

ПОКАЗНИКИ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ КЛІЄНТІВ ЦЕНТРУ ЗАЙНЯТОСТІ

У статті представлено огляд і аналіз феномену самоідентифікація. На матеріалі вивчення психологічної літератури конкретизовано теоретичний і практичний внесок науковців із означеної проблематики. Висвітлено результати емпіричного дослідження показників самоідентифікації клієнтів центру зайнятості.

Ключові слова: ідентичність, самоідентифікація, клієнт центру зайнятості, безробітний.

В статтє представлен обзор и анализ феномена самоидентификация. На материале изучения психологической литературы конкретизированы теоретический и практический вклад учёных по обозначенной проблематике. Отражены результаты эмпирического исследования показателей самоидентификации клиентов центра занятости.

Ключевые слова: идентичность, самоидентификация, клиент центра занятости, безработный.

In article representation overview and analysis of the phenomenon samoydentyfikatsyya. On the materials izucheniiia psychological literature konkretyzovany Theoretically and a practical contribution to oboznachennoy Scientists issues. Otrazheny empyrycheskoho the results of the study indicators samoydentyfikatsyyu clients center employment.

Key words: ydentychnost, samoydentyfikatsyya, client center employment, Unemployment.

Постановка проблеми. Доволі радикальні зміни, яких зазнало суспільство у сучасну епоху поряд із позитивними тенденціями, спричинили низку негативних наслідків, насамперед, скорочення робочих місць, розбалансованість ринку праці, дестабілізацію соціально-трудова відносин у суспільстві, збільшення неорганізованого часу, появу соціальної напруги у суспільстві тощо. Це, в свою чергу, спричинило часту зміна настрою і психологічного стану людей, появу розгубленості, посилення депресії, втрату сенсу життя, зміну соціального статусу, звичного рівня життя і колишніх соціальних зв'язків, матеріальні труднощі у значної частини населення. Тому визначення життєвих проблем, що викликають зміни у самосвідомості та самостваленні людини є доволі актуальним.

Аналіз сучасних досліджень.

Проведений аналіз психологічної літератури засвідчує, що проблема ідентичності вивчається в межах різних підходів: психоаналітичного [6], статусного [9], ціннісно-вольового [10], біхевіористичного [8], екзистенціально-гуманістичного [2], когнітивного [7], структурно-динамічного [1; 3-5]. Автори розглядають структуру, генезу, умови та особливості становлення і розвитку ідентичності, які мають власну предметну сферу аналізу. До характерних особливостей ідентичності науковці відносять такі: природа ідентичності розглядається через категорії тотожності, цілісності та відповідності самому собі в різні періоди

життя; розвиток ідентичності відбувається через подолання криз (руйнування старої структури і формування нової). Більшість авторів схиляється до думки, що в особистості наявні два види ідентичності – соціальна та особистісна, а Я-ідентичність формується як баланс між ними.

Визначено, що самоідентифікація, як ототожнення себе з певною соціальною групою, образом, роллю тощо, безпосередньо пов'язана зі світоглядом особистості, з поведінкою у соціумі, з проблемами особистісного розвитку і взаємостосунків. Її формування і розвиток починається ще у дитинстві. Але поведінка спочатку носить імітаційний характер, в процесі якої дитина імітує інтонаційні характеристики голосу, висловлює сентенції, притаманні дорослим. Вона не усвідомлює своє наслідування дорослим, але поступово відбувається перехід з автоматичного рівня на рівень підсвідомості. Дитина ідентифікує себе з якостями значимих інших, зокрема, якостями своїх батьків. Однак цього може і не відбуватися, якщо існують обставини, що травмують психіку дитини. Відтак, на формування і зміст самоідентифікації впливає прагнення людини до психологічного комфорту, уникнення відповідальності за дурні вчинки.

Самоідентифікація, як один із ключових елементів особистості людини, може бути або негативною, або позитивною. Відповідно до структури свідомості виділяють різні рівні

Питання психології

самоідентифікації: соціально-професійний (соціальна роль, соціальний статус, професійна приналежність), сімейно-клановий і національно-територіальний (віднаходження відповіді на питання про роль у сім'ї – син, сестра, дружина тощо, приналежність до сім'ї як клану, приналежність до певної національності), релігійно-ідеологічний (приналежність до певної релігійної конфесії або відсутність такої приналежності (атеїзм, пантеїзм), сповідування певної ідеології), еволюційно-видовий (належить до давніх часів, коли племена поклонялися певним тваринам або духам тварин (плем'я тигра та ін.)), статевий (гендерний), духовний (мій зв'язок з Богом, ставлення Бога до мене і мого до Бога). Нижні рівні самоідентифікації впливають на верхні, явно чи неявно – залежить від ступеня усвідомлення конкретною людиною.

Адекватна самоідентифікація на кожному рівні і розчинення меж між ними надають можливість людині гармонійно розподіляти свою енергію між різними сферами свого життя, отримувати адекватну енергетичну підпитку від сім'ї і від духовного сектору, вести усвідомлене, наповнене життя.

За кожним рівнем самовизначення стоять певні уявлення людини про атрибути ролі, її переваги та недоліки, завдання і форми реалізації, запозичені з соціуму, книжок, власного життєвого досвіду та ін. відповідно з цією роллю і формуються певні

Таблиця 1 - Особливості самоідентифікації безробітних жінок різного віку ($x_{cp} \pm \sigma$, кількість відповідей)

Показники самоідентифікації	Групи жінок за віком			t, p		
	1	2	3	1-2	2-3	1-3
Соціальне-Я	6,56 ± 1,33	6,92 ± 1,32	6,33 ± 1,24	0,64	1,26	0,42
Комунікативне-Я	0,89 ± 0,60	1,31 ± 0,75	1,72 ± 1,13	1,45	1,23	2,50*
Фізичне-Я	0,44 ± 0,53	0,23 ± 0,44	0,56 ± 0,92	1,00	1,30	0,40
Діяльнісне-Я	0,78 ± 1,30	0,46 ± 0,52	0,11 ± 0,47	0,69	2,21*	1,49
Перспективне-Я	-	0,15 ± 0,30	-	-	0,33	-
Рефлексивне-Я	1,33 ± 1,41	1,00 ± 1,00	1,11 ± 1,41	0,61	0,26	0,39

Примітка: * $p < 0,05$; ** $p < 0,001$.

Перша група досліджуваних жінок, віком 18-25 років, характеризується домінуванням показника ідентичності – соціальне-Я (6,56 ± 1,33). Соціальне-Я – це набір ролей, які люди грають в соціумі, воно включає в себе такі компоненти, як: стать, сексуальна роль, навчально-професійна позиція, сімейна приналежність, етнічно-регіональна та світоглядна ідентичність. Так,

стереотипи поведінки і певні соціальні очікування.

Відсутність усвідомлення зв'язків між рівнями самоідентифікації приводе людину до незадоволеності собою і своїм життям в цілому. Часто це незадоволення проєктується на найближче оточення – діти, батьки, керівництво, весь світ – всі частково або повністю винні.

У межах даної статті буде представлено результати дослідження самоідентифікації клієнтів центру зайнятості.

Виклад основного матеріалу. Беручи до уваги, що самоідентифікація як психологічний механізм формування ідентичності виконує низку функцій:

- відбір нових особистісних і соціальних цінностей в структуру ідентичності;
- переструктурування ідентичності відповідно з особливостями нових елементів, що ввійшли в її структуру;
- визначення людиною значення та цінності нових елементів ідентичності і співставлення їх з попередніми соціальними цінностями, що також входять у структуру ідентичності, було проведено дослідження, спрямоване на виявлення особливостей самоідентифікації клієнтів центру зайнятості.

Отримані в ході нашого дослідження результати подано в табл. 1 і 2.

Інтерпретація отриманих даних за методикою «Хто Я?» (М. Кун, Т. Макпартленд) свідчить про наступне (див. табл. 1).

жінки цієї групи найбільш ідентифікують себе з такими соціальними ролями, як стать (88,1%), а саме – жінка, дівчина. Четверта частина (24,2%) досліджуваних жінок сприймають себе зі сторони сексуальної ролі, а саме ідентифікують себе, як коханки. Сімейна приналежність у жінок даної групи виражається через ролі – дочка (100%), сестра (76,7%), жінка (63,1%), тітка (53,5%),

онучка (58,2%). Показник етнічної ідентичності у досліджуваних виражається через роль громадянина України (44,4%). Групова приналежність у жінок виявляється через роль сусідки (21,2%).

Менш вираженим у жінок першої групи є показник самоідентичності – рефлексивне-Я ($1,33 \pm 1,41$). Даний показник включає в себе такі компоненти: персональна ідентичність, а саме особистісні якості, особливості характеру. У жінок він представлений такими ролями – невдаха (41,8 %), людина, якою можна пишатись (12,1 %), та такими особистісними характеристиками, як кохана (32,0 %), погана жінка, бажана жінка, капризна жінка, мрійлива жінка (приблизно по 10 %).

Самоідентифікація за показником комунікативне-Я також мало характерна для жінок першої групи ($0,89 \pm 0,60$). Так, такі компоненти комунікативного-Я, як спілкування та дружба у жінок представлені роллю подруги (50,5 %).

Найменш характерними для жінок даної групи показниками самоідентичності є показники діяльнісного-Я ($0,78 \pm 1,30$) та фізичного-Я ($0,44 \pm 0,53$). Діяльнісне-Я включає в себе діяльність, заняття, інтереси та захоплення, а також самооцінку в діяльності, досягненнях. У жінок цей показник виражений ролями – учень (30,3 %) та професіонал (10,0 %). Щодо показника фізичного-Я, який містить в собі такі компоненти, як опис зовнішності, фізичних даних, то у досліджуваних жінок він представлений роллю красуні (45,5 %) та спритної дівчини (12,8 %).

У другій групі досліджуваних жінок, віком 25-35 років, найбільш вираженим показником самоідентичності також є показник соціального-Я ($6,92 \pm 1,32$). Виражається даний показник через позначення жінками своєї статті (100 %), характеристик сімейної приналежності – донька (92,1 %), сестра (84,7 %), жінка (77,0 %), тітка (30,7 %), мати (54,2 %), онука (46,8 %); етнічної приналежності – громадянин України (38,4 %); групової приналежності – сусідка (30,3 %).

Друге місце посів такий показник самоідентичності як комунікативне-Я ($1,31 \pm 0,75$). По відношенню до взаємодії з іншими людьми жінки самоідентифікуються соціальною роллю – подруга (92,0 %) та балакуча жінка (18,5 %).

Особистість (15,3 %), кохана (12,8 %), життєрадісна (7,69 %), а саме: через дані характеристики рефлексивного-Я ($1,00 \pm 1,00$) демонструють позитивне емоційне відношення до себе досліджувані жінки другої групи. Негативними характеристиками є: невдаха (13,2%), дурна жінка (8,6%).

Найменш жінки даної групи ідентифікують себе за показниками діяльнісного-Я ($0,46 \pm 0,52$), фізичного-Я ($0,23 \pm 0,44$) та перспективного-Я ($0,15 \pm 0,3$). Характеристики діяльнісного-Я: покупець (7,69 %), домогосподарка (8,08 %) найменш присутні у самоідентифікації безробітних жінок другої групи. Фізичне-Я жінок виражено характеристикою красуня (23,07 %), а перспективне-Я, в свою чергу, соціальною роллю – майбутня мама (26,0 %) та майбутній спеціаліст (5,3 %).

Домінуючим показником самоідентифікації жінок з третьої вікової групи також є соціальне-Я ($6,33 \pm 1,24$). Даний показник представлений наступними соціальними компонентами: стать (83,3 %), домогосподарка (47,7 %). Жінки цієї групи найбільш самоідентифікують себе за такими сімейними соціальними ролями, як: мати (72,2 %), донька (72,2 %), жінка (63,0 %) та сестра (66,6 %), а найменш з роллю тітки (38,8 %) та онуки (27,7 %). За етнічно-регіональною приналежністю тільки 16,6 % жінок даної групи приписують собі статус громадянина України. Групова самоідентичність виражена характеристиками – людина (55,5 %), сусідка (26,3 %), селянка (15,2 %).

Наступним за частотою у досліджуваних даної групи проявляється показник комунікативного-Я ($1,72 \pm 1,13$). Найбільш поширена соціальна роль самоідентифікації жінок за взаємодією з оточуючими – подруга (77,7 %).

Щодо показника рефлексивного-Я ($1,11 \pm 1,41$), у жінок він представлений емоційними характеристиками по відношенню до себе, а саме – розумниця (13,2 %), кохана (22,2 %), дурепа (7,8 %), невдаха (6,3 %).

Самоідентифікація за показником фізичне-Я ($0,56 \pm 0,92$) у досліджуваних жінок представлена характеристикою красуня (38,8 %) та фізично сильна і витривала жінка (20,5 %).

Діяльнісне-Я ($0,11 \pm 0,47$) є найменш

Питання психології

вираженим показником самоідентичності у жінок третьої групи, характеризується ролями професійної безробітної (10,2 %), колишній працівник (8,8 %).

Виявлені статистично значимі відмінності за показником самоідентичності комунікативне-Я ($0,89 \pm 0,60 < 1,72 \pm 1,13$; $p \leq 0,05$) між першою та третьою групами безробітних жінок. Це свідчить про те, що жінки третьої групи більш сприймають себе як активного члена власного кола спілкування. Вони більш позитивно оцінюють свою взаємодію з оточуючими, можуть бути схильні прислухатися до людей, давати їм поради.

Також виявлені статистично значимі відмінності в показнику діяльнісного-Я, між досліджуваними жінками другої та третьої груп ($0,78 \pm 1,30 > 0,11 \pm 0,47$; $p \leq 0,05$). Так, жінки другої групи усвідомлюють свої більш високі здібності до діяльності, мають позитивну самооцінку своїх навичок, умінь, знань. Жінки цієї групи вважають, що мають більше сил для діяльності, нових досягнень, готові займатися серйозні посади, бо вже склались професіонали. В свою чергу жінкам третьої групи професійна діяльність стала вже не досить важливою, бо на перше місце вийшла сімейна сфера.

Узагальнюючи результати вивчення особливостей самоідентифікації безробітних жінок різного віку можна зробити наступні висновки:

Таблиця 2 - Особливості самоідентифікації безробітних чоловіків різного віку ($\bar{x}_{cp} \pm \sigma$, кількість відповідей)

Показники самоідентифікації	Групи чоловіків за віком			t, p		
	1	2	3	1-2	2-3	1-3
Соціальне-Я	$5,81 \pm 2,12$	$4,77 \pm 1,30$	$6,02 \pm 1,74$	1,96*	2,34*	0,40
Комунікативне-Я	$1,66 \pm 1,30$	$0,90 \pm 1,25$	$2,32 \pm 2,30$	2,44*	4,06**	2,21*
Фізичне-Я	$1,54 \pm 0,89$	$1,83 \pm 1,02$	$1,26 \pm 0,62$	0,60	1,41	0,35
Діяльнісне-Я	$1,50 \pm 1,41$	$1,66 \pm 1,38$	$1,90 \pm 1,71$	0,34	0,48	0,70
Перспективне-Я	$0,90 \pm 0,40$	$1,60 \pm 1,37$	$0,34 \pm 1,00$	2,42*	4,49**	3,32**
Рефлексивне-Я	$0,73 \pm 1,23$	$1,49 \pm 2,21$	$1,98 \pm 2,08$	3,61**	1,91*	3,36**

Примітка: * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,001$.

Аналізуючи дані, представлені в табл. 2, слід відмітити, що показники соціального-Я є основою для самоідентифікації безробітних чоловіків усіх вікових груп, так само, як і жінок. Так, у першій віковій групі безробітних чоловіків даний показник ($5,81 \pm 2,12$) виражається через позначення статі (100%), сімейної приналежності – син (70,4 %), онук (31,2 %), етнічної ідентичності

1. Деякі показники самоідентифікації мають тенденцію до збільшення чи зменшення у групах досліджуваних віком. Так, показник комунікативного «Я» має тенденцію збільшуватися з віком безробітних жінок. У них підвищується соціальна взаємодія з іншими людьми, спілкування стає більш активним. Показник діяльнісного «Я» має тенденцію до зниження з віком досліджуваних жінок. Для більш старших безробітних характерно зменшення значимості професії в житті, орієнтація на сім'ю.

2. Домінуючими в самоідентифікації всіх безробітних досліджуваних жінок є характеристики соціального «Я». Жінки, насамперед, вважають себе сімейно-приналежними, важливими для них є соціальні ролі: мати, жінка, донька, сестра. В той же час констатовано відсутність ідентифікації з професійними групами, що вказує на компенсаторну роль сім'ї.

3. Найменш вираженим показником самоідентичності особистості досліджуваних жінок є характеристики перспективного «Я», характерні тільки для другої групи досліджуваних, що виражається у сімейних та кар'єрних перспективах і намірах. Це свідчить про слабку сформованість у безробітних жінок ієрархії цілей у житті та планів на близьку перспективу.

Результати дослідження особливостей самоідентифікації у групі безробітних чоловіків різного віку представлені у таблиці 2.

– українець (60,0%). Відмічено відсутність самоідентифікації у цій групі через характеристики групової приналежності.

На другому місці за частотою згадувань у віковій групі чоловіків до 25 років знаходиться показник комунікативного-Я ($1,66 \pm 1,30$). Він розкривається через ролі друга (61,8 %) та умілого співрозмовника (7,2 %).

Показник фізичного-Я представлений на третьому місці ($1,54 \pm 0,89$) і містить здебільшого характеристики мужнього хлопця (40,1 %), сильного чоловіка (16,0 %). Приблизно такою ж мірою сформований показник діяльнісного-Я ($1,50 \pm 1,41$) із дефініціями помічника (20,0 %), господаря (12,8 %), активного шукача роботи (6,2 %).

Мало виражені у цій віковій групі показники перспективного-Я ($0,90 \pm 0,40$) та рефлексивного-Я ($0,73 \pm 1,23$). Вони представлені характеристиками байдужий (16,3 %), агресивний чоловік (7,2 %), майбутній багатий (10,3 %) та майбутній студент (3,2 %).

У другій віковій групі показник соціального-Я ($4,77 \pm 1,30$) розширюється за рахунок ідентифікації з роллю чоловіка (67,2 %) та батька (41,8 %). Майже відсутні характеристики етнічної приналежності (українець – лише 11,8 %), але наявні релігійні дефініції (християнин, православний 7,7 %) та показники ідентифікації з інтернет-співтовариством (геймер – 6,1 %, інтернет-користувач – 10,3 %).

Показник комунікативного-Я виражений на низькому рівні ($0,90 \pm 1,25$) і представлений включно характеристиками друга і товариша (приблизно по 15 %). Це, на нашу думку, свідчить про наявне звуження комунікативного кола безробітних чоловіків цієї вікової групи.

Інші показники виражені у цій групі приблизно на однаковому рівні. Слід відмітити виявлені статистично значимі відмінності між деякими ідентифікаційними підставами, характерні для другої групи безробітних. Так, показник перспективного-Я ($1,60 \pm 1,37$) сформований у цій групі найвищою мірою (при $p \leq 0,05$ у порівнянні з першою та $p \leq 0,001$ при порівнянні з другою групою). У досліджуваних цієї групи частіше зустрічаються перспективні висловлювання, які містять слово «майбутній». Так само і показник рефлексивного-Я виражений у цій групі більшою мірою, ніж у попередній ($1,60 \pm 1,37 > 0,90 \pm 0,40$; $p \leq 0,05$), що свідчить про кращу усвідомленість ними власних недоліків та переваг. Наприклад,

лише у цій групі досліджуваних зустрічаються висловлювання, які вказують на риси особистості, які заважають, або сприяють професійній діяльності та містять слова «занадто...» та «... недостатньо».

Третя вікова група безробітних характеризується також переважаючою самоідентифікацією на основі показників соціального-Я ($6,02 \pm 1,74$). Цей перелік розширюється за рахунок нових родинних зв'язків: дідусь, дядько тощо. Характеристики комунікативного-Я у цій досліджуваній групі виражені найбільшою мірою ($2,32 \pm 2,30$), і статистично значимо вищі, ніж у першій та другій (при $p \leq 0,05$). Це означає, що старші безробітні чоловіки в цілому не відчують проблем із порушенням кола спілкування.

Звертає увагу той факт, що у цій групі безробітних показники перспективного-Я представлені найменшою мірою ($0,34 \pm 1,00$), і статистично значимо меншою мірою, ніж у попередніх групах (при $p \leq 0,05$), що вказує на практично повну відсутність у старших безробітних чоловіків стратегії самореалізації, задоволеність собою та наявним станом справ.

Між тим, показник рефлексивного-Я сформований у безробітних, старших за 35 років, найвищою мірою ($1,98 \pm 2,08$), він виявляється найбільшим серед інших груп (при $p \leq 0,05$ у порівнянні з другою та $p \leq 0,001$ у порівнянні з першою групою). Це свідчить про задоволеність ними власною особистістю, гарним усвідомленням власних сильних та слабких рис. В той же час це непрямо вказує на екстернальність (або екстрапунітивність) їх реагування: якщо людина переживає кризу безробіття, і при цьому задоволена собою, очевидно, що вона звинувачує у цьому когось іншого: державу, суспільство, роботодавців тощо.

Порівнюючи підстави для самоідентифікації безробітних чоловіків та жінок, можна зауважити, що у всіх вікових групах безробітних основою самоідентифікації є віднесення себе до певних соціальних груп, основою з яких є сім'я (див. рис. 2).

Питання психології

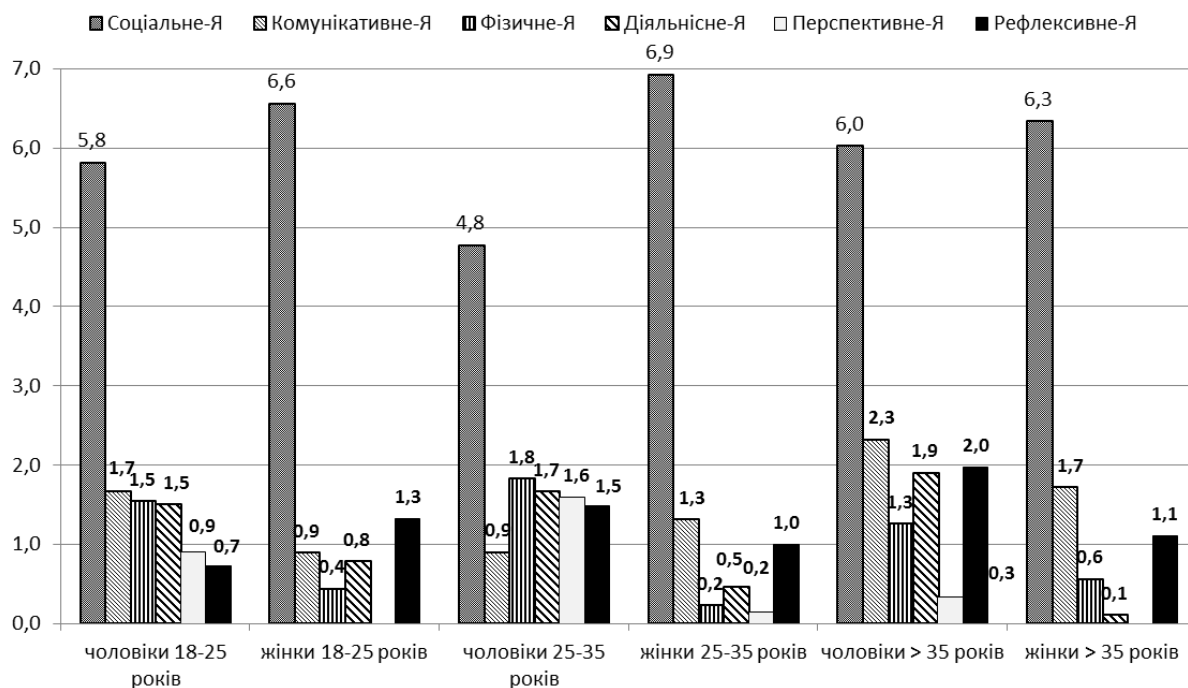


Рис. 2. Узагальнені особливості самоідентифікації безробітних чоловіків та жінок різного віку (Х_{ср}, кількість відповідей)

Висновки. Самоідентифікація є одним із важливих механізмів формування «Я-концепції» людини. При цьому вона виступає і як процесуальна динамічна характеристика формування її ідентичності.

Самоідентифікація професійної ідентичності тісно взаємодіє з професійними стереотипами, образами, професійними ролями.

Проблемними моментами, виявленими у всіх групах безробітних є низький рівень самоідентифікації за професійними підставами (діяльнісне «Я»), що свідчить про те, що професійна діяльність займає неналежне місце в самосвідомості

безробітних, вони намагаються компенсувати її відсутність замість того, щоб активно шукати роботу.

Крім того, загалом низькі показники перспективного «Я» свідчать про наявність у безробітних проблеми із стратегіями самоствердження, відсутність сформованих планів та цілей у житті, наявність механізмів психологічного захисту, які спотворюють самосприйняття у ситуації безробіття.

Перспективою подальших наукових розвідок може бути дослідження вибору ступеня відповідності професійним прикладам.

Література

1. Гнатенко П.І., Павленко В.М. Ідентичність: філософський та психологічний аналіз. – К.: "АРТ - ПРЕСС", 1999. – 466 с.
2. Злівков В.Л. Проблема особистісної та професійної само ідентифікації в сучасній психології / Соціальна психологія. – 2006. – №5. – С.128-136.
3. Лушин П.В. О психологии человека в переходной период (Как выжить, когда все рушится?) – Кировоград: КОД, 1999. – 208 с.
4. Шнейдер Л.Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. – М.: МПСИ, 2007. – 128 с.
5. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг. – М.: Модэк, 2004. – 600 с.
6. Эриксон Е. Идентичность: юность и кризис. – М., 1996. – 634 с.
7. Breakwell G.M. Coping with threatened identities. – L. – N.Y.: Mithuen, 1986.
8. Identity in adolescence: Processes and contents. – San Francisco, 1985. – p. 117-118.
9. Marcia J.E. Identity in adolescence // Adelson J. / (ed.). Handbook of adolescent psychology. – N.Y.: John Willey, 1980.
10. Waterman A.S. Identity development from adolescent to adulthood: an extension of theory and review of research // Development psychology. – Vol. 18. – №3. – 1982. – P. 341-358.