

УДК 159.9

ОСОБЕННОСТИ ПОЗНАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ НЕЗНАКОМОГО ЧЕЛОВЕКА У ЛИЦ СОЦИОНОМИЧЕСКИХ ПРОФЕССИЙ

С.Ю. Жданова, Л.З. Зарипова

Пермский государственный университет, 614990, Пермь, Букирева, 15
e-mail: Svitlana@perm.raid.ru, Linochka03@gmail.com

Представлены результаты исследования особенностей познания индивидуальности незнакомого человека (женщины и мужчины) у лиц социэкономических профессий. Выявлены общие и специфические черты познания индивидуальности незнакомого человека (женщины и мужчины) у представителей разных типов профессий.

Ключевые слова: познание индивидуальности незнакомого человека; субъект и объект познания; лица социэкономических профессий

Проблема индивидуальности человека в настоящее время широко изучается в научной среде с позиции объекта и субъекта познания, эксплицирована в научной психологической и междисциплинарной библиографии. Вопрос о познании индивидуальности является многоплановым и может быть рассмотрен с точки зрения как объекта, так и субъекта познания. Исследование скрытого, имплицитного знания об индивидуальности с позиции субъекта ее познающего представляет особый интерес, поскольку способствует более полному и глубокому пониманию феномена индивидуальности [7]. Обращение к изучению индивидуальности человека как к субъекту познания становится все более распространенным [1; 3; 4; 5; 6; 9 и др.].

Опираясь на данные исследований [3; 9] о закономерностях познания людьми друг друга в связи с возрастными, гендерными, этническими и профессиональными особенностями, можно предположить, что познание индивиду-

альности, в т.ч. незнакомого человека, также будет иметь свои специфические особенности у субъектов разных профессий.

С целью изучения особенностей познания индивидуальности у представителей разных профессиональных групп (социэкономических и несоциэкономических [7; 8]) нами было проведено собственное эмпирическое исследование. Выборочную совокупность составили представители 2 групп профессий: первый (социэкономический) тип профессий «человек-человек» (врачи, юристы, педагоги) и второй (несоциэкономический) тип — «человек-техника» (инженеры, машинисты и др.), «человек-знак» (программисты, редакторы и др.), «человек-художественный образ» (художники, дизайнеры и др.). Общие количество обследованных составило 311 чел., возраст — от 18 до 72 л.

В процессе исследования были использованы: метод свободного описания, метод рисунка, метод определений, метод семантического дифференциала. В соответствии с методикой

последнего респондентов просили описать индивидуальность незнакомого им человека (женщину и мужчину) по фотографии [3]. Обработки полученного материала осуществлялась качественными [2; 10; 12;] и количествен-

ными методами [11]. Для подтверждения данных использовались дополнительные процедуры: экспертная оценка, контент-анализ (сегментарный тип подсчета) и ϕ^* — угловое преобразование Фишера.

Таблица 1. Значимые различия текстовых описаний индивидуальности незнакомого человека (женщины) у лиц социально-экономических и несоциально-экономических профессий

Место категории в структуре индивидуальности	Категории	Подкатегории	Частота встречаемости признака, % доли		ϕ -критерий Фишера
			Лица социально-экономических профессий	Лица несоциально-экономических профессий	
Характеристика индивидуального уровня индивидуальности	Физические качества	Пол, возраст, характеристика внешности (рост, вес, внешний облик, цвет глаз, волос)	0,47	0,52	2,09*
Характеристика познавательной сферы и личностного уровня индивидуальности	Психологические особенности	Особенности познавательной сферы (психические процессы, интеллект)	0,18	0,23	1,31
		Свойства личности (темперамент, характер, способности)	0,74	0,75	0,26
		Мотивационная сфера личности (мотивы, потребности, интересы, ценности)	0,13	0,21	2,05*
		Особенности общения	0,35	0,20	2,23*
	Эмоциональное отвержение	Отрицательные качества	0,26	0,16	1,70*
	Эмоциональное одобрение	Положительные качества	0,43	0,23	2,76*
	Эгоизм	Употребление личных местоимений (я, мы, мне, мой, мои)	0,01	0,04	2,10*
Характеристики социально-психологического уровня индивидуальности	Социальные роли	Социальные роли /статус	0,11	0,26	3,48***
	Ссылка на других людей	Ссылка на знакомых, друзей, членов семьи	0,10	0,12	0,70
	Метафора и/или оценка		0,27	0,35	2,06*

Примечание: * — $p < 0,05$; ** — $p < 0,01$; *** — $p < 0,001$

Полученные в ходе исследования результаты изучения особенностей познания индивидуальности незнакомой женщины лицами социально-экономических и несоциально-экономических профессий представлены в табл. 1.

Полученный в ходе исследования материал позволяет говорить о наличии **общих особенностей** в описании индивидуальности незна-

комого человека (женщины) лицами социально-экономических и несоциально-экономических профессий, например, обращение к категории «*психологические особенности личности*», в частности к свойствам личности объекта познания. Авторы текстов подробно характеризуют темперамент, характер и способности изображенной на фотографии незнакомой женщины, например, «она

интроверт», «эмоционально сдержана», «уравновешенная», «расслабленная», «недоверчивая», «спокойная, невозмутимая», в то же время «активная», «волевая», «энергичная», «амбициозная», «уверенная», а также «пунктуальная», «трудолюбивая», «аккуратная», «отзывчивая», у нее «твердый характер» и «высокая самооценка», она «добросовестная», «инициативная», «наблюдательна в меру», «упряма и самостоятельна», кроме того, «креативная», «музыкальная», «творческая личность», «со сценическими качествами» и мн. др. Наиболее важными при описании незнакомого человека выступают особенности категории «свойства личности», значимые для общения и деятельности: «дружелюбная», «заботливая», «самостоятельная», «целеустремленная» и др. Эта категория имеет наибольший вес среди прочих (74 и 75% ссылок категории соответственно), что указывает на ее значимость в познании индивидуальности незнакомого человека.

В большинстве случаев обследованные обеих групп описывают индивидный уровень индивидуальности объекта познания (47% ссылок у лиц социномических профессий и 52% — у лиц несоциномических профессий): для авторов текстов наиболее значимы физиологические качества (пол, возраст, рост, вес, внешний облик, цвет глаз, волос и др.) незнакомой женщины. Категория «*физические качества*», несмотря на различную частоту встречаемости в текстовых сообщениях представителей разных профессий, имеет один из самых больших весов среди прочих. Описывая особенности индивидуальности, авторы текстов чаще прибегают к характеристике пола объекта познания («женщина»), возраста («25-28 лет», «бальзаковский возраст»), ее физических и физиологических качеств («полные руки», «крупный подбородок», «тяжелые верхние веки», «светлые крашенные волосы, темные глаза», «светлорусая», «индивидуальная форма носа и разрез глаз»), описывают стиль и одежду: «скромная

одежда и бижутерия», «деловой стиль одежды и прически», «имеет вкус: классика с элементами «изюминки», «следит за собой: прическа, макияж», «спущенная ровно уложенная челка», «аксессуар — платок на шее», «предпочитает свободные формы одежды», «имеет свой стиль», «короткая стрижка», «одета скромно, но со вкусом» и т.д. Обследованные оценивают внешний облик в целом: «ухаживаемая», «элегантная», «аккуратная» и «миловидная внешность», «своеобразное, пленительное обаяние», а также характеризуют особенности фотографии и положение/позу на ней объекта познания: «сфотографировалась под углом, на светлом фоне», «фотогенична», «голова наклонена в бок», «улыбка на камеру», «руки необычно сложены», «положение туловища будто у кошки» и др.

Для респондентов обеих групп профессий характерно эмоциональное принятие объекта познания: лица социномической и несоциномической специальностей отмечают положительные качества (43 и 23% ссылок соответственно). Таким образом, незнакомая женщина воспринимается позитивно субъектами познания независимо от их профессиональной принадлежности.

Обследованные всех групп профессий описывают объект познания как общительную женщину, например, пишут: «разговорчивая», «общительна», «коммуникабельная», «открытая для общения», «располагающая к общению», «любит поболтать», «скорее всего она хороший собеседник», и как малообщительную женщину: «скорее всего не очень общительная», «малоразговорчивая», «говорит мало», «немногословная», «не болтливая», «молчаливая», «тяжело находит контакт с другими», «не всем открыта», а также указывают на специфические особенности общения: «остра на язык», «избирательна в общении», «вовремя умеет промолчать», «за словом в карман не полезет», «в общении может быть резкой», «мягкая в об-

щении». Частота встречаемости ссылок на категорию «особенности общения» достаточно высока (35% у представителей социэкономического труда и 20% у представителей несоциэкономического труда).

В большинстве случаев при познании индивидуальности незнакомого человека представители обеих профессий используют метафоры (частота встречаемости соответствующей категории 27 и 35%), отмечая, что незнакомая женщина на фотографии: «классическая», «мадам», «дама с характером», «тетушка-добрый совет», «хамелеон» и др.

Общими чертами в описании индивидуальности незнакомого человека (женщины) представителями социэкономического и несоциэкономического труда также является обращение к характеристике познавательной сферы. В частности, авторы текстов ссылаются на категорию «Особенности познавательной сферы», которая имеет достаточно высокий вес среди прочих (18% и 23% соответственно). Обследуемые акцентируют внимание на выявлении особенностей познавательной сферы незнакомой им женщины, в частности, психических процессов, мышления, интеллекта: «умная», «интеллектуально развитая женщина», которая «стремится к интеллектуальному развитию»; она «много знает, читает», «мудра», «логична», «внимательная», «проницательна», «рассудительна», а также «образованная и разумная», «имеет математический склад ума».

Характеризуя индивидуальность человека по фотографии, представители всех профессиональных групп делают ссылки на других людей (11% в среднем): «похожа на мою тетю», «похожа на Юлию Меньшову», «похожа на мою коллегу». Вместе с этим респонденты описывают семейное положение: «у нее есть дети», «имеет семью», указывают на отношение объекта познания к окружающим, в т.ч. к знакомым, близким и членам семьи: «любящая детей», «заботящаяся о близких», «любит своих 2

детей», «к детям строгая», «любит семью», «любящая людей, близких», «с друзьями и знакомыми милая», «хочет быть приятной окружающим», «интерес к другим людям», «спокойно ведет себя в обществе других», а также в противовес: «зависимая от окружающих», «завышенные требования к окружающим людям», «любит обсуждать знакомых», «тяжело находит контакт с другими», «в меру закрыта от окружающих», «отсутствие негативного отношения к окружающим», «в общении с окружающими резка» и др. Таким образом, можно констатировать о наличии взаимосвязи особенностей познания незнакомого объекта с особенностями окружающего мира, других людей, в т.ч. близких, друзей, родных, коллег, его сверстников и т.д.

Полученные результаты позволяют говорить также о *специфических чертах* в познании индивидуальности незнакомого человека в связи с особенностями профессиональной деятельности субъектов познания.

Так, лица *социэкономического* труда в меньшей степени уделяют внимание индивидуальным характеристикам индивидуальности незнакомого человека, таким как пол, возраст, внешние данные. Это свидетельствует о том, что представители профессий типа «человек-человек» обращены преимущественно к внутреннему миру человека в силу специфики профессиональной деятельности, в которой объектом труда является человек, его личностные и жизненные условия.

Вместе с тем для лиц *социэкономического* труда при познании индивидуальности незнакомого человека (женщины) характерно обращение к качествам, значимым для успешной профессиональной деятельности. В частности, представители социэкономических профессий обращаются к категории «Особенности общения» достоверно чаще (35%), чем представители несоциэкономического труда (20% ссылок соответственно, $\phi = 2,23$; $p < 0,05$). Такие результа-

ты могут быть обусловлены тем, что одним из профессионально-важных качеств лиц профессий типа «человек-человек» является коммуникативность. Для специалистов данной профессиональной сферы общительность — один из главных навыков и показателей эффективности и успешности деятельности. Например, лица юридического труда должны владеть навыками устной и письменной речи, грамотно аргументировать и логически выстраивать фразы и выражения; для представителей образовательной среды профессиональной задачей является донесение материала до самого разного круга лиц, учет специфики аудитории, с которой работает педагог, воспитатель, преподаватель и т.д. В связи с этим они ценят и оценивают именно особенности общения как существенную сторону личности объекта познания. Лица социономического типа профессий особо подчеркивают, что «индивидуальность проявляется в манере общения», «...чтобы увидеть индивидуальность, требуется общение».

Описывая индивидуальность, лица социономического труда по сравнению с лицами других профессий чаще используют положительные оценки в познании индивидуальности незнакомого другого (43% и 23% ссылок на категорию *«Положительные качества»*, $\phi = 2,76$; $p < 0,05$). Раскрывая индивидуальность человека по фотографии, респонденты социономических профессий более склонны проявлять эмоциональное одобрение к объекту познания: «характерна доброжелательность», «скромная», «на первый взгляд добродушная», «приятная», «искренняя», «ласковая», «дружелюбная», «позитивная», «не меркантильна», «заботящаяся о близких» и др. Лица профессий типа «человек-человек» часто прибегают к отрицательным характеристикам (26 и 16% ссылок на категорию *«Отрицательные качества»*, имеющей достаточно высокий вес, $\phi = 1,70$; $p < 0,05$): «хитрая немного», «лукавая», «нечестная», «злобная», «строптивая», «наглая», «хамоватая», «ковар-

ная», «упрямая», «черствая», «часто бывают припадки ярости» и др. Характеризуя положительные и отрицательные качества незнакомого объекта познания, респонденты указывают на возможное их сочетание: «мягкость — дома, строгость — на работе» и др. Таким образом, можно говорить о некоторой закономерности оценивания специалистами социономического труда объекта познания, который им незнаком. Возможно, такие результаты свидетельствуют об определенном отношении к незнакомому человеку. Так, в связи с профессиональной деятельностью лица социономического труда, включаясь в ситуацию жизни человека, стремятся к ее оценке, квалификации, конкретным характеристикам: выявление симптомов заболевания, постановка диагноза, выбор определенного вида медикаментов, срока и характера лечения (у медицинских работников); оценивание знаний, умений и навыков, интеллектуального и физического потенциала (у педагогов); квалификация правовых действий, отнесение к судебному институту, построение защиты и обвинения с опорой на конкретные нормативно-правовые акты, статьи, обстоятельства дела (доказательственную базу), вынесение решений суда, в т.ч. приговора, назначение меры (вида и срока) наказания в уголовном судопроизводстве (у лиц юридических профессий).

Полученные результаты исследования индивидуальности незнакомой женщины как объекта познания показывают, что лица *несоциономических* профессий также имеют *специфические черты* познания индивидуальности незнакомого другого. Так, они в большей степени уделяют внимание индивидуальным характеристикам, таким как *«пол, возраст, характеристика внешности»*, по сравнению с представителями *несоциономических* профессий (47 и 52% ссылок соответственно, $\phi = 2,09$, при $p < 0,05$). Познавая индивидуальность незнакомого им человека по фотографии, авторы текстов указывают, что «индивидуальность женщин описы-

вать и оценивать по фото сложно», можно дать только «внешнюю характеристику». Респонденты ориентированы на внешнюю оценку и описание индивидуальных черт индивидуальности незнакомого человека по фотографии. Внутренний мир для обследованных в этом случае остается малопонятым, завуалированным, сложным для однозначной интерпретации и понимания.

Специфические тенденции познания индивидуальности незнакомого человека проявились в том, что респонденты несоциального труда по сравнению с лицами других профессий чаще ссылаются на «Мотивационную сферу личности» (21 к 13% ссылок, $\phi=2,05$; $p<0,05$). В частности, участники исследования описывают интересы и ценности незнакомой женщины: «любит готовить», «...поболтать, посплетничать», «любит большие компании», «...занимается приготовлением пищи, вышивкой, шитьем», «увлекается ручным хобби», «любит посмотреть сериалы о любви или прочитать любовный роман», «любит шутить и сама любит смеяться», «любит все новое, но не все принимает, так как много привязанностей», «любит посвящать себя работе». Объект познания с точки зрения респондентов «пребывает в поисках нового мужа» и «страстно желающая выйти замуж», «любит быть в центре внимания» и «позировать перед камерами», «стремится к хорошему вкусу во всем», «много работает и добивается своего», «семья и работа — ее ценность в жизни», «в процессе самореализации», «стремится к интеллектуальному развитию», «знает, чего хочет» и др. Наряду с этим это женщина, которая «имеет моральные ценности», «возможно религиозна». Полученные результаты можно объяснить тенденцией к описанию «видимого», внешнего мира объекта познания лицами несоциальных профессий: физических качеств, физиологических характеристик, внешности, а также хобби и инте-

ресов, с которыми они ассоциируют человека на фотографии.

Особенные черты познания индивидуальности незнакомого другого также выражены в использовании личных местоимений (я, мы, мой, мои). Категория «Эгоизм» имеет в целом небольшой вес в текстах респондентов обеих групп выборки, что можно объяснить низкой степенью знакомства с объектом познания, поверхностным взглядом на личность незнакомого человека. Однако представители несоциального типа профессий достоверно чаще ссылаются на данную категорию (4% к 1% ; $\phi = 2,10$; $p<0,05$). В текстах респондентов обнаруживаются такие описания, как «на мой взгляд», «я увидела», «не вижу я в ней...», «я думаю». Полученные данные могут свидетельствовать, в частности, о восприятии представителями несоциальных групп профессий окружающих явлений в диаде «мой — не мой», «свой — чужой», о влиянии специфики их профессиональной деятельности, которая не предполагает активного «вторжения» в личное пространство человека, тогда как особенность профессий типа «человек — человек» заключается в конструктивном включении в жизнедеятельность человека, будь то пациент, клиент, ученик, подзащитный, обвиняемый и т.д., при этом границы вмешательства могут определяться обеими сторонами. Социальный тип профессий в связи с этим может в обыденном сознании отражаться как гуманный, более «человеколюбивый», «человечный», тогда как другие профессии будут представляться более «эгоцентрированными».

Как видно из табл. 1, в категории «Социальные роли/статус» обнаружены значимые различия: представители профессий типа «человек-знак», «человек-техника», «человек-художественный образ», в отличие от лиц профессий «человек — человек», чаще прибегают к определению социальной роли и статуса объекта познания (26 к 11% соответственно; $\phi =$

3,48; $p < 0,001$). Индивидуальность незнакомой женщины как объекта познания они раскрывают через такие социальные роли и статусы, как «хорошая мать, жена», «хороший друг», «писательница или теле-, радио-ведущая», «похожа на воспитательницу или администратора», «возможно врач, учитель», «работает фармацевтом», «убийца», «представитель технической специальности», «бизнес-леди», «зоолог», «кулинар-кондитер», «гример», «домохозяйка или собирается ей стать», «американка возможно», «замужем» и др. Вероятно, такие данные могут быть обусловлены значимостью статуса и социальных ролей в знании о другом человеке у лиц несоциономического труда, стремлением «определить место» и «адресовать» какой-либо сфере объект познания. В свою очередь, представителям профессий типа «человек — человек» эта характеристика не кажется такой принципиальной, статус человека не так существенен при реализации медицинской, педагогической, правовой деятельности, не влияют на квалифицированность труда субъектов познания и возможность обращения к профессиональным услугам специалистов.

Обследованные данного типа профессий достоверно чаще используют метафорические формы выражения индивидуальности незнакомца (35% — частота встречаемости категории «Метафора и/или оценка» в группе несоциономических профессий, 27% — в группе социономических профессий; $\phi = 2,06$; $p < 0,05$): «сильная, смелая, как лебедь белая», «игра»,

«дегустация», «ветер в голове», «душа компании», «интеллигентная», «лиса», «романтическая натура», «женщина-кошка», «мечта несостоявшегося поэта», «мадам», «себе на уме», «среднестатистическая женщина», «человек-одиночка» и др. Вместе с тем сохраняется тенденция к использованию метафорической формы познания индивидуальности. Так, идентичные данные мы обнаруживали и в понимании термина «индивидуальность», когда респонденты несоциономического труда описывали индивидуальность, используя абстракции, метафоры, схематические способы отражения. Индивидуальность для них — что-то «из ряда вон выходящее», «характерное для определенных людей», трудновыразимое в словах, тексте, которую возможно отразить с помощью рисунков или метафорических выражений.

Вместе с тем респонденты указывают на сложность отражения индивидуальности незнакомца им человека, влияние времени знакомства на знание о другом человеке, знание о его индивидуальности. Индивидуальность — сложный для познания объект, особые трудности вызывает познание индивидуальности человека по фотографии незнакомца человека, что требует непосредственного взаимодействия с объектом познания. Участники исследования пишут, что для них «личность мало ясна», «на первый взгляд одно, что внутри — вот вопрос?», «не вижу я в ней какой-то особой индивидуальности», «не всегда способна проявлять свою индивидуальность».

Таблица 2. Значимые различия в текстовых описаниях индивидуальности незнакомца человека (мужчины) у лиц социономических и несоциономических профессий

Место категории в структуре индивидуальности	Категории	Подкатегории	Частота встречаемости признака, % доли		ϕ -критерий Фишера
			Лица социономических профессий	Лица несоциономических профессий	
Характеристика индивидуального уровня индивидуальности	Физические качества	Пол, возраст, характеристика внешности (рост, вес, внешний облик, цвет глаз, волос)	0,29	0,34	1,49

Место категории в структуре индивидуальности	Категории	Подкатегории	Частота встречаемости признака, % доли		φ-критерий фишера
			Лица социомных профессий	Лица несоциомных профессий	
Характеристика познавательной сферы и личностного уровня индивидуальности	Психологические особенности	Особенности познавательной сферы (психические процессы, интеллект)	0,39	0,42	1,36
		Свойства личности (темперамент, характер, способности)	0,80	0,85	0,96
		Мотивационная сфера личности (мотивы, потребности, интересы, ценности)	0,17	0,27	2,52**
		Особенности общения	0,29	0,17	2,08**
	Эмоциональное отвержение	Отрицательные качества	0,16	0,08	2,05*
	Эмоциональное одобрение	Положительные качества	0,39	0,25	1,64*
	Эгоизм	Употребление личных местоимений (я, мы, мне, мой, мои)	0,01	0,05	1,80*
Характеристики социально-психологического уровня индивидуальности	Социальные роли	Социальные роли и статус	0,13	0,30	3,77***
	Ссылка на других людей	Ссылка на знакомых, друзей, членов семьи	0,08	0,10	0,71
	Метафора и/или оценка		0,18	0,19	0,17

Примечание: * — $p < 0,05$; ** - $p < 0,01$; ***- $p < 0,001$; раскрывается заключается

Результаты исследования особенностей познания индивидуальности незнакомого человека (мужчины) лицами социомических и несоциомических профессий представлены в табл. 2.

Интерпретация полученных данных позволяет говорить о наличии *общих черт* в познании индивидуальности незнакомого человека (мужчины) у лиц разных типов профессий: респонденты обеих групп большое внимание уделяют в процессе познания индивидуальности незнакомого человека (мужчины – свойствам личности, например, описывают темперамент, характер, способности: «уравновешенный», «спокойный», «невозмутимый человек» или «для него характерна повышенная эмоциональность», он «нервозен (неврастеник)»; это и «интраверт», и «экстраверт»; «педантичный» и «небрежный»; «несколько закрыт, раскрывает-

ся не сразу», «немного замкнутый» и «открытый»; «уверенный» и «уступчивый» и т.д. Незнакомый другой – «серьезный», «самостоятельный», «твердый», «волевой», «тонко чувствующий», «с веселым нравом», «добрый», «трудолюбивый», «пунктуальный», «энергичный человек», «умеющий играть на музыкальном инструменте» и имеющий «творческое начало». Таким образом, темпераментальные и характерологические особенности, а также способности незнакомого мужчины вызывают повышенный интерес у всех участников исследования, независимо от их профессиональной принадлежности. Именно данная категория является приоритетной в характеристике незнакомого мужчины по фотографии, по сравнению с параметрами физических качеств и внешнего облика, которые доминируют в познании незнакомой женщины.

Как показывают данные таблицы, в познании индивидуальности незнакомого человека обследованные обеих групп в равной степени ссылаются на подкатегорию «*Особенности познавательной сферы*» (40,5% в среднем). Респонденты описывают психические процессы и интеллект объекта познания: «умный», «рассудительный», «мыслящий», «знающий», «не глупый», «математический склад ума», «интеллектуал», «рассудительный», «внимательный», «глубокие познания в разных сферах» и др. Авторы текстов подчеркивают, что «внутренняя индивидуальность — это нестандартность мышления». Полученные результаты свидетельствуют, в частности, о значимости для субъекта познания познавательной сферы другого, об интересе к интеллектуальным возможностям объекта познания. Вместе с тем представляется сложным точное ее описание по фотографии, когда объект познания — незнакомый человек. В этой связи респонденты зачастую применяют косвенные, ассоциативные выражения, опосредованно подтверждающие особенности познавательной сферы объекта познания: «ассоциируется с умным человеком», «задает много вопросов», «на лице «отпечаток разума»», «относится к сословию интеллектуалов» и т.д.

При описании незнакомого мужчины как объекта познания у представителей всех групп профессий присутствует обращение к подкатегории «*пол, возраст, характеристика внешности*» (31,5% ссылок в среднем). Авторы текстов описывают пол и возраст незнакомого мужчины на фотографии: «мужчина», «мужчина средних лет», «молодой мужчина», «более 30 лет», «мужчина 35–40 лет», дают характеристику физических и физиологических особенностей: «возможно имеет плохое зрение», «довольно пухлые губы», «оттопыренные уши», «сократовский лоб», у него «короткая стрижка», «ямочка на подбородке», «хорошо физически развит». Наряду с этим они описывают

стиль объекта познания: «предпочитает неформальный стиль в одежде», «спортивный стиль в одежде», «в очках и в часах на левой руке», «не следит за модой», «прост в одежде» и т.д. Респонденты прибегают к оценке внешнего облика незнакомого другого: «открытый взгляд», «глаза, полные печали», «интеллектуально богатое выражение лица», «внешне обаятельный», «индивидуальный, пронзительный взгляд», «следит за собой», «прост внешне», «дорогие часы» и др. Вместе с этим участники исследования социномических и несоциномических профессий характеризуют особенности фотографии и положение/позу объекта познания на ней: «руками как бы закрывает себя, отгораживает», «темный фон фотографии», «необычная поза и положение рук», «прямая осанка», «уверенная поза», «руки крайне удобно сложены», «на фото голова прямо, смотрит прямо пронзительно». Отметим, что среднее число ссылок на индивидуальный уровень индивидуальности представителями обеих групп выборки в отношении познания незнакомого мужчины по фотографии составляет 31,5%, в отношении познания незнакомой женщины по фотографии — 49,5%. Такие данные указывают на привлекательность женщины как объекта познания, на значимость характеристик ее внешности для других в отличие от мужчин, внешний облик которых видится субъектам познания вторичным по отношению к психологическим особенностям мужчины, в частности свойствам его личности.

Категория «*метафора и/или оценка*» также является равноупотребимой в описаниях индивидуальности незнакомого человека (18,5% ссылок в среднем). Индивидуальность объекта познания описывается как: «широкая душа», «похож на счастливого человека», «шестидесятник» (физик-лирик, поколение Ю. Визбора и С. Никитина), «типичный интеллигент», «мечтатель», «гармоничный», «вещь в себе», «живой», «романтик», «хулиган», «ботаник», «сам

себе на уме», «...это мужчина моей мечты» и др. Авторы текстов заключают, что «индивидуальность у него в голове», «проявлена внутренняя индивидуальность, внешняя — мало свойственна...», «не очень-то индивидуальный», «по фото сложно судить...». Индивидуальность незнакомого другого отражается через метафоры и оценку как возможно наиболее легкие, приемлемые, адекватные формы познания с точки зрения лиц социономических и несоциономических профессий.

Как показывают данные таблицы, в познании индивидуальности незнакомого человека (мужчины) обследованными социономическими и несоциономическими группами имеются общие особенности, в частности ссылка на других людей: на знакомых, друзей, членов семьи, окружение (9% в среднем): «независим от мнения других людей», «нейтрален к другим людям», «друзей не много, но много хороших знакомых», «умеющий вдохновлять окружающих», «напоминает известного актера» и др. Таким образом, с позиции участников всех групп исследования, познание индивидуальности незнакомого мужчины и женщины видится в связи с социальным окружением, значимыми другими. Этот факт, наряду с прочими, позволяет респондентам обеих групп профессий говорить о том, что познаваемый ими человек индивидуальность.

Специфические тенденции в познании незнакомого человека по фотографии (мужчины) проявляются в том, что *лица социономических профессий* достоверно чаще (29%) по сравнению с лицами несоциономических профессий (17%; $\phi = 2,08$, $p < 0,05$) ссылаются на характеристику «особенности общения». Авторы текстов указывают, что объект познания, с одной стороны: «неразговорчивый», «молчаливый», «нелюдимый», «закрытый для общения...», «некрасноречивый», «избирателен в общении», «больше слушает, чем сам говорит», «возможно неразговорчивый», «при общении

держит дистанцию между собой и собеседником», «общения не избегает, но и не ищет его», «в меру общителен», с другой стороны, «в общении прост и спокоен», «приятный в общении», «готовый на контакт», «располагающий к общению», «интересный в общении», «хороший собеседник», «открыт в общении с людьми», «общительный», «разговорчив», «легок в общении». Таким образом, у представителей профессий типа «человек — человек» сохраняется тенденция в ссылке на общение как значимую характеристику индивидуальности.

Особенные черты также проявились в социальной оценке индивидуальности незнакомого человека (мужчины). Представители социономического труда значимо чаще по сравнению с лицами несоциономных профессий употребляют как положительные (39 и 25% соответственно; $\phi = 1,69$, $p < 0,05$), так отрицательные оценки (16% и 8% соответственно; $\phi = 2,05$, $p < 0,05$) в отражении объекта познания. Описывая положительную сторону незнакомого мужчины, авторы текстов применяют такие эмпирические индикаторы, как «готовый помочь», «добродушный», «порядочный», «дружелюбный», «не конфликтный», «умеет дружить», «неагрессивный», «честный», «не будет громко ругаться, кричать, только в крайних случаях», «добросовестный», «терпимый», «не лжет сам и не прощает лжи», «отзывчивый», «верный друг», «правдивый», «всегда готов прийти на помощь ближнему человеку или нуждающемуся в помощи» и т.д. Отрицательно характеризуя объект познания, респонденты отмечают: «двуличный человек», «злой», «заносчивый», «раздражительный», «скрытный», «неискренний», «нечестный», ему свойственно «лицемерие», «эгоизм и равнодушие к чувствам женщин», он «может быть жестким», «повредничать и позлиться на публику», «морально слабоват» и т.д. Таким образом, прослеживается тенденция в высокой частоте ссылок на категории «положительные качества» и «отрицательные каче-

ства». При этом в большей степени для лиц профессий типа «человек — человек» свойственно эмоциональное одобрение и принятие объекта познания независимо от его пола.

Для лиц *несоциальных профессий специфичным* в познании незнакомого мужчины по фотографии является указание на его социальные роли и статус. В частности, встречаемость ссылок на данную категорию достоверно выше у лиц *сигнономического, технономического и артономического* труда (30%) в сравнении с показателями у представителей *социальных* профессий (13%; $\phi = 3,77$, $p < 0,001$). Авторы текстов указывают, что незнакомый им объект познания: «строитель высокого уровня», «друг», «адвокат или ученый», «семьянин», «может быть как гуманитарием (юрист, культуролог), но скорее «технарь» (IT-специалист; инженер, программист)», «женат», «простой рабочий», «отец», «музыкант», «украинец или прибалт», «журналист, репортер», «дядя», «писатель», «лидер», «бизнесмен», «служащий банка», «работяга» и др. Таким образом, сохраняется тенденция в обращении к социальному статусу и роли объекта познания, выявленная также и в отражении индивидуальности незнакомой женщины. Для респондентов *несоциальных* профессий значимыми являются «адресация» объекта познания к какой-либо сфере жизнедеятельности, причисление к определенной профессиональной группе, обозначение его социального «функционала». Полученные данные подчеркивают, в частности, интерес субъектов познания к внешним характеристикам индивидуальности незнакомца (от физических до социальных). Такие характеристики при познании индивидуальности незнакомца по фотографии могут быть легко считываемыми, понятными в описании, быстро и свободно вызывающими ассоциации в отличие от отображения внутреннего мира, сложного, малопонятного, плохо считываемого с фотографии.

Вместе с тем имеются и различия в особенностях познания индивидуальности в зависимости от частоты обращений к «*мотивационной сфере личности*»: лица *несоциальных* профессий более склонны использовать ссылки на мотивы, потребности, интересы и ценности объекта познания (27%) в отличие от представителей *несоциального* труда (17%; $\phi = 2,52^*$, $p < 0,01$). Респонденты описывают интересы, мотивы и потребности, ценности незнакомца им мужчины: «имеет 1-2 тихих увлечения — порыбачить, собирать модели из частей», «не склонен к активному отдыху», «любит собак», «меломан», «любит походы», «увлекается компьютерами, книгами», «любит заниматься спортом», «любит свою жизнь», «занимается йогой», «любит путешествия, рыбалку, охоту», а также «много работает, и ему всегда не хватает на это времени», «главная вещь — это его любовь к работе, деньги не первостепенны», «придерживается собственных убеждений», «предпочитает основательность, правильность», «доводит дело до конца», «любит точность и быть «у руля», «ставящий перед собой точные, конкретные цели и задачи и достигающий их в минимальное время», «всегда добивается, чего хочет», «следит за тенденциями общества», «стремится быть первым, своего не упустит», «достиг всего с самых низов — простого рабочего», «ведет правильный образ жизни», «дорожит временем», «морально стоек и тверд перед врагами» и т.д. Итак, мотивационная сфера является значимой в познании индивидуальности незнакомца как женщины, так и мужчины, легко считываемой субъектами познания.

Употребление личных местоимений также является специфичной чертой в познании индивидуальности незнакомца. Так, ссылка на данную категорию в текстах лиц *несоциальных* профессий встречается достоверно чаще (5%), чем в описаниях лиц *социальных* (1%; $\phi = 1,80$, $p < 0,05$). Обсле-

дованные соответственно используют индикаторы: «я понимаю...», «я все могу!», «я думаю...», «мне кажется» и т.д. Таким образом, мы прослеживаем тенденцию в ссылке на категорию «Эгоизм» при описании незнакомого другого: мужчины и женщины, что может, в частности, указывать на стремление респондентов найти общие особенности с познаваемым объектом, включиться в его жизненное поле, а также на демонстрацию своей позиции, собственной точки зрения в отношении незнакомого человека.

Выводы

1. Обнаружены общие тенденции в познании индивидуальности незнакомых женщины и мужчины по фотографии участниками обеих групп исследования: респонденты социомических и несоциомических профессий прежде всего выделяют в объекте познания, независимо от его пола, свойства личности (темперамент, характер, способности), уделяют внимание познавательной сфере (психическим процессам, интеллекту) незнакомого человека; ссылаются в процессе познания индивидуальности незнакомого человека на других людей (знакомых, друзей, членов семьи). Таким образом, индивидуальность объекта познания — это прежде всего сфера личности, темпераментальные и характерологические особенности, интеллект и способности человека, его взаимодействие с окружающим миром, наличие различного рода (информационно-коммуникативных, личных, профессиональных, бытовых и др.) связей. Это ключевые составляющие индивидуальности человека с позиции представителей социомической и несоциомической специальностей.

2. Лица социомических профессий в познании незнакомого мужчины и женщины часто уделяют внимание коммуникативной сфере объекта познания, описывают незнакомого другого как с положительной, так и с отрицательной сторон.

3. Представители несоциомического труда в познании индивидуальности незнакомого другого, независимо от его пола, акцентируют внимание на социальной роли и статусе объекта познания, его мотивационной сфере, а также используют личные местоимения в описании.

4. Специфические черты проявились в интересе к физическим качествам незнакомого человека. Лица несоциомического типа профессий в познании индивидуальности незнакомой женщины достоверно чаще по сравнению с лицами других профессий обращаются к характеристике внешности, индивидуальным свойствам объекта познания. В познании индивидуальности незнакомого мужчины различия показателей между группами выборки не значимы, что можно, в частности, объяснить тем, что лица социомического типа профессий в основном ориентированы на внутренний мир человека, поскольку объектом их труда является человек, его личностные и жизненные условия; а также тем, что интерес к внешнему облику незнакомой женщины проявился преимущественно в «мужской» выборке несоциомических профессий. Следует отметить и наличие взаимосвязи применения метафорических форм отражения и оценок индивидуальности. Так, характеризуя индивидуальность незнакомой женщины, представители несоциомического труда значительно чаще по сравнению с лицами социомических профессий используют метафоры и оценки, однако при познании индивидуальности незнакомого мужчины частота ссылок на категорию «метафора и/или оценка» невелика.

5. Авторы текстов, раскрывая индивидуальность незнакомого им человека по фотографии (и женщины, и мужчины), указывают на сложность познания и восприятия человека, которого видят в первый раз на фото. Участники исследования заключают, что легче удастся описать внешние данные. Вместе с тем респонденты зачастую ассоциируют объект познания

с другим человеком, наделяют его соответствующими характеристиками: «напоминает известного актера», «похожа на мою тетю», что указывает на способ опосредованного отражения объекта познания, на желание описать объект познания через образ другого, отойти от подробностей, однако прибегнуть к стереотипизации и оценке.

В заключение следует отметить, что исследование профессиональных особенностей познания человека имеет теоретическое и практическое значение. Оно дополняет ранее изученные индивидуальные и возрастные особенности данного феномена и позволяет описать его с большей полнотой, способствуя дальнейшему раскрытию совокупности закономерностей и механизмов этого процесса [9].

Список литературы

1. Андреева Г.М. К проблематике социального познания // Мир психологии. 1999. №3. С.15-23.
2. Богомолова Н.Н., Стефаненко Т.Г. Контент-анализ. М., 1992. С. 18-29.
3. Бодаев А.А., Васина Н.В. Познание человека человеком (возрастной, гендерный, этнический и профессиональный аспекты). СПб.: Речь, 2005. 324с.
4. Брушлинский А.В. Психология субъекта: индивида и группы // Психологический журнал. 2002. Т.23. №1. С. 71-80.
5. Знаков В.В. Психология субъекта как методология понимания человеческого бытия // Психологический журнал. 2003. Т. 24. №2. С. 95-106.
6. Жданова С.Ю. Психология познания индивидуальности человека / Перм. гос. ун-т., Перм. гос. пед. ун-т; Ин-т психологии. Пермь, 2005. 190 с.
7. Каверина Р.Д. Опыт психологической классификации некоторых профессий в целях профконсультации // Вопр. психологии. 1978. №4. С.65-71.
8. Климов Е.А. Образ мира в разнотипных профессиях. М., 1995. 215с.
9. Кукосян О. Г. Профессия и познание. Ростов н/Д., 1981. 157с.
10. Метод контент-анализа в психологических исследованиях: учеб.-метод. пособие / А.Ю. Бергфельд, Е.В. Шевкова, Н.А. Шиленкова и др.; под общ. ред. О.И. Кильченко. Пермь, 2007. 113 с.
11. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. СПб., 2003. С. 157-198.
12. Чупасова М.К. Место качественных методов в анализе социальных представлений // Социально-психологические исследования: сб. науч. тр. Тверь, 2002. С. 27-34.

FEATURES OF COGNITION OF INDIVIDUALITY UNFAMILIAR MAN BY PEOPLE OF SOCIAL PROFESSION

S.U. Zhdanova, L.Z. Zaripova

Perm State University, 15, Bukirev str., Perm, 614990

The article illustrates the research cognition of individuality unfamiliar man by people of socioeconomic professions, in particular cognition of individuality of unfamiliar men and women by photo. Methodological tools of cognition of this phenomenon are represented; categories of cognition of individuality are revealed and analyzed. It was shown that people of various professions have general and specific trends in the cognition of individuality.

Keywords: cognition of individuality; subject and object of cognition; cognition of unfamiliar individuality; people of social profession; photographic method