

жертвний характер. Діти із відчуттям морального співчуття характеризуються підвищеною особистою відповідальністю. Вона проявляє альтруїзм у зв'язку з ідентифікаційно-емпатичним отождоенням, співпереживанням, але іноді не доходить до дії. Його допомога не має жертвного характеру, альтруїстичні прояви не стійкі через можливе зменшення ідентифікації й підвищення особистої відповідальності. Отже, різноманіття змістів поняття „співпереживання” як у зарубіжній, так і у вітчизняній психолого-педагогічній літературі, свідчить про поліфункціональність і унікальність даного феномена. В роботах вітчизняних дослідників простежується стійка залежність рівня розвитку співпереживання в дітей від емоційного образу дорослого, від його вміння відгукуватися на переживання оточуючих людей. При відсутності цей світ сприймається дитиною як загрозливий, а замість співпереживання з'являється страх, агресія.

Висновки. Система цінностей та збереження пропріуму особистості, емпатія складають основу просоціальної поведінки. Позитивний результат формування просоціальної поведінки можна досягнути через цілеспрямований вплив на когнітивно-мотиваційну, емоційно-оцінну, поведінкову сфери молодших школярів.

Список використаних джерел:

1. Алексеева М. И. Мотивы навчання учнів: Посіб. для вчителів / М. И. Алексеева. – К. : Рад. шк., 1974. – 120 с.
2. Божович Л. И. Проблемы формирования личности / Под. ред. Д. И. Фельдштейна. – М. : Изд-во „Институт практической психологии”, Воронеж: НПО „МОДЭК”, 1998. – 352 с.
3. Гаврилова Т. П. Анализ эмпатийных переживаний младших школьников и младших подростков: Психология межличностного познания. – М. : 1981. – с.
4. Додонов Б. И. Потребности, отношения и направленность личности. – Вопросы психологии. 1973. – № 5. – С. 18–29.
5. Дробницкий О. Г. Понятие морали. – М. : Наука, 1974. – 388 с.
6. Ковалев А. Г. Эмпатия и процесс практического познания одной личности другой // Теоретические и прикладные проблемы психологии познания людьми друг друга. – Краснодар, 1975. – с.
7. Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы, эмоции. – М. : 2001. – с.
8. Мухина В. С. Психология дошкольника. – М. : 1975. – с.
9. Обозов Н. Н. Психология межличностных отношений. – К., 1990. – с.
10. Олпорт Г. Становление личности. Избранные труды. – М. : 2002. – с.
11. Рояк А. А. Психологический конфликт и особенности индивидуального развития личности ребенка. М. : Педагогика, 1988. – С. 1–19.
12. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание Текст. / С. Л. Рубинштейн. – М. : изд. АН СССР, 1957. – 328 с.
13. Стрелкова Л.П. Роль игры-драматизации в развитии эмоций у дошкольников // Игра и ее роль в развитии ребенка дошкольного возраста. – М., 1978.
14. Субботский Е. В. Формирование морального действия // Вопросы психологии. – 1979. – № 3. – С47–55.
15. Якобсон С.Г. Психологические проблемы этического развития детей. М.: Педагогика, 1984. – 142 с.
16. Batson, C.D. (1991). The altruism question: Toward a social psychological answer. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
17. Eisenberg, N., & Miller, P.A. (1987). The relation of empathy to prosocial and related behaviors. Psychological Bulletin, 94, 100–131.
18. Krebs, D.L., & Russell, C. (1981). Role-taking and altruism. Altruism and Helping Behavior, J.P.

Резюме. В статье сделана попытка проанализировать роль эмоционально-оценочного фактора просоциального поведения младшего школьника. Выявлены критерии эмоционально-оценочного компонента просоциального поведения: формирование ценностных ориентаций альтруистической мотивации, как производной просоциального поведения, сохранения пропріуму личности, склонность к эмпатии.

Ключевые слова: просоциально поведение, ценностные ориентации, пропріум, эмпатия, младший школьник.

Summary. The paper attempts to analyze the role of emotional and evaluative factor prosocial behavior of younger pupils. The criteria of emotional and evaluative component of prosocial behavior: the formation of the value orientations of altruistic motivation, as a derivative of prosocial behavior, conservation proprium personality, a tendency to empathy.

Keywords: Prosotsial behavior, values, proprium, empathy, a junior high school student.

УДК 316.61 :17.022.1

Л. О. НОВІК

ІМІДЖ ЯК ОДИН З МЕХАНІЗМІВ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Резюме. У статті на основі теоретичного аналізу наукової літератури зроблено спробу визначити місце та роль іміджу у процесі соціалізації. Актуальність проблеми зумовлена тим, що завдяки соціалізації відбувається засвоєння особистістю системи цінностей суспільства, норм, правил, соціальних ролей, формування соціальних якостей, властивостей і умінь, що забезпечують входження людини в соціальне

середовище і успішне функціонування в ньому. Відомо, що імідж виникає у процесі соціального спілкування і є одним із його засобів, тобто імідж - продукт соціалізації.

Імідж розглядається як феномен освоєння нових соціальних ролей, самовдосконалення, об'єктивізації цілей, внутрішніх установок, закріплення статусу, оцінне явище, сукупність зовнішніх ознак, на підставі яких з позицій групових норм, уявлень, цінностей, оцінюється людина. Імідж дозволяє особистості адекватно, символічно, образно представляти себе суспільству. Він виконує функцію внутрішнього регулятора її поведінки.

На кожному етапі соціалізації імідж виступає показником соціального індивідуального досвіду особистості, універсальним засобом вирішення її проблем, пов'язаних з оптимізацією спілкування та взаємодії. Це дозволяє вважати імідж одним з механізмів соціалізації.

Ключові слова: особистість, соціалізація, механізми соціалізації, індивідуальний досвід, імідж.

Постановка проблеми. Головним соціальним процесом, унаслідок якого індивід стає особистістю і через який здійснюється взаємодія між особистістю та суспільством, є соціалізація. Цей термін запровадив усередині XIX століття французький соціолог Г.Тард для позначення процесу інтеріоризації соціальних норм шляхом соціальної взаємодії [8, с.114]. У наукову систему понять термін соціалізація був уведений американським соціологом Ф.Гідінгстоном наприкінці XIX ст., який тлумачив це поняття як «процес розвитку соціальної природи людини». Офіційного статусу теоретичного поняття термін «соціалізація» набув у XX ст. [2, с.21]. Сьогодні це поняття як наукова категорія активно використовується представниками широкого спектру наук – філософія, соціологія, психологія, політологія, педагогіка та ін. В умовах перехідного стану українського суспільства набули актуальності проблеми статево-рольової, сімейної, політичної, професійної соціалізації. Це пояснюється тим, що саме завдяки процесу соціалізації особистості суспільство формує саме таких членів, яких потребує, і забезпечує таким чином механізм власного відтворення. З іншого боку, соціалізована особистість має більше шансів успішно адаптуватися в численних сферах сучасного суспільства: вільно, спонтанно поводитися в рамках інституційно визначеного поля; раціонально використовувати той соціокультурний досвід, якого набула. Не останню роль у цьому відіграє імідж особистості, який А.Ю. Панасюк визначає як результат сприйняття людьми деяких характеристик об'єкта, внаслідок чого у них формується образ об'єкта, який ними оцінюється, що призводить до формування думки та ставлення до нього» [4, с. 28].

Мета: аналіз іміджу як одного з механізмів соціалізації особистості.

Виклад основного матеріалу. Питання соціалізації особистості розглядалися у роботах як зарубіжних (З. Фройд, Е. Еріксон, Ж. Піаже, К. Роджерс, А. Маслоу, Дж. Дьюї, Е. Дюркгайм, П.Бергер, А.Бандура, Т.Шибутані та ін.), так і вітчизняних (Л.С. Виготський, Б.Г. Ананьєв, О.М. Леонтьєв, К.О. Абульханова-Славська, І.С. Кон, Н.Ф.Голованова, А.В.Мудрик та ін.) психологів. Вони стверджують, що розвиток особистості відбувається в умовах соціалізації і інкультурації - найскладнішого комплексу соціальних, культурних, психологічних процесів, які, власне, утворюють єдиний простір розвитку. Соціальний розвиток людини, починаючи з раннього дитинства, протікає у двох взаємозалежних напрямках: соціалізації та індивідуалізації. У процесі соціалізації відбувається засвоєння системи цінностей суспільства, норм, правил, соціальних ролей, формування соціальних якостей, властивостей і умінь, що забезпечують входження людини в соціальне середовище і успішне функціонування в ньому. Процес соціалізації забезпечується сукупністю всіх соціальних процесів на всіх рівнях, починаючи від людства в цілому, суспільства, країни та завершуючи найближчим оточенням людини (члени сім'ї, колеги по навчанню чи праці, друзі і т.д.) [3, с.51].

У сучасній науковій літературі існує досить широкий набір визначень соціалізації, які відрізняються залежно від розуміння їхніми авторами сутності та структури особистості. Більшість визначень цього поняття містить загальне положення про те, що сутність соціалізації полягає у засвоєнні індивідом соціального досвіду, але розуміння змісту цього досвіду, його структури, засобів та порядку засвоєння істотно відрізняються. Отже, соціалізація – це «процес розвитку людини як соціальної істоти, становлення її як особистості» [5, с. 24]; «процес становлення особистості як суспільної істоти, під час якого налагоджуються різноманітні зв'язки особистості з суспільством, засвоюються орієнтації, цінності, норми, відбувається розвиток особистісних властивостей, формуються активність та цілісність особистості, набувається соціальний досвід, нагромаджений людством за весь період розвитку» [3, с. 84]; «двосторонній процес взаємодії людини і соціального середовища, який передбачає як її включення у систем у суспільних відносин шляхом засвоєння соціального досвіду, так і самостійне відтворення цих відносин, у ході яких формується унікальна неповторна особистість» [2, с. 23].

Науковці зазвичай виділяють три сфери соціалізації людини: сфера діяльності, спілкування та розвитку самосвідомості людини [1, с.74]. У сфері діяльності людина освоює нові види діяльності і відповідно нові соціальні ролі. З діяльністю нерозривно пов'язана сфера спілкування. Потрібно звернути увагу на те, що з позиції соціально - психологічного підходу імідж - це продукт, який виникає в процесі соціального спілкування і є одним із засобів спілкування. З розширенням діапазону сфери діяльності та сфери спілкування пов'язана сфера розвитку самосвідомості особистості. У ній здійснюється формування образу власного Я, як активного суб'єкта діяльності, осмислення своєї соціальної ролі, приналежності, формування самооцінки і т.д. Таким чином, процес соціалізації виступає як єдність змін (розвитку) особистості у трьох сферах: діяльності, спілкуванні та самосвідомості. У дитинстві, дошкільному віці механізми соціалізації (навіювання, психологічне зараження, наслідування, ідентифікація) не усвідомлюються. Вони включаються в структуру її свідомості пізніше у вигляді ідеалів, ціннісних орієнтацій, переконань. З часом у процесі розвитку свідомості та самосвідомості роль механізмів соціалізації починають відгравати такі феномени, як референтна група, престиж, авторитет, групові

очікування, популярність, соціальні ролі, імідж, який займає особливе місце в цьому ряду. Імідж виступає як феномен освоєння нової ролі, самовдосконалення, об'єктивізації цілей, внутрішніх установок, закріплення статусу, оцінне явище, сукупність зовнішніх ознак, на підставі яких з позицій групових норм, уявлень, цінностей, оцінюється людина (особистість) [4, с. 124]. Специфічним проявом іміджу як механізму соціалізації є те, що він дозволяє за рахунок цілеспрямованого акцентування зовнішніх ознак, якостей (або моделювання необхідних ознак), що символізують внутрішню сутність та ідентичність (індивідуальну, групову і т.д.), адекватно, символічно, образно представляти себе суспільству (групі), стаючи внутрішнім регулятором поведінки.

В якості етапів соціалізації науковці виділяють дитинство, юність, зрілість, які (як і наступні етапи) мають власні суттєві особливості. На думку Н.Ф.Голованової, найважливішими особливостями ранніх етапів соціалізації є, по-перше, те, що в дитинстві формується переважна більшість соціальних моделей поведінки. По-друге, те, що закріплені способи дій і звичні моделі поведінки надалі коригуються з великими труднощами. Найбільш інтенсивно норми людських взаємин засвоюються у періоди, коли відбувається максимальна орієнтація на соціальні контакти, тобто у дошкільному (з 3 до 6 років) і підлітковому (з 10 до 15 років) віці. Саме ці вікові межі характеризуються розширенням обсягу діяльності, якісними змінами у характері. В цей час починають закладатися основи свідомої поведінки, формуються моральні уявлення [1, с.56-58].

У процесі соціалізації під впливом соціального оточення людина набуває так званої соціальності, яку І.Ф.Сімонова визначає, як сукупність набутих людиною якостей, властивостей, навичок, що забезпечують її здатність існувати в суспільстві та виконувати різноманітні соціальні функції в інтересах соціуму. Саме ця новоутворена якість визначає соціально обумовлену поведінку людини, її вміння, дотримуватися обов'язків, вимог та заборон, відповідати певному соціальному статусу, грати необхідні соціальні ролі, і навіть ставити вимоги інших (групи чи суспільства в цілому) вище власних інтересів. Виходячи з концепції ролівої поведінки Дж. Міда та Т. Парсонса у процесі соціалізації людина набуває здатності грати соціальні ролі (поведінкові моделі), які дозволяють вибудовувати свою поведінку відповідно до суспільних інтересів, очікуваних вимог соціального оточення [5, с. 136-139]. Процес соціалізації особистості завжди передбачає освоєння нею стереотипів різних видів ролівої поведінки, розвиток здатності приховувати справжні почуття, одягати та змінювати численні, які відповідають статусу і ролі, соціальні маски (люб'язності, шанобливого ставлення, урочистості, захоплення, розуміння, впевненості тощо.). Соціальні маски, як сукупність словесних, жестових, мімічних навичок, обслуговують певні види соціальних взаємодій, полегшуючи їх і дозволяючи людині комфортно існувати всередині різних соціальних сфер.

У процесі соціалізації людина все більше занурюється у системи знаків і символів, за допомогою яких вона визначає себе, повідомляє про свою життєву орієнтацію, приналежність до групи, свій соціальний статус і ролі, а також взаємодію, спілкування з іншими людьми. У процесі соціалізації людина навчається за допомогою символічних значень (у тому числі пов'язаних з речами і предметами) керувати увагою, враженням, впливати на інших, отримувати визнання і т.д. Людина також навчається прогнозувати і контролювати ситуацію у власному соціально - психологічному просторі, представляти себе, справляти враження, створювати образи (іміджі), які слугують певним цілям. Разом з соціальною роллю і соціальним статусом змінюється і імідж, який, визначається новими знаками і символами, що відповідають положенню в ієрархії і ролі. За такого підходу, імідж можна розглядати як вираження її ролі і статусу. На кожному з етапів соціалізації особистість набуває індивідуального соціального досвіду у вигляді сукупності знань, навичок і умінь, якими володіє і може цілеспрямовано користуватися відповідно до цілей свого життя. Соціальний індивідуальний досвід - це не тільки досвід соціальних відносин (спілкування, ролівої взаємодії), але й досвід емоційно - ціннісного ставлення, організації життєдіяльності, видів і способів здійснення різного роду діяльності і т.д. Індивідуальний досвід - це результат індивідуального заломлення соціальних вимог на кожному етапі розвитку та соціалізації [7, с.50]. Виходячи з цього ми можемо розглядати імідж як прояв індивідуального досвіду людини, який визначає її неповторність та унікальність. Імідж виступає як досить інформативний, адекватний етапам розвитку та соціалізації показник соціального індивідуального досвіду.

На кожному етапі соціалізації імідж стає універсальним засобом вирішення проблем, пов'язаних з оптимізацією спілкування та взаємодії. За допомогою іміджу людина може керувати соціальними відносинами, причому, за умови успішної соціалізації, на взаємовигідних для себе і для суспільства умовах. Імідж стає предметом соціальної оцінки, яка проводиться на підставі існуючих оціночних критеріїв, соціальних норм, цінностей соціуму. Оцінка ця відноситься не тільки до зовнішніх характеристик (зовнішнього вигляду), які, як правило, є вихідною інформацією для оцінювання, а й поширюється на зміст діяльності, поведінки людини, її ідей та особистісних якостей. Внаслідок такого оцінювання закріплюється положення особистості в групі і навпаки: її положення відносно групи. Негативна оцінка особистості групою може завдати шкоди її моральному та психологічному благополуччю у таких аспектах, як впевненість, самоповага, самооцінка і закріпити хибне уявлення людини про себе. Адже загальновідомо, що наприклад, самооцінка регулює рівень активності людини і лежить в основі рівня домагань людини, впливаючи на її загальний та особистісний розвиток, особливо в дитячому та підлітковому віці.

Висновки. Таким чином, здатність створювати позитивний імідж може бути віднесена до необхідних, сформованих на певному етапі розвитку соціальних навичок, пов'язаних зі спілкуванням і взаємодією з іншими людьми. Імідж, забезпечуючи ряд механізмів соціалізації (ідентифікація, імітація, уподібнення, пристосування і

т.д.), сам стає специфічним механізмом соціалізації. Це дає нам підстави розглядати імідж як інформативний та адекватний етапам соціалізації показник індивідуального досвіду людини.

Подальші наукові розвідки проблеми будуть стосуватися онтогенезу іміджу особистості, визначення чутливих періодів для його формування та функціонування.

Список використаних джерел:

1. Голованова Н.Ф. Социализация и воспитание ребенка /Н.Ф.Голованова. – СПб: Речь, 2004. – 272 с.
2. Капська А.Й. Соціальна робота: деякі аспекти роботи з дітьми та молоддю /А.Й. Капська. – К: УДЦССМ, 2001. – 324 с.
3. Мудрик А. В. Социализация человека: учеб.пособ. [для студ. вузов, обучающихся по спец.050711 (031300) – Социальная педагогика] /А. В. Мудрик. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Академия, 2006. – 304 с.
4. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.
5. Платонов Ю.П. Социальная психология поведения: учебное пособие / Ю.П. Платонов. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
6. Симонова И. Ф. Педагогика имиджа. Монография. /И.Ф.Симонова СПб. 2012. - 304 с [Электронный ресурс] Размещено 27.02 2013 Режим доступа <http://simmerk.ru/> (дата обращения 8.11.2013).
7. Столяренко Л.Д. Психология: Учебник для вузов/ Л.Д.Столяренко. – СПб: Питер, 2007. – 592 с.
8. Циба В. Г. Соціологія особистості: системний підхід (соціально-психологічний аналіз) /В. Г. Циба. – К. :МАУП, 2000. – 217 с.

Резюме. В статті на основі теоретичного аналізу наукової літератури зроблена спроба визначити місце і роль іміджу в процесі соціалізації. Актуальність проблеми обумовлена тим, що завдяки соціалізації відбувається усвоєння системою цінностей суспільства, норм, правил, соціальних ролей, формування соціальних якостей, властивостей і умінь, що забезпечують входження людини в соціальне середовище і успішне функціонування в ньому. Відомо, що імідж виникає в процесі соціального спілкування і є одним з його засобів, тобто імідж - продукт соціалізації.

Імідж розглядається як феномен освоєння нових соціальних ролей, самосовершенствования, об'єктивізації цілей, внутрішніх установок, закріплення статусу, оціночне явище, сукупність зовнішніх ознак, на основі яких з позицій групових норм, представлень, цінностей, оцінюється людина. Імідж дозволяє людині адекватно, символічно, образно представляти себе суспільству. Він виконує функцію внутрішнього регулятора її поведінки. На кожному етапі соціалізації імідж виступає показником соціального індивідуального досвіду людини, універсальним засобом вирішення її проблем, пов'язаних з оптимізацією спілкування і взаємодії. Це дозволяє вважати імідж одним з механізмів соціалізації.

Ключові слова: людина, соціалізація, імідж, механізм соціалізації, індивідуальний досвід.

Summary. In the article on the basis of theoretical analysis of scientific literature an attempt to consider an image as specific index of individual experience of personality is done. The location and role of image is determined in the process of socialization of personality. Actuality of the problem is conditioned that due to socialization there is the assimilation of the system of values of society personality, norms, governed, social roles, forming of social qualities, properties and abilities, providing included of man in a social environment and successful functioning in him. It is known that an image arises up in the process of social communication and is one of his facilities, an image is a product of socialization.

Image as a phenomenon of the development of new social roles, self-improvement, objectification purposes, internal installations, secure status, the estimated effect, a set of external signs by which from the standpoint of group norms, ideas, values, valued people. Image allows the individual to adequately symbolically, figuratively to represent themselves to the society. It performs the function of internal control his behavior. At each stage of socialization image serves an indicator of social identity of individual experience, a universal means of solving its problems related to the optimization of communication and interaction. This suggests that the image is one of the mechanisms of socialization.

Key-words: personality, socialization, mechanisms of socialization, individual experience, image.

УДК 37.015.3: [316.614] 053.6

Г. О. ПОКОТИЛО

НЕДОЛІКИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЯК ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ

Резюме. У статті розглядаються сучасні тенденції соціалізації особистості підлітка. Розкрито недоліки соціалізації, які є наслідком девіації у поведінці підлітків. Обґрунтовується необхідність урахування зазначених дефектів у процесі підготовки психологів до роботи з дезадаптованими неповнолітніми.