

АНАЛИЗ ХАРАКТЕРИСТИК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ГРУППЫ СОЦИАЛЬНЫХ АУТСАЙДЕРОВ

Жизнь любого человека, развитие его личности представляют собой непрерывный процесс адаптации человека к условиям столь же непрерывно меняющейся среды.

Термин «adaptation» (приспособление) первоначально возникший в биологии для описания процессов и механизмов приспособления, привыкания организмов к условиям существования, по словам Г. И. Царегородцева [2], может быть отнесен к таким общенаучным понятиям, которые, возникая на «стыках», «точках соприкосновения» наук распространяются затем на многие отрасли естественных и социальных наук.

Как отмечает М. С. Яницкий [3], исследователи, имеющие различные мировоззренческие позиции, в зависимости от исследуемого объекта, используют понятие «адаптация» с определенными смысловыми оттенками, в рамках специфики той или иной науки для обозначения:

- процесса, при котором организм приспосабливается к среде;
- как отношения установления равновесия между организмом и средой; как результат приспособительного процесса;
- в связи с «целью», к которой стремится человек.

Направленный на сохранение динамического равновесия организма и среды, и определяемый характером этого взаимодействия, процесс адаптации человека осуществляется как единая функциональная система на физиологическом, психологическом и социально-психологическом уровнях, характеризуя его физиологическое, психологическое, деятельностное и социально-поведенческое приспособление к изменениям внешних условий. Поэтому адаптационная стратегия, по словам Ф. Б. Березина [1], может быть использована как один из перспективных подходов к комплексному изучению человека. Данный тезис представляется особенно актуальным на современном этапе развития российского общества.

С начала 1990-х годов, в связи с кризисом российской государственности и децентрализацией управления экономической и социальной средой, в системе российской стратификации происходит появление новых социальных позиций.

Утратив признаки «тотального», государство оказалось неспособным удовлетворять все нужды и потребности населения, которые стали реализовываться не в крупных социальных организациях, а на более скрытом уровне малых групп и сообществ.

Мы считаем, что, отражая основные направления в тенденциях социальной мобильности, новые позиции прежде всего характеризуют различия в уровне и стратегии адаптации к проводимым преобразованиям как у отдельных граждан, так и у целых групп.

Для подтверждения данного предположения нами, в 2003-2005 гг. на территории города Прокопьевска Кемеровской области, было проведено пилотажное исследование, объектом которого являлись лица без определенного места жительства и иные граждане, демонстрирующие сходные модели социального поведения: «обитатели» так называемых «рабочих свалок», «попрошайки» у церкви и т. п. В качестве предмета исследования рассматривались особенности социально-психологических характеристик данной группы лиц как представителей группы социальных аутсайдеров. Рабочая гипотеза содержала предположение о том, что, несмотря на равный уровень дохода¹, различия социальных стратегий между основной и контрольной группами обусловлены прежде всего различием в их психологических характеристиках.

На наш взгляд, проведенное исследование представляет несомненный интерес для специалистов широкого профиля и может способствовать более глубокому пониманию условий и механизмов процесса социального расслоения в период социально-экономических преобразований.

Всего в исследовании приняло участие 191 человек в возрасте от 17 до 69 лет, из них 43 % мужчин и 57 % - женщин: 79 человек – основная группа и 112 – контрольная. Неравномерность соотношения численного состава групп обусловлена не только сложностью или малодоступностью мест пребывания данной социальной группы, но и зачастую, в силу алкогольного опьянения, низким уровнем понимания предъявляемого материала.

Исследуемым были предложены следующие тестовые методики: тест ММРІ, адаптированный Ф. Б. Березиным и М. П. Мирошниковым, и СПА (методика диагностики социально-психологической адаптации) К. Роджерса и Р. Даймонда. Полученные данные были подвергнуты обработке стандартными методами математической статистики, такими как сравнение средних показателей по t-критерию Стьюдента, с определением вероятности ошибки различных средних (р). Обработка данных проводилась с использованием комплексного программного пакета для математической обработки статистических данных «Statistica'99 Edition».

При анализе результатов, полученных по тесту ММРІ (рис. 1), обнаруживается различная степень напряжения адаптационных механизмов в исследуемых группах. Профили исследуемых групп, по существу, отражают сходные особенности (не выходя за рамки средних показателей), но с высокой

¹ По результатам проведенного исследования, выяснилось, что минимальный ежедневный доход в данной группе составляет 200 рублей.

достоверностью отличаются степенью подъема по всем шкалам, кроме L – оценивающую искренность респондентов ($p=0,185$), и K – отражающую уровень неосознанного контроля под поведением ($p=0,274$).

Индивиды группы БОМЖ достоверно ($p<0,001$) проявляют робость и склонны к тревоге; более старательны, но неспособны самостоятельно прини-

мать решения, так как неуверенны в себе и при малейших неудачах впадают в отчаяние (шкала 2). Они достоверно в большей мере ($p<0,001$), чем представители контрольной группы, дезадаптированы: пренебрегают социальными нормами и ценностями, агрессивны и конфликтны в силу эмоциональной неустойчивости, обидчивости и чувствительности (шкала 4).

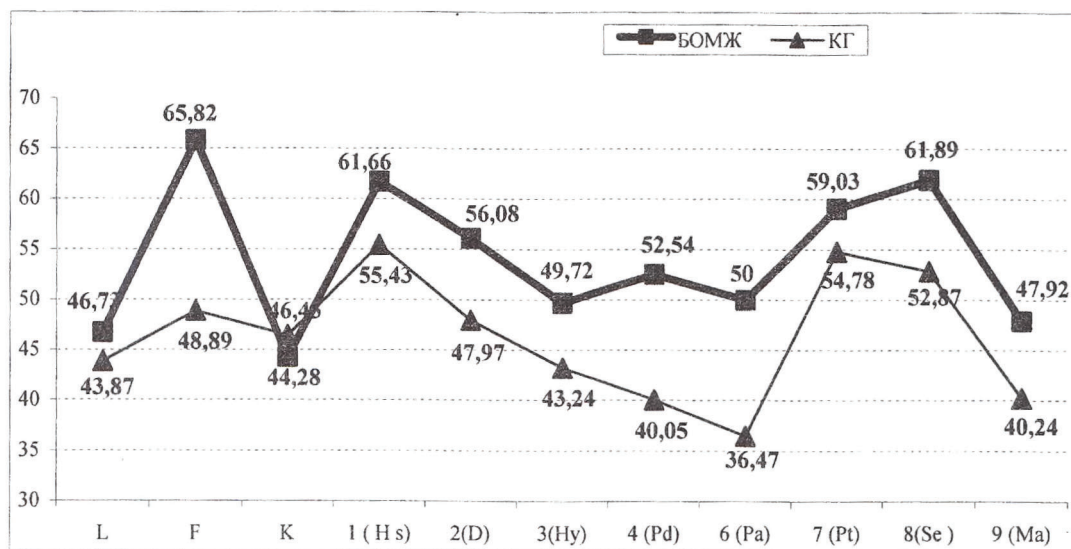


Рис. 1. Усредненные профили по тесту MMPI исследуемых групп (БОМЖ – экспериментальная группа, КГ – контрольная группа)

Группа социальных аутсайдеров достоверно ($p<0,001$) более склонна к формированию сверхценных идей и переоценки собственных малейших (на уровне удачи) достижений. Для них в большей степени характерно активное насаждение собственных взглядов при общей ригидности, односторонности, агрессивности и злопамятстве, что неизбежно влечет за собой более частые конфликты с окружающими (6-я шкала).

Бомжи достоверно отличаются ($p<0,001$) более выраженной шизоидностью: для них более характерно сочетание повышенной чувствительности с эмоциональной холодностью и отчужденностью в межличностных отношениях, поэтому повседневные горести и радости не способны вызвать у них значительного эмоционального отклика (шкала 8).

Также достоверно ($p<0,001$) установлено, что для бомжей является более характерным приподнятое, вне зависимости от обстоятельств, настроение. Предпочитают деятельность с частыми переменами, поскольку в своих интересах поверхностны и неустойчивы. Для того, чтобы достигнуть поставленной цели, им чаще, чем представителям контрольной группы, не хватает выдержки и настойчивости (шкала 9).

Индивиды экспериментальной группы более склонны ($p = 0,035$) к сомнениям, тревожности, мнительности и нерешительности (шкала 7).

У представителей экспериментальной группы достоверно выше ($p = 0,004$) склонность к невротическим защитным реакциям конверсионного типа. Представители данной группы в большей степени склонны использовать симптомы соматических заболеваний как средство избегания ответственности, поэтому все проблемы разрешаются уходом в болезнь. В поведении в большей степени присутствует стремление доминировать во что бы то ни стало, так как их чувства и интересы поверхностны и неглубоки (шкала 3).

Исследуемые экспериментальной группы более пассивны ($p = 0,007$) и медлительны, хуже переносят смену обстановки так как достаточно медленно приспосабливаются к изменению внешних условий.

По методике исследования особенностей социально-психологической адаптации в группе социальных аутсайдеров наблюдается ряд достоверных отличий от показателей контрольной группы. Как и в предыдущем случае, бросается в глаза «сдвинутость» графика (рис. 2) – профиль в целом сходный, но адаптация «ниже».

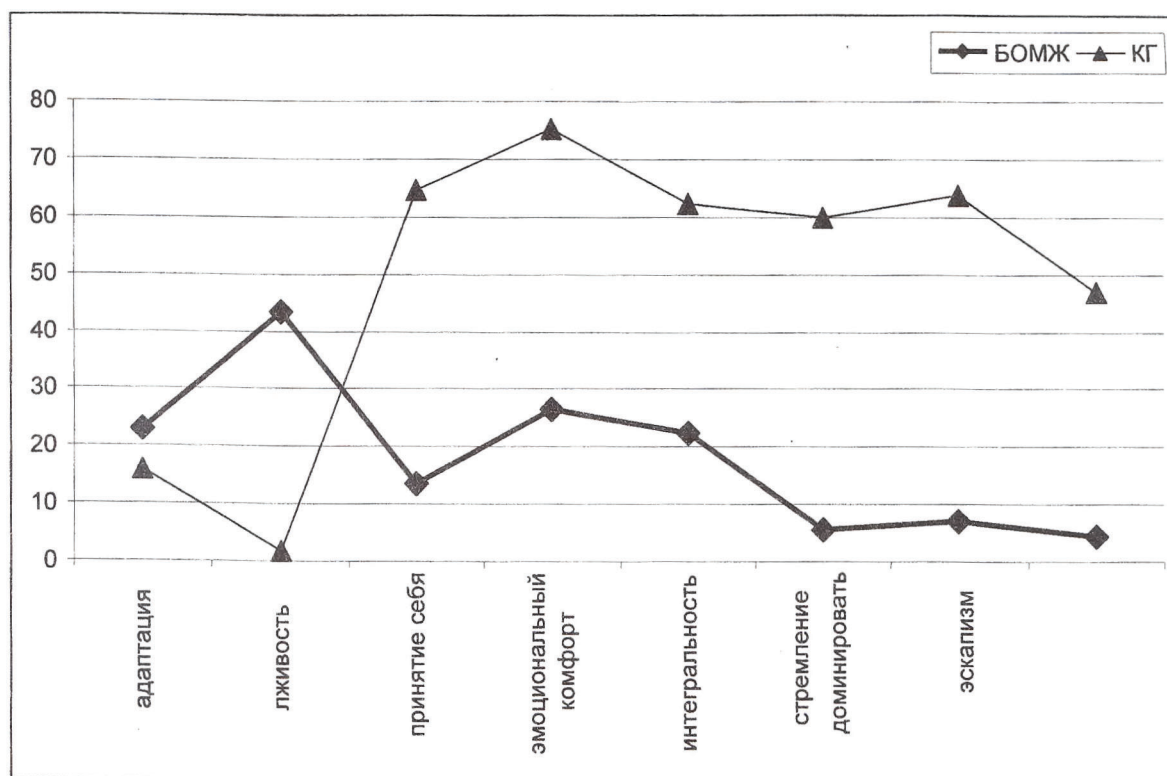


Рис. 2. Усредненные профили по тесту СПА исследуемых групп (БОМЖ – экспериментальная группа, КГ – контрольная группа)

Группа социальных аутсайдеров достоверно хуже адаптирована ($p < 0,001$), им определенно труднее принимать себя и воспринимать себя адекватно ($p < 0,001$), для них более характерно (с достоверностью $p < 0,001$) чувство эмоционального дискомфорта. Кроме того, они достоверно менее искренни ($p < 0,001$).

Таким образом, полученные нами данные позволяют охарактеризовать стратегии адаптационного поведения группы социальных аутсайдеров. Данное исследование позволяет говорить о перспективности дальнейшего исследования психологических особенностей данной социальной группы, например, таких, как закономерности их социально-

психологической адаптации, что и будет являться предметом наших дальнейших исследований.

Литература

1. Березин, Ф. Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека / Ф. Б. Березин. – Л.: Наука, 1988. – 270 с.
2. Философские проблемы теории адаптации / под ред. Г. И. Царегородцева. – М., 1975. – 277 с.
3. Яницкий, М. С. Адаптационный процесс: психологические механизмы и закономерности динамики: учеб. пособие / М. С. Яницкий. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 1999. – 84 с.

УДК 159.923:316.754:366.636

М. С. Яницкий

ОСОБЕННОСТИ МАССОВО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ТИПА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЦЕННОСТНОЙ СИСТЕМЫ

Средства массовой коммуникации (СМК) традиционно рассматриваются в качестве одного из «трансляторов социального опыта», важнейшего (наряду с семьей и школой) института социализации, посредством которого ценности того или иного общества передаются личности.

В последние десятилетия влияние социокультурной среды на формирование системы ценностей индивида опосредуется средствами массовой информации все в большей степени. В работах К. Ховланда, А. Маслоу, Г. Оллпорта, Ю. А. Шерковина, А. В. Шарикова и Э. А. Барановой рассмат-

риваются вопросы, связанные с влиянием на формирование системы ценностей личности электронных СМИ – телевидения, радио, а также системы ИНТЕРНЕТ. Особый акцент при этом делается на пассивности и некритичности принятия личностью ценностей так называемой «массовой культуры». Так, в необихевиористской модели «убеждающей коммуникации» К. Ховланда ценности и социальные установки аудитории являются производными от СМК, «приобретенной реакцией» на воздействие «убеждающего сообщения», выступающего в качестве внешнего стимула. Однако, как показано в ис-