

УДК 159.923:316.6

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ОБ УСПЕХЕ В ЖИЗНИ**В. С. Ощепков***Бакалавр,
e-mail: oschepkovvitalya321@mail.ru,
Московский педагогический
государственный университет,
г. Москва, Россия***SOCIAL PERCEPTIONS OF STUDENTS ABOUT SUCCESS IN LIFE****V. S. Oshchepkov***Bachelor of Psychology,
e-mail: oschepkovvitalya321@mail.ru,
Moscow Pedagogical State University,
Moscow, Russia*

Abstract. Social representations of students about success reflect the stereotype of ideas about success in life. Features of the age development of students should link success with the process of professional self-determination and development. However, the study showed that students consider success as a semantic guideline, a certain quality of life, and in many ways a factor of fate.

Keywords: social ideas; students; success; success in life; the structure of social ideas; the content of ideas about success; fate.

Актуальность исследования определяется ведущей и значимой ролью успеха в жизни современного российского общества, сущность понятия «успех» имеет склонность видоизменяться в соответствии с тенденциями развития общества, его ценностными ориентациями. Таким образом, «успех» определяется социальным фактором.

Проблема заключается в небольшом количестве исследований, что не позволяет однозначно определять, какой смысл студенчество, как самая социально-активная группа, вкладывает в понятие успех в жизни.

Социальные представления – это общественно обыденное сознание, в котором очень сложно взаимодействуют на уровне здравого смысла различные убеждения, идеологические взгляды, знания, собственно наука, раскрывающие и во многом составляющие социальную реальность [7; 9]. Любой человек встроен в социальную реальность, а значит и осмысливает себя в ней, но и других людей в

различных жизненных ситуациях и проявлениях. Данная категория служит для систематизации и упорядочивания различных событий и явлений, что позволяет субъекту в дальнейшем целостно выстраивать сложную и многоплановую картину мира [2; 3; 4; 8].

Социальные представления сложно изучаемы, поскольку универсальны в когнитивном аспекте, они включают в себя все формы познания и в дальнейшей структурируются в индивидуальном сознании [1].

Социальные представления влияют на качество взаимоотношений людей, на развитие личности, поскольку структурируют и адаптируют предыдущую информацию, а также формируют его картину мира и накладывают определённый отпечаток [6]. Социальные представления молодого поколения об успехе, в настоящее время, зачастую связаны с материальным благополучием и везением. Однако феномен успеха, в рамках современной культуры, на наш взгляд, является недостаточ-

но изученным, так как образ успешного человека непрерывно меняется.

Для эмпирического анализа содержания и структуры социальных представлений об успехе в жизни использовался метод, предложенный П. Вержесом (Verges, 1992); данный метод уже ряд лет с успехом используется в изучении социальных представлений.

Структурный подход к анализу социальных представлений позволяет в определенной мере предвосхитить возможные изменения в динамике представлений об успехе в жизни, возникающие вследствие ответа на изменения в студенческой среде. Согласно модели трансформации социальных представлений К. Фламена,

степень трансформации поля представления может быть различной – от изменения его периферических элементов до радикальных изменений, затрагивающих центральное ядро [5].

Выборка: 20 человек (10 человек мужского пола / 10 человек женского пола) возраст от 18–24 лет.

На первом этапе был проведен прототипический анализ П. Вержеса. Участники исследования должны были написать ответ на вопрос: «Что у вас ассоциируется с выражением «успех в жизни»?

В таблице 1 представлены ассоциации, образующие ядро и периферию представлений об успехе с указанием их среднего ранга и частоты встречаемости.

Таблица 1

Структурный статус элементов социального представления респондентов об успехе

Частота ассоциации	Средний ранг ассоциации	
	Менее 3,65	Более или равен 3,65
Более или равна 18	«удача» (13; 3,01) «победа» (11; 2,84) «работа» (11; 3,53) «счастье» (12; 2,59) «успешный» (7; 2,48) «учеба» (7; 2,55) «фортуна» (12; 2,87) «цель» (4; 2,69) «любовь» (9; 3,06) «жизнь» (5; 2,80) «карьера» (13; 2,57) «радость» (9; 2,58) «богатство» (4; 2,18) «популярность» (12; 2,51)	«известность» (5; 3,76) «власть» (6; 3,89) «машина» (10; 3,86) «успешность» (5; 3,89) «бизнесмен» (10; 4,30) «дом» (5; 3,91) «хвастовство» (14; 4,67) «гордость» (10; 4,90)
Менее 18	«добиться» (7; 2,29) «стремление» (8; 3,25) «медаль» (16; 3,19) «сделка» (11; 3,09) «успех в жизни» (15; 3,07) «триумф» (9; 3,56)	«знаменитость» (3; 3,67) «зависть» (8; 3,88) «улыбка» (12; 4,67) «красота» (8; 4,75) «люди» (13; 3,92) «богато» (7; 3,94)

Примечание к табл. 1. Здесь и далее 1-е число означает частоту встречаемости этого понятия, 2-е – ранг его появления.

Анализ данных прототипического анализа ассоциаций, приведенных респондентами на слово «успех», показал, что в число элементов ядра представления об успехе вошли следующие ассоциации: «удача», «победа», «работа», «счастье», «успешный», «учеба», «фортуна», «цель», «любовь», «жизнь», «карьера», «радость», «богатство», «популярность».

Собственно периферическая система представления об успехе образована такими понятиями, как «знаменитость», «зависть», «улыбка», «красота», «люди», «богато».

В потенциальную зону изменений вошли «добиться», «стремление», «медаль», «сделка», «успех в жизни», «триумф».

Отметим, что ввиду большого количества ассоциаций в таблицах представлены только те ассоциации, у которых высокая частота встречаемости.

Оценка ассоциаций может быть представлена в виде позитивной и негативной оценки, как видно из представленных ассоциаций, позитивные ассоциации (как, например, «удача», «победа», «фортуна», «любовь», «жизнь», «радость») доминируют над негативными («власть», «хвастовство», «гордость»).

На втором этапе исследования была сделана рассылка тем же респондентам роликов следующего содержания:

- Небольшой рекламный ролик с явным образом успешной жизни, связанной с материальным достатком. Ролик показывался без звука;
- Небольшой рекламный ролик со скрытым образом не успешной жизни, т.е.

без набора стереотипных представлений об успешной жизни (красивые дома, яхты, машины и т.д.), с акцентом на достижения в области наук, карьеры и т.д. Ролик показывался без звука.

Респондентам после просмотра каждого из роликов необходимо ответить на вопрос: «Соответствует ли увиденное вашему представлению об успехе?». Варианты ответов: от «нет, не согласен» (1 балл), «совершенно согласен» – 5 баллов.

Далее был проведен сравнительный анализ. В специальной анкете респондентам предлагалось оценить по 5-ти балльной шкале, в какой степени представления об успехе на роликах совпадают с их представлениями. Использовалась оценочная шкала, составленная Т.П. Емельяновой с учетом рекомендаций Ж.-К. Абрика, в которой предлагается вычислять при анализе структуры социальных представлений коэффициент позитивных ответов ТСП (Taux categorique positif).

$$TSP = \frac{n(4) + n(5)}{N} \cdot 100$$

где n(4) – число ответов «согласен», n(5) – число ответов «совершенно согласен», N – общее число ответов. Вычисление коэффициента позитивных ответов дает возможность построить предположение об особенностях структуры социальных представлений и выявить элементы, принадлежащие к ядру и периферии этих представлений.

В таблице 2 представлены ассоциации, образующие ядро и периферию представлений об успехе и успешной жизни с указанием их среднего ранга и частоты встречаемости.

Таблица 2

Структурный статус элементов социального представления респондентов об успешной жизни

Частота ассоциации	Менее 3,66	Более или равен 3,66
Более или равна 27	«процветание» (7; 3,07) «перспектива» (5; 2,47) «продвижение» (12; 2,59) «карьерист» (14; 1,93) «почет» (19; 3,61) «ликование» (16; 2,17) «лучшее» (13; 3, 64) «энтузиаст» (6; 2,98) «потеха» (17; 2,21) «преодоление» (13; 2,01) «счастливец» (8; 2,12) «свершение» (11; 3,61) «хвала» (8; 2,60)	«счастливец» (17; 3,78) «жизнь» (7; 3,96) «увлечение» (9; 3,97) «возможность» (12; 4,03) «целеустремленность» (8; 3,99) «стимул» (10; 3,87) «попытка» (10; 4,03) «потенциал» (10; 3,74) «знакомства» (9; 3,85) «общедоступность» (16; 3,97) «команда» (15; 3,73) «популярность» (11; 3,68) «работа» (17; 3,70) «польза» (8; 4,11) «помощь» (14; 3,74) «рывок» (5; 3,85) «восторг» (13; 3,69) «радоваться» (13; 3,79) «легкость» (12; 4,00)
Менее 27	«везение» (14; 3,63) «популярность» (10; 3,09) «отвлечение» (15; 3,60) «взлет» (11; 3,48)	«репутация» (14; 4,08) «будущее» (9; 4,16) «поиск» (16; 3,85) «знание» (11; 3,90) «спортсмен» (8; 3, 89) «тренды» (12; 3,86) «молодость» (16; 3,92) «победы» (8; 4,0)

Анализ данных прототипического анализа ассоциаций, приведенных респондентами на слово «успешная жизнь», показал, что в число элементов ядра представления об успехе вошли следующие ассоциации: «процветание»; «перспектива»; «продвижение»; «карьерист»; «почет»; «ликование»; «лучшее»; «энтузиаст»; «потеха»; «преодоление»; «счастливец»; «свершение»; «хвала».

Собственно периферическая система представления об успешной жизни пред-

ставлена такими понятиями, как репутация»; «будущее»; «поиск»; «знание»; «спортсмен»; «тренды»; «молодость»; «победы». В потенциальную зону изменений вошли слова: «везение»; «популярность»; «отвлечение»; «взлет».

Обобщая полученные данные можно сделать вывод, что социальные представления об успехе находятся не полностью в положительном поле: успех наделяется амбивалентными характеристиками – начиная от необходимости и полезности и

заканчивая зависимостью – и сравнениями с мировыми тенденциями. Негативные ассоциации связываются как с манипулятивными возможностями успешной жизни, с ложными представлениями, так и с большим количеством положительных ассоциаций, кроме того, респонденты негативно оценивали необходимость траты всего свободного времени в целях достижения высокого заработка.

В целом успех оценивается как необходимая полезная составляющая жизни и наделяется респондентами более положительными характеристиками, как личностно значимое пространство, которое транслирует определенные смыслы и ценности, а также реализует различные значимые функции, по сравнению с успешной жизнью, которая не воспринимается в качестве незаменимого атрибута жизни, а скорее, как образ жизни, играющего развлекательную роль, транслирующего богатство и изобилие.

Успех рассматривается студентами как смысловой ориентир, качество жизни, элемент везения или развлечения.

Библиографический список

1. Андреева Г.М. Социальное познание и социальные проблемы // Национальный психологический журнал. 2013. № 1 (9). С. 39–49.
2. Бовина И. Б., Стефаненко Т. Г., Тихомандрицкая О. А., Малышева Н. Г., Голынчик Е. О. Обыденные представления молодежи о России в современном мире // Горизонты гуманитарного знания. 2010. № 2. С. 10.
3. Бриль М.С. Социальные представления об агрессии в поликультурной среде : Автореферат диссертации ... кандидата психологических наук. – Санкт-Петербург, 2013. – 24 с.
4. Емельянова Т. П. Социальные представления: история, теория и эмпирические исследования. – М.: ИП РАН, 2016. – 476 с.
5. Жижина М.В. Исследование взаимосвязи социальных представлений о масс-медиа с медиаповедением личности // Социосфера. 2012. № 2. – С. 43–51.
6. Звонова Е. В. Социальные представления как процессы коллективного смыслообразования, порождающие социальные связи, объединяющие общества, организации и группы // Новая наука: история становления, современное состояние, перспективы развития. Коллективная монография / под редакцией А. А. Сукиасян. – Уфа, 2021. – С. 178–192.
7. Московиси С. Социальное представление: Исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. Т. 16. № 1. – С. 3–18.
8. Пащенко-де Перевиль Е., Дрозда-Сенковская Е. Социальные представления об ответственности у молодежи России и Франции: кросскультурный анализ // Психологический журнал. 2013. Том 34. № 2. – С. 87–98.
9. Jodelet, D. La victimisation vue sous l'angle de la psychologie sociale: L'apport de Serge Moscovici, 2015. – 130(4), 41–52.

© *Ощепков В. С.*, 2022