

10. *Селевко, Г. К.* Руководство по организации самовоспитания школьников. Школьные технологии / Г. К. Селевко. – М.: Нар. образование, 1999. – 142 с.
11. *Лузина, Л. М.* Теория воспитания: философско-антропологический подход / Л. М. Лузина. – Псков: ПГПИ, 2000. – 190 с.
12. *Иващенко, Ф. И.* Психология воспитания школьников: учебн. пособие для студентов пед. спец. вузов / Ф. И. Иващенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: Университетское, 1999. – 136 с.
13. Стратегия воспитания в образовательной системе России: проблемы и подходы / под ред. проф. И. А. Зимней. – М.: Агентство «Издательский сервис», 2004. – 480 с.
14. *Беловол, Е. В.* Адаптация опросника «Шкала культурного интеллекта» К. Эрли и С. Анга на русскоязычной выборке / Е. В. Беловол, К. А. Шкварило, Е. М. Хворова // Вестн. РУДН. Сер. Психология и педагогика. – 2012. – № 4. – С. 5–14.
15. *Лобанов, А. П.* Интеллект как *raison d’erte* человеческой цивилизации / А. П. Лобанов, Н. В. Дроздова, А. В. Воронова // Ноосферизм – новый путь развития: монография: в 2 кн. / под науч. ред. Г. М. Иманова и А. А. Горбунова. – СПб.: Астерион, 2017. – Кн. 1. – С. 222–229.
16. *Голубев, Н. К.* Введение в диагностику воспитания / Н. К. Голубев, Б. П. Битинас. – М.: Педагогика, 1989. – 160 с.
17. *Грин, Р.* Взрывной ребенок. Новый подход к воспитанию и пониманию легко раздражимых, хронически несговорчивых детей / Р. Грин. – М.: Теревинф, 2018. – 264 с.
18. *Хаузер, М.* Мораль и разум: как природа создала наше универсальное чувство добра изла / М. Хаузер. – М.: Дрофа, 2008. – 639 с.

(Дата подачи: 17.02.2020 г.)

*Д. П. Лямин*

Военная академия Республики Беларусь, Минск

*D. Liamin*

Military Academy of the Republic of Belarus, Minsk

УДК 001.361.6

## **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ УСТАНОВОК ПРАВОВОГО ПОВЕДЕНИЯ У МОЛОДЕЖИ**

## **SOME ASPECTS OF THE FORMATION OF POSITIVE SOCIAL ATTITUDES OF LEGAL BEHAVIOR AMONG YOUNG PEOPLE**

*В статье рассматривается методика формирования положительных социальных установок у молодежи относительно норм и правил социального поведения в обществе. Методика включает описание механизма изучения имеющихся аттитудов, а также выработанные рекомендации по их корректировке. Методика опробована в ходе проведения пилотажного и диссертационного исследования, проведенного на базе выпускных классов средних школ г. Минска, г. Бреста и г. Орша.*

*Ключевые слова: профилактика правонарушений; деструктивные источники; социальное восприятие; социальная установка; ассоциации; шкала Лайкерта; источники информации.*

*In this article, the author proposes a methodology for the formation of positive social attitudes among young people regarding the norms and rules of social behavior in society. The methodology includes a description of the mechanism of studying the existing attitudes, as well as recommendations for their correction. The technique was tested during the pilot and dissertation research conducted on the basis of graduating classes of secondary schools in Minsk, Brest and Orsha.*

*Keywords: crime prevention; destructive sources; social perception; social attitude; associations; Likert scale; information sources.*

Профилактика преступности среди несовершеннолетних является одной из приоритетных задач социальной сферы политики государства. При этом серьезное внимание необходимо уделять не только правовой работе с подростками, но и принимать меры противодействия деструктивным источникам информации, воздействующим на сознание и мировоззрение индивида. Данная деятельность представляется достаточно сложной, причинами чего являются замкнутость подростка, низкая степень доверия к официальным лицам (в том числе детским психологам), подверженность скрытому влиянию со стороны СМИ и интернет-ресурсов, пропагандирующих романтику преступного мира. Особенно широкое распространение такая негативная информация получила в социальных сетях (к примеру, «АУЕ молодежное движение» 235 082 подписчика и т. д.).

Одной из наиболее эффективных методик профилактики правонарушений видится формирование правовой грамотности населения, начиная с подросткового возраста. Одним из наиболее действенных путей решения задачи по прочному усвоению правил и норм социально приемлемого поведения в обществе видится работа с аттитюдами личности, определяющими отношение человека к социальному явлению (процессу, событию и объекту). При этом работу рекомендовано вести по двум направлениям:

- противодействие информационному влиянию деструктивных источников на сознание молодежи;
- пропаганда правовой культуры общества.

Согласно теории Ж. Годфруа, формирование направленности и жизненных установок личности (как социальных, так и личностных) приходится на период с 17 до 25 лет [1]. Именно в этот период происходит наиболее активное изучение человеком объективного мира, самоопределение (самоидентификация) себя в социуме, выбор жизненной роли. Кроме того, вырабатываются определенные стереотипы поведения человека в обществе, его отношение к законности, готовность действовать в рамках, установленных законодательством.

Согласно концепции личности В. Н. Мясищева, социальное восприятие индивидом чего-либо (его отношение к рассматриваемому объекту) организационно состоит из трех взаимосвязанных составляющих: когнитивной, эмоциональной и поведенческой [2]. При этом изменение когнитивной составляющей, в том числе через эмоциональную, приведет к достаточно предсказуемому изменению поведения человека в отношении требуемого объекта. Рассматривая структуру социального восприятия, можно отметить, что наиболее существенной его составляющей является социальная установка (аттитюд). Установка формируется на основе имеющихся у индивида сведений об объекте и может изменяться в течение жизни в зависимости от ряда факторов, основными из которых можно считать:

- имеющийся социальный и личный жизненный опыт;
- полученные из различных источников сведения об объекте;
- индивидуально-психологические особенности личности;
- барьеры восприятия, как социальные, так и личностные.

Все это указывает на то, что аттитюд является динамической компонентой, формирование или коррекция которой возможны при определенных условиях. Структурно установку можно представить как совокупность представлений человека об объекте и ожиданий в отношении него [3]. Изменение когнитивной составляющей установки происходит, как правило, вследствие получения человеком достоверной (с его точки зрения) информации о том или ином социальном явлении. В связи с этим важную роль играет степень доверия реципиента к источнику информации. Следовательно, для наиболее эффективной работы по формированию положительных установок молодежи необходимо в первую очередь уделить внимание источнику информации, который, согласно исследованиям С. Московичи [4], должен соответствовать ряду критериев, основными из которых являются надежность, профессиональная компетентность, беспристрастность, объективность, бескорыстность.

В настоящее время в современном обществе все большее значение приобретают информационные технологии, проникая практически во все сферы деятельности человека. Все прочнее в нашей жизни закрепляются социальные сети, становясь неотъемлемой частью нашего субъективного мира, особенно это касается процесса коммуникации (межличностного общения, обмена информацией), а также в какой-то мере средством заполнения досуга, «переводя» сознание индивида в мир виртуальной реальности. Исследования, проведенные в рамках диссертационного исследования на базе выпускных классов средних школ г. Минска, г. Бреста и г. Орши (численность выборки составила 383 человека), показали, что из всех средств массовой информации подростки больше всего доверяют интернет-ресурсам (65% опрошенных), на втором месте стоит телевидение (15% опрошенных), на третьем – печатная пресса (5,2% опрошенных). Остальные ответы были

«не доверяю ничему», «доверяю только своему опыту» и т. д. Вследствие этого основное внимание рекомендовано уделять информационному воздействию на сознание и установки личности через Интернет, особенно с использованием ресурсов социальных сетей.

При этом ресурсы социальных сетей предоставляют широчайшие возможности для работы по формированию социальных установок, общественного мнения и социального восприятия (образа) выбранного объекта. К примеру, достаточно успешной технологией для изменения основ массового общественного сознания (основы общественной морали, базовые социальные установки общества, потребностно-мотивационная сфера малых социальных групп) является так называемая концепция «Окон Овертона», рассчитанная на глубокое воздействие на сознание населения и приводящая зачастую к глобальным изменениям социума. Однако практическая реализация данной модели – процесс достаточно длительный, требует большого количества ресурсов, как временных, так и материально-денежных. Как правило, применение подобных технологий возможно лишь при государственной поддержке. В свою очередь более экономичным и доступным по большинству параметров методом изменения общественного мнения является изменение социального восприятия явлений и процессов отдельных социальных групп.

Любая современная социальная сеть предлагает, как правило, следующий базовый набор сервисных услуг:

- хранение персональных установочных данных (без предоставления которых невозможна регистрация в сети);
- виртуальный органайзер (по желанию пользователя);
- совокупность мультимедийных данных (фото- и видеоматериалы, музыка) и некоторые другие персональные информационные блоки.

Используя эти данные, можно выстроить персональный психологический профиль, включающий в себя такие составляющие, как:

- установочные данные (возраст, место рождения и проживания, образование, национальность и т. д.);
- преобладающий тип темперамента, доминирующие настроения индивида (анализируя содержание новостной ленты страницы, музыкальные предпочтения, личные фотографии);
- основные черты характера личности (т. н. акцентуации);
- коммуникативные особенности, социальную активность личности, его потребностно-мотивационную сферу (комплексный анализ содержания персональной страницы, включая участие в деятельности различных виртуальных групп, подразделяющихся по гендерным, возрастным, профессиональным признакам, интересам и предпочтениям);
- социальные связи субъекта (используя графический, узловый метод анализа).

Четкое понимание правил оформления аккаунтов позволит сформировать виртуальную личность информационного лидера в соответствии с представлениями и ожиданиями целевой аудитории. Правильный интернет-образ источника информации будет способствовать повышению степени доверия к получаемым сведениям.

В соответствии с этим и согласно проведенным исследованиям для более быстрого и прочного изменения установок личности необходимо повышать активность пользователей сети, вовлекая их в дискуссии, обсуждения, заставляя своими словами повторять групповое мнение, в результате чего складывается убеждение в самостоятельности полученных выводов.

Предлагаемая методика формирования положительных социальных установок организационно состоит из трех этапов.

На первом этапе необходимо исследовать имеющиеся установки целевой аудитории. Социальные сети предоставляют возможность проведения различных опросов (по методике свободных ассоциаций), позволяют выяснить установки представителей социальных групп, которые можно принять в качестве когнитивной составляющей восприятия, а также отношение к выбранному объекту изучения (социальному явлению), глубину установки и ее устойчивость, используя простейшие шкалы Лайкерта [5]. Тем более, что в сетях пользователи уже условно разделены на группы по интересам, возрастному и гендерному признакам, профессиональной составляющей и т. д. К примеру, на странице группы в социальной сети «ВКонтакте» администратором создается на стене аккаунта запись (пост), непосредственно или косвенно касающаяся объекта. Затем подписчикам сообщества предлагается в комментариях высказаться по обсуждаемому вопросу. В результате вычленения пиковых значений будут выявлены наиболее общие, характерные для всех представителей выбранного сообщества групповые установки (положительные или отрицательные), с которыми в дальнейшем предстоит работать информационному лидеру. Таким образом, подвергнув затем контент-анализу полученные результаты, можно выявить ключевые установки членов группы и, применяя стратегии подмены понятий к выявленным ключевым словам, изменить глубину и силу аттитюда. И в конечном итоге это приведет сначала к сомнениям, а затем и к разрушению или деформации образа (понимания) социального объекта (явления) в сознании человека. Данная методика была проверена в ходе диссертационного исследования. Результаты обработки опросника нелинейных шкал Лайкерта показали устойчивость выявленных групповых установок, (индекс отношений составил  $n > 2,5$ ).

Второй этап – информационное воздействие. На данном этапе до реципиента доводится необходимая информация в той форме, которая является наиболее предпочтительной для целевой аудитории. Особое внимание при этом следует уделять языку изложения материала, типовым речевым обо-

ротам, принятым в данном сообществе, в том числе использованию молодежного сленга (в разумных пределах). Безусловно, в связи с появлением различных мессенджеров наблюдается трансформация процесса коммуникации (в том числе и в объективном мире). Так, например, информационные сообщения стали более коротким, появился ряд аббревиатур, используемых подростками в процессе интернет-общения. Наиболее оптимально новым поколением (так называемое «поколение Z») воспринимается структурированная информация, изложенная в алгоритмизированном, логически взаимосвязанном виде. При этом особое место отводится графической составляющей. Среди молодежи пользуются большой популярностью различные посты, мотиваторы/демотиваторы, короткие видеоролики продолжительностью от 40 секунд до минуты, отражающие суть излагаемого вопроса. Одновременно с этим для усиления положительного эффекта в ходе информационного воздействия на процесс восприятия пользователя сети необходимо особое внимание уделять конструктивному юмору, воздействуя на эмоциональную компоненту. Для этого применяются так называемые «эмотиконы», т. е. уже принятые среди молодежи правила выражения эмоций при виртуальном общении: эмоджи, смайлы, изменение размеров шрифта, использование знаков препинания.

В ходе постепенного информационного воздействия на членов группы видится целесообразным периодически проводить анализ промежуточных результатов с целью коррекции дальнейшей работы по изменению установок. Ресурсы социальных сетей позволяют это делать, предоставляя возможность всем членам группы высказывать свое мнение в отношении к избранному явлению в комментариях, а также при проведении онлайн-опросов. Одновременно с этим можно формировать «мнение большинства», используя обобщенные данные из комментариев и проводя открытое голосование членов социальной группы по интересующему владельца страницы (интернет-группы) вопросу.

Таким образом, информационное воздействие на молодежь необходимо вести целенаправленно, непрерывно, используя при этом информационные источники, пользующиеся наибольшей степенью доверия со стороны реципиентов. Подачу информации необходимо осуществлять в максимально удобной для реципиента форме, что будет способствовать более прочному формированию социальных установок у представителей целевой аудитории. Знание технологии изменения отношения (социального восприятия) личности к объекту (процессу, явлению) дает возможность формировать положительные установки личности, в том числе групповые, а также оказывать противодействие деструктивному влиянию негативной информации. Данная работа с использованием виртуальных источников информации должна вестись непрерывно и целенаправленно, подстраиваясь под изменения социальной обстановки в современном обществе.

### Список использованных источников

1. Годфруа, Ж. Что такое психология / Ж. Годфруа. – М., 1992.
2. Мясичев, В. Н. Психология отношений: избр. психол. тр. / В. Н. Мясичев; Моск. психол.-соц. ин-т; под ред. А. А. Бодалева. – 4-е изд. – М.: МПСИ; Воронеж: МОДЭК, 2011. – 400 с.
3. Лямин, Д. П. Изменение социальных установок населения в ходе психологической войны / Д. П. Лямин // Вестн. Воен. акад. Респ. Беларусь. – Минск, ВА РБ, 2015. – № 4. – 174 с.
4. Московичи, С. Социальная психология / С. Московичи. – 7-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 592 с.
5. Likert, R. A. Technique for a meas of attitudes / R. A. Likert // Archive of Psychology. – 1932. – Vol. 7, № 40.

(Дата подачи: 18.02.2020 г.)

*Е. С. Макеева, И. И. Рифицкая*

Белорусский государственный экономический университет,  
Минск

*E. Makeeva, I. Rifitskaya*

Belorussian State Economical University, Minsk

УДК 159.9.072

## УРОВЕНЬ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ И СТИЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ САМОРЕГУЛЯЦИИ СТУДЕНТОВ-ЭКОНОМИСТОВ

## LEVEL OF STRESS RESISTANCE AND STYLE FEATURES OF SELF-REGULATION OF STUDENTS-ECONOMISTS

*В статье анализируются различные подходы к пониманию понятий «стрессоустойчивость» и «саморегуляция». В основу данного исследования положено понимание саморегуляции и стрессоустойчивости как способности личности, представляющей собой управление своим психоэмоциональным состоянием. Представлены результаты эмпирического исследования стрессоустойчивости и стилевых особенностей саморегуляции студентов-экономистов.*

*Ключевые слова: саморегуляция; стрессоустойчивость; психологическое здоровье; стиль саморегуляции.*

*The article analyzes various approaches to understanding the concepts of «stress tolerance» and «self-regulation». This study is based on the understanding of self-regulation and stress resistance as a person ability to manage their psychoemotional state. The results of an empirical study of stress resistance and style features of self-regulation of students-economists are presented.*

*Keywords: self-regulation; stress resistance; psychological health; self-regulation style.*