), оценка психологической атмосферы в коллективе (по А.Ф. Фидлеру) [6], экспресс-методику оценки социально-психологического климата в трудовом коллективе О.С. Михалюка и А.И. Шалыто ([2]).

Применив методику определения групповой сплоченности К. Сисшора, мы обнаружили, что самого высокого уровня сплоченности не достигла ни одна группа, однако во всех исследуемых группах он оказался выше среднего. Наиболее высокие результаты показали группы 354, 255, 367, 256. Самый низкий уровень сплоченности был выявлен у группы 352.

В соответствии с методикой А. Лутошкина студентам предлагалось выбрать, с каким цветом у них ассоциируется пребывание в их группе. В 351, 354, 352, 252, 253, и 256 группах большинством выбран зелёный цвет – спокойное, уравновешенное настроение. Но у студентов 352 гр. пребывание в коллективе ассоциируется ещё и с фиолетовым – тревожное, напряжённое, и с чёрным – уныние, полное разочарование, упадок сил. У студентов 255 группы преобладают ассоциации с оранжевым цветом – радостное настроение (как и у студентов гр.353) и с жёлтым – светлое (как и в гр. 367). Следует обратить особое внимание на то, что фиолетовый и чёрный цвета довольно часто выбрали в группах 251, 352, 253, 351, 352. В группах 255, 256 фиолетовый цвет не назвал ни один студент, а проигнорировали чёрный – в группах 353, 255. Ни один студент из 367 гр. не назвал красный цвет – восторженное настроение, из 256 гр. – жёлтый. Таким образом, наиболее «мрачной» представляется атмосфера в группах 352, 251, 367, наиболее положительной в 255, 353, 354 группах, уравновешенной, спокойной в 351, 252, 253, 256 группах.

В данном случае по результатам теста можно выделить и индивидуальные особенности членов группы. Так, например, студент, выбравший одновременно и красный, и чёрный цвет, воспринимает мир без полутонов и переходов.

Замерять психологическую атмосферу в группе можно также с помощью другой не-

сложной методики (предложена А.Ф. Фидлером), сущность которой составляет оценка десяти антонимичных пар, например, взаимная поддержка – недоброжелательность, занимательность – скука, по девятибалльной шкале. Выше всего суммарный балл (а следовательно – лучшая атмосфера в группе) оказался в группе 256, самый низкий – в 253 группе. Самый высокий балл по составляющим в группах 351, 354, 255, 367 дан дружелюбию; 353 – успешности; 251 – увлечённости; 252 – удовлетворённости; 256 – продуктивности; 352 – холодности; 253 – неудовлетворённости.

В соответствии с методикой О.С. Михалюка и А.Ю. Шалыто в исследуемых группах были выявлены результаты по эмоциональному, когнитивному и поведенческому компонентам отношений в коллективе. Самые высокие результаты по эмоциональному компоненту – в гр. 352, 252, 256, т.е. студентам этих групп нравится быть вместе; по когнитивному компоненту – 351, 353, 354, 253, 255, 367, т.е. ребята хорошо знают друг друга; по поведенческому компоненту – 251 и 351, т.е. ребята хотят вместе работать и проводить досуг. В группе 253 студентам неприятно находиться вместе (эмоциональный компонент «-0,45»), хотя когнитивный компонент очень высокий. Причины не вполне благоприятной психологической атмосферы в группе 352 прямо противоположны: в этой группе низкие показатели когнитивного компонента свидетельствуют о том, что ребята плохо знают друг друга. Наиболее здоровый климат в группах, где эмоциональный, когнитивный, поведенческий компоненты примерно одинаковы. Такой оказалась 256 группа.

Проведённый цикл тестов позволяет сделать следующие выводы: из всех исследуемых групп наиболее сплоченные, с хорошей морально-психологической атмосферой – 256, 353, 255. Наименее здоровый психологический климат в группах 253, 352. Следует рекомендовать проводить в этих группах больше соответствующих мероприятий, причем разной направленности, поскольку причины формирования не очень благоприятного психологического климата в этих группах разные.

Исследование выявило различную надежность и валидность методик социометрии. Наиболее удачными оказываются методы, в которых опросник составлен грамотным русским языком (не используются иноязычные вкрапления, неудачные переводы, интерференция). По нашим наблюдениям, многие психологические методики могут быть применены в русской среде только после грамотного перевода специалистом, иначе не обойтись без совсем верной интерпретации, что ведет за собой неправильные результаты и, как следствие, отрицательно сказывается на научной ценности исследования. Кроме того, следует учитывать, что определен-

ные слова-концепты не могут быть переведены без потери смысла на другие языки [2].

По нашим результатам, методика О.С. Михалюка и А.Ю. Шалыто оказалась наиболее информативной, поскольку не просто констатировала уровень групповой сплоченности, но помогла выявить причины недостаточно хорошей психологической атмосферы в некоторых группах. В вузовской практике следует использовать все виды социометрических исследований, поскольку их результаты дополняют друг друга и дают необходимую валидность. Проведение социометрии в вузе необходимо, поскольку ее результаты находят свое применение при составлении планов воспитательной работы, при выборе старост и студенческого актива.

Список литературы

1. Брушлинский А.В. Психология субъекта: индивида и группы // Психологический журнал. – 2002. – Т.23. – № 1.
2. Калинина М.А. Концепты «мечта», «мечтатель» в зеркале белорусского языка (на материале дискурсов Ф. Достоевского и С. Есенина) // Когнитивные исследования языка. 2012. – № 11. – С. 272-274.
3. Лутошкин А. Эмоциональные потенциалы коллектива. – М.: Педагогика, 1988. – 128 с.
4. Марковская И.М. Социометрические методы в психологии: Учебное пособие. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 1999. – 46 с.
5. Морено Я.Л. Социометрия. Экспериментальный метод и наука об обществе / Я.Л. Морено. – М.: Академический проект, 2004. – 320 с.
6. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М., Изд-во Института Психотерапии. 2002. – С. 190-191.

СОЦИАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

Калинина М.А.

*Рязанский институт (филиал)
Университета машиностроения, Рязань,
e-mail: schmarina@rambler.ru*

Введение термина «направленность» в научный дискурс связывают с именем С.Л. Рубинштейна, который понимал под ним динамические тенденции, определяющие деятельность человека [5]. В настоящее время исследуются ценностные ориентиры студенческой молодежи [1], направленность «на себя» и «на других» в студенческой среде [4]. Мы использовали методику Дж. Голланда по определению типа личностей, которая в большинстве случаев применяется при выборе профессий [3]. По нашему мнению, она может и должна использоваться также и для определения типов личностей в среде студентов, в том числе и для более четкого профессионального самоопределения. Кроме того, это даст возможность привнести некоторые черты в объективное ядро концепта «современная молодежь» (об ассоциативном анализе этого концепта см. нашу статью [2]).

В данном исследовании участвовало 120 студентов всех форм обучения всех спе-

циальностей 1-2 курсов РИ(ф) Университета машиностроения. В результате оказалось, что в среде студентов преобладают личности предприимчивого типа (26%). Представитель данного типа избирает цели, которые помогают проявить свойственные ему лидерские черты, энергию, энтузиазм, стремление руководить, однако повседневная рутинная работа ему не нравится. Выбранные профессии – директор, дипломат, артист.

Немного меньше (25%) среди студентов личностей социального типа, владеющих эмпатией, стремящихся учить и воспитывать, решающих проблемы в большинстве своем с опорой на эмоции и собственные вербальные способности (профессии – учитель, врач, психолог).

Личностей артистического типа с развитыми творческими способностями и оригинальностью мышления в среде опрошенных также немало – 20%.

Реалистический тип направленности среди студентов РИ(ф) Университета машиностроения оказался распространен не широко – 13%. Этот тип характеризуется любовью к конкретным действиям, связанным с манипулированием конкретными предметами, а также эмоциональной стабильностью. Профессии – механик, электрик и т.п.

10% испытуемых принадлежит к интеллектуальному типу, им присуще абстрактное мышление, они показывают высокие результаты в научной деятельности.

Меньше всего (6%) среди студентов РИ(ф) Университета машиностроения оказалось личностей конвенционального типа – негибких, зависимых, предпочитающих стереотипную, конкретную деятельность, связанную, например, с делопроизводством и расчетами.

Оказалось, что среди студентов разных форм обучения преобладают различные типы социальной направленности личности. Так, в «первую тройку» у студентов очной формы обучения входят социальный, артистический и – одинаковое количество – предприимчивый и реалистичный типы. Среди студентов очно-заочной и заочной форм обучения «лидирует» предприимчивый тип. Личностей артистического и реалистического типа у вечерников меньше, а на третьем месте – социальный и интеллектуальный типы. У студентов заочной формы обучения на втором и третьем месте по встречаемости – социальный и артистический типы.

Тестирование показало, что для студентов и строительных, и машиностроительных специальностей в первую «тройку» входят одинаковые типы социальной направленности, однако среди студентов строительных специальностей преобладает социальный, затем предприимчивый и артистичный типы, а у машиностроителей на первом месте предприимчивый, затем артистический и только потом – социальный тип.