

## THE INFLUENCE OF CULTURAL DIFFERENCES ON THE ADAPTATION OF RUSSIAN EMIGRANTS FROM REPUBLICS OF THE FORMER USSR IN RUSSIA

V. V. Gricenko

*Can. sci. (history), docent, chair of psychology,  
the branch of Saratov univ. named in honor of N.G. Chernyshevsky, Balashov*

The adaptation of Russians forced emigrants and refugees from republics of the former USSR to Volgograd and Saratov regions is studied. The social-cultural differences among the Russians lived in Russia and local groups lived out of the main ethnic territory are showed. The influence of cultural differences mediated by the certain acculturation of Russians on the process of adaptation of emigrants in new conditions, on their integration with Russians in Russia is traced.

*Key words:* social-cultural distance, cultural borrowings, acculturation.



## ЭТНОПСИХОЛОГИЯ

### ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КОМИ И РУССКИХ ДРУГ О ДРУГЕ\*

© 2000 г. В. М. Бызова

*Доктор психол. наук, профессор кафедры педагогики и новых педагогических технологий  
Сыктывкарского государственного университета, Сыктывкар*

Анализируются результаты эмпирического исследования авто- и гетеростереотипов студенческой молодежи Республики Коми. Выявлены этнические различия в направленности и содержании авто- и гетеростереотипов представителей разных этнических групп.

*Ключевые слова:* этнический стереотип, автостереотип, гетеростереотип.

Проблема этнических стереотипов до сих пор недостаточно исследована, хотя в процессе тесного межэтнического общения происходит не только оценка личностных и общечеловеческих качеств, но и восприятие и оценка национальных особенностей. Межэтнические отношения на личностном уровне проявляются в установках и ориентациях, настроениях и поведении, этнических стереотипах. Несмотря на длительную историю взаимодействия русской и коми культур, сравнительному эмпирическому изучению этностереотипов русских и коми посвящено очень мало работ.

В отечественной научной литературе вопросам межнациональных отношений, связанных с уровнем развития этнического самосознания, с особенностями авто- и гетеростереотипов, уделяется недостаточно внимания. Почти отсутствуют исследования гендерных особенностей этнических стереотипов в разных культурах России, что искажает картину социальной перцепции межэтнического взаимодействия. На практике нередко встречаются большие различия в этнических стереотипах мужчин и женщин в разных культурах [2, 3].

Отечественные ученые (А.А. Реан, М.Ю. Ермашкин) указывают на необходимость серьезного отношения к расхожим в обыденной жизни национальным характеристикам. Функционирование стереотипов на двух уровнях отношений (межгрупповом и межличностном) осложняет решение проблемы их объективных и субъективных детерминант [5].

Практическое решение проблемы оптимизации межэтнических отношений действительно требует изучения этнических стереотипов, ибо они создают благоприятную почву для манипули-

рования массовым сознанием и выработки негативных установок по отношению к представителям других этносов. Следует всячески избегать возникновения национальных стереотипов и предрассудков и применения их в образовательной политике и педагогической практике. Это ставит перед специалистами прикладную задачу по коррекции неадекватных гетеростереотипов [4]. П.Н. Шихирев указывает на общую тенденцию, наблюдаемую в большинстве регионов, – это оживление, заострение этнических стереотипов, причем действующий этнический стереотип особо жестко фиксирован, чрезвычайно эмоционально насыщен, почти не поддается произвольному изменению [11]. Работа отечественных ученых показала, что слушатели программы межкультурного тренинга в ходе психологической подготовки к межэтническому общению постепенно освобождались от стереотипного восприятия представителей других этнических групп. Однако идентификация представителей этносов, далеких по культурным характеристикам, значительно затруднена [6].

Этнические стереотипы служат формой проявления национального характера и выступают в качестве эмпирического индикатора характерологического своеобразия этнической общности. В отечественной социальной психологии этнический стереотип трактуется как социально обусловленный схематический стандартный образ своей этнической общности (автостереотип) или других этнических общностей (гетеростереотип). Как правило, автостереотипы содержат комплекс положительных оценок, а гетеростереотипы могут быть как положительными, так и отрицательными в зависимости от исторического опыта взаимодействия народов.

Чаще всего этнический стереотип возникает из-за ограниченности межэтнического общения, причем стереотипы влияют на возникновение этнических антипатий или этнических симпатий [1].

\*Работа выполнена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (код проекта № 98-06-08038А).



По мнению зарубежных авторов, стереотипы несут в себе важную функцию “экономии мышления”, свойственную большинству людей с невысоким уровнем образования. Стереотип формируется как в процессе непосредственного межэтнического общения, так и на неорганизованных формах передачи информации (слухи, анекдоты, поговорки), на предубеждениях, передается через художественную литературу и фольклор [10].

Данные социологического опроса по Республике Коми [12] показывают, что предубеждения и негативные национальные стереотипы в массовом сознании распространены достаточно широко. Так, наличие напряженности отмечается между коренными (в 30% случаев) и пришлыми (23%) северянами. Среди причин, вызывающих напряженность в отношениях, следует отметить низкую культуру межнационального общения (44.8% опрошенных), хищническое отношение приезжих к природе Севера (23%), экономическую ситуацию, различия в размерах заработков (18.5% – коми и 12.5% – пришлые), особенности национального характера (1% – коми и 12.5% – некоренные), ущемление прав коренных народов (8% – коми и 5.4% – некоренные).

Общая гипотеза нашего исследования состояла в том, что содержание и направленность этнических стереотипов обусловлены особенностями самоотношения, а также факторами пола и непосредственным обыденным опытом межэтнического общения в национально-смешанных семьях. Авто- и гетеростереотипы в выборке этнических маргиналов отличаются более выраженной позитивностью по сравнению с выборками коми и русских.

Настоящая работа предполагала изучение, во-первых, особенностей авто- и гетеростереотипов молодежи разных этнических групп. Во-вторых, интерес вызвали особенности эмоциональных компонентов межэтнического восприятия девушками и юношами. В-третьих, выяснялись психологические факторы оценки представителей своего и “чужого” этноса.

В данной работе для исследования этностереотипов использован комплекс методических приемов невербального и вербального характера, что позволило рассмотреть элементы этнического са-

мосознания (образ Я, авто-, гетеростереотипы) на двух уровнях: неосознаваемом и осознаваемом.

## МЕТОДИКА

В исследовании принимали участие студенты разных курсов и факультетов Сыктывкарского госуниверситета. Выборочную совокупность составили представители коми и русского этносов, а также этнические маргиналы (коми-русские): 372 чел. – юноши и девушки 18–25 лет.

Для выявления эмоциональных компонентов межэтнического восприятия, направленности и содержания авто-, гетеростереотипов был выбран цветовой тест отношений (ЦТО). В качестве вербального метода использовался тест Т. Лири. В процессе исследования испытуемым предлагалось решить, относится ли то или иное утверждение из списка характерологических свойств методики Лири к одному из вариантов: к нему самому как носителю определенного этноса (Я-образ); к образу “типичного русского” или к образу “типичного коми”. Статистическая обработка включала вычисление параметров “Доминирование” и “Дружелюбие”, которые выступают главными компонентами при анализе стиля межличностного поведения представителей разных этнических групп. Невербальный метод ЦТО включал две серии экспериментов: в первой предлагалось проранжировать цветные карточки в порядке предпочтения – от самого предпочитаемого до наименее; во второй давалась инструкция подобрать цвет, наиболее подходящий к образу “типичного коми”, и цвет, наиболее подходящий к образу “типичного русского”. Кроме того, предлагалось выбрать цвет, наиболее подходящий к Я-образу как носителю соответствующего этноса. После завершения цветоассоциативной процедуры необходимо было прокомментировать цветковые выборы, характеризующие “типичного коми”. Статистическая обработка проводилась с учетом двухмерного параметрического пространства, образованного характеристиками валентности (В) и нормативности (Н). Эти параметры интерпретируются как показатели эмоционального притяжения или отвержения, позитивности или негативности социального стимула. Валентность измеряет позицию ассоциируемого цвета в индивидуальной цветовой раскладке, а нормативность оценивает позицию этого цвета в раскладке, условно рассматриваемой как “нормальная” или аутогенная норма, подтвержденная в работе психологов Санкт-Петербургского университета (Ю.И. Филимонов, В.М. Нестеров, А.И. Юрьев, 1982). Показатели В и Н могут принимать значения от 1 до 8 [9].

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В табл. 1 представлены показатели цветового теста отношений в выборках девушек разных этнических групп.

Показатели валентности (В) и нормативности (Н) отражают определенные различия этнических групп. Оценка “типичного русского” в выборках русских девушек и этнических маргиналов значительно выше оценки “типичного коми” (3.54 по сравнению с 5.54 и 3.48 по сравнению с 4.82).

В выборке коми-девушек показатели отражают тенденцию к более высокой оценке русского, чем коми (3.91 против 4.42). Кроме того, выявлено рассогласование показателей В и Н в оценке Я-образа (2.66 по сравнению с 3.57), причём показатель нормативности (3.57) близок таковому в оценке русского (3.37). Выявлена более позитивная оценка Я-образа коми-девушек (2.66) по срав-

Таблица 1. Результаты ЦТО в выборках девушек

Этнические группы	Типичный русский		Типичный коми		Я-образ	
	В	Н	В	Н	В	Н
Русские	3.54	3.12	5.54	5.59	2.44	2.93
Коми	3.91	3.37	4.42	4.26	2.66	3.57
Этнические маргиналы	3.48	2.65	4.82	4.68	3.15	3.93



нению с оценкой “типичного коми” (4.42). Полученные данные отражают стремление коми-девушек соответствовать образу русского при негативном восприятии представителей своей этнической группы. Выборка этнических маргиналов в оценке Я-образа и “типичного русского” обнаружила много общего (3.15 и 3.48), причем показатели нормативности отражают выраженную тенденцию к идентификации с русским этносом (2.65 против 3.93).

Сопоставление присуждаемых цветов в выборке русских девушек (85 чел.) показало, что наиболее предпочитаемыми цветами “типичный русский” оценивался в 57% случаев, а коми – в 18%. Самый предпочитаемый цвет (красный) чаще всего приписывался русскому (31% испытуемых) в отличие от коми (10%). Наименее предпочитаемыми цветами, прежде всего серым и коричневым, русский оценивался в 23% случаев, а коми – в 59%.

В выборке коми-девушек (82 чел.) не выявлено значимых различий в присуждении наиболее предпочитаемых цветов: 40% – коми и 49% – русский, причем с образом “типичного русского” чаще всего ассоциировался красный цвет, а с коми – зеленый. Наименее предпочитаемыми цветами русский оценивался в 25% случаев, а коми – в 35%, причем чаще всего с коричневым цветом. По диаграмме предпочтения оценка коричневого цвета низкая, что отражает невысокое мнение о представителях своего этноса.

В выборке девушек – этнических маргиналов (83 чел.) наиболее предпочитаемыми цветами русский оценивался в 55% случаев, а коми – в 23%, причем самый предпочитаемый (красный) приписывался исключительно русскому, а с образом коми чаще всего ассоциировался зеленый цвет. Наименее предпочитаемыми цветами русский оценивался в 25% случаев, а коми – в 43%, причем с образом коми ассоциировались коричневый и серый цвета, а с образом русского – красный и серый. Таким образом, в выборках девушек русского этноса и маргиналов эмоциональные притяжения русского значительно выше, чем коми, а в выборке коми-девушек выявлено эмоциональное неприятие своего этноса.

В табл. 2 представлены показатели цветового теста отношений в выборках юношей разных этнических групп.

В выборке русских юношей (43 чел.) полученные данные отражают весьма низкую оценку “типичного коми” по сравнению с “типичным русским”: показатель валентности автостереотипа (3.11) значительно отличается от валентности гетеростереотипа (5.28).  $T = 3.56; p < 0.001$ .

В выборке коми юношей (41 чел.) показатели валентности близки (3.17 и 3.93), что свидетельствует об эмоциональном притяжении как коми, так и

Таблица 2. Результаты ЦТО в выборках юношей

Этнические группы	Типичный русский		Типичный коми		Я-образ	
	В	Н	В	Н	В	Н
Русские	3.11	3.42	5.28	5.25	2.44	4.22
Коми	3.93	3.50	3.17	4.10	2.27	3.77
Этнические маргиналы	3.87	3.51	4.23	4.90	2.67	4.69

русского. В выборке юношей-маргиналов (38 чел.) не обнаружено значимых различий в оценках русского и коми: показатели валентности 3.87 и 4.23. Однако показатели нормативности отражают более высокую оценку “типичного русского” по сравнению с коми: 3.51 и 4.90.  $T = 2.53; p < 0.05$ .

Оценка Я-образа во всех этнических группах юношей отличается более выраженной позитивностью по сравнению с автостереотипами, что отражает низкую этническую идентификацию. Выявлено расхождение в показателях В и Н, что может быть связано с этническим самоопределением.

Обнаружены выраженные различия цветовых предпочтений в выборке русских юношей. Наиболее предпочитаемыми цветами “типичный русский” оценивался в 69% случаев, а коми – лишь в 19%. Наименее предпочитаемыми цветами русский оценивался в 11% случаев, а коми – в 47%, причем чаще всего серым и коричневым. Выборка коми-юношей в целом отличалась эмоциональным притяжением как русского, так и коми. Наиболее предпочитаемыми цветами русский оценивался в 57% случаев, а коми – в 66%, причем с образом русского ассоциировались синий (35% испытуемых) и красный цвета (29%), а с образом коми – преимущественно зеленый. В выборке юношей-маргиналов наиболее предпочитаемыми цветами русский оценивался в 53% случаев, а коми – в 40%, причем с образом коми чаще ассоциировался зеленый цвет (42% испытуемых), а также серый (33%). С образом русского ассоциировались зеленый, красный, желтый и серый. Наименее предпочитаемыми цветами русский и коми оценивались в равной степени.

Таким образом, в выборках юношей проявился устойчивый позитивный характер восприятия “типичного русского” и менее позитивный – коми.

Представляют интерес характерные комментарии молодежи русского этноса относительно психологического содержания цветовых выборов для оценки “типичного коми”. Зеленый цвет чаще всего указывал на связь коми с природой, лесом, тайгой: “Человек, находящийся во взаимосвязи с природой, более спокойный, уравновешенный”; “Лес – непредсказуемость”. Эмоциональное значение зеленого цвета имеет прямое отношение к



Таблица 3. Показатели векторов доминирования и дружелюбия (в баллах) в выборке молодежи

Этнические группы	Доминирование			Дружелюбие		
	Типичный коми	Типичный русский	Я-образ	Типичный коми	Типичный русский	Я-образ
Коми	-2.59	48.60	-0.09	6.89	-0.59	3.19
Девушки русские	-0.40	13.16	-0.24	-0.90	2.67	1.73
Маргиналы	-0.33	20.20	0.10	0.17	-3.59	1.39
Коми	-0.11	2.78	0.76	7.06	-1.52	-2.21
Юноши русские	0.54	6.78	0.95	-3.72	-1.07	0.01
Маргиналы	-0.95	3.40	2.69	-1.16	-1.04	0.15

стереотипным представлениям о коми, как людях уравновешенных, сдержанных, спокойных, однако непредсказуемых. Красный цвет отражал чаще всего глубокое внутреннее содержание, эмоциональное тепло, скрытое за внешней сдержанностью, замкнутостью, спокойствием: "Улыбка, теплота внутренняя, некоторая замкнутость, скрытность". Синий цвет выявлял психологические особенности, приписываемые коми: "Отдаленность, холодность, умеренность, спокойствие". Серый цвет прежде всего указывал на особенности межличностного восприятия и эмоционально

означал незначимость, неинтересность, незнакомость: "Самые заурядные, обыкновенные".

В целом, комментарии русской молодежи отражали эмоциональность восприятия представителей коми этноса, свидетельствовали о поверхностном опыте общения.

В комментариях молодежи коми этноса о "типичном коми" зеленый цвет являлся показателем следующих характеристик: "Гармония с миром, связь с природой, любовь к природе, упорство, благорасположенность к другим". Синий цвет чаще всего отражал абстрактные понятия и в мень-

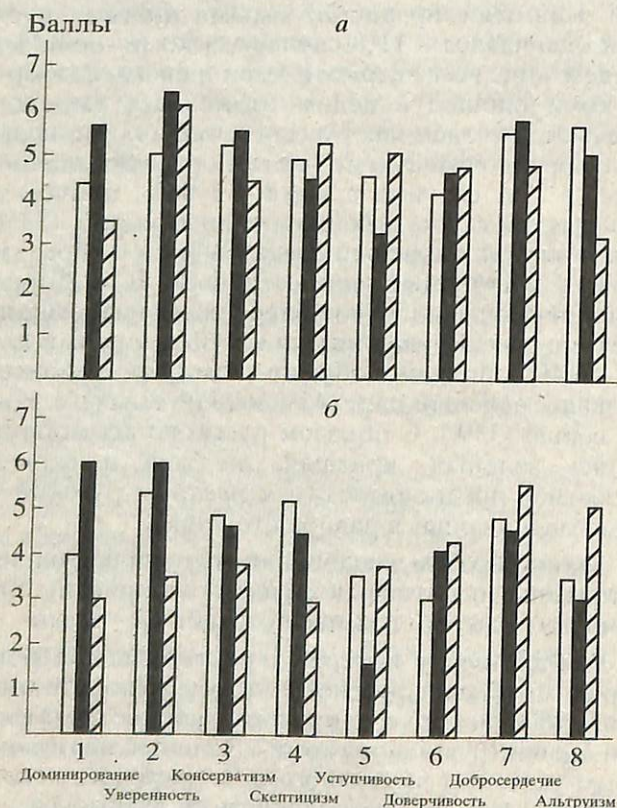


Рис. 1. Авто- и гетеростереотипы русских (а) и коми (б) юношей. Светлый столбик – Я-образ, темный – "типичный русский", заштрихованный – "типичный коми".

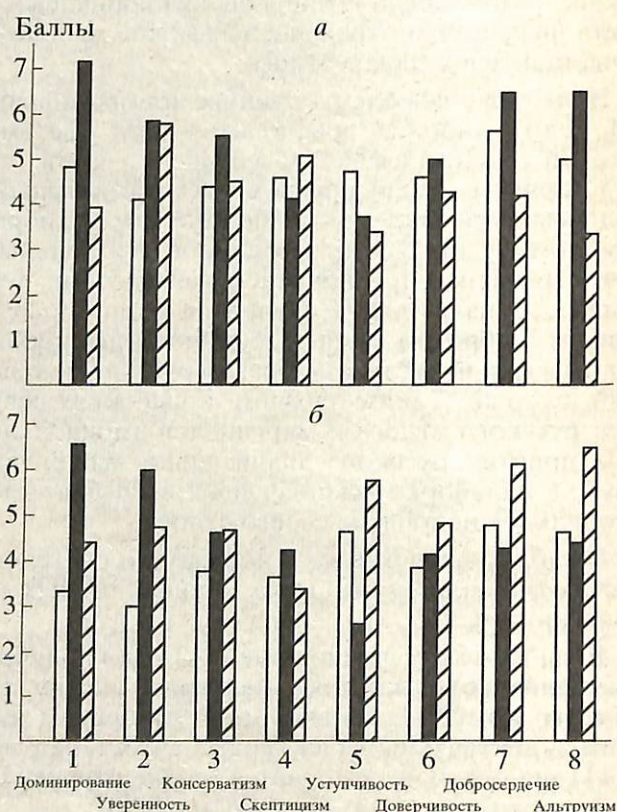


Рис. 2. Авто- и гетеростереотипы русских (а) и коми (б) девушек. Обозначения, как на рис. 1.



шей степени – личностные характеристики: “Свобода, любовь к независимости, вольнолюбие, скромность, простота”. Красный цвет говорил прежде всего об эмоциональном аспекте общения, эмоциональном тепле во взаимоотношениях с людьми, о повышенной потребности в эмоциональной поддержке: “Цвет любви... коми более искренни в любви; гостеприимность, доброта, тепло, забота”. Коричневый цвет: “Простор земли”; “Равнодушие и бездеятельность мужчин”.

В целом, комментарии коми молодежи отражали критическое отношение к представителям своего этноса, причем среди особенностей отмечалась меньшая, по сравнению с русскими, пластичность, излишняя скромность, простота, пассивность, неумение подать себя с более выгодной стороны.

Этнические маргиналы в своих комментариях цветовых выборов давали, в отличие от русских и коми, более полные и развернутые характеристики. Например, красный цвет: “Люди способные, но заглушающие в себе свои способности, по натуре – добрые”; “В большинстве своем добрые, простые в обращении люди”; “Закомплексованные, склонные занижать свои способности, а на это повлияла политика русификации, проводимая в Республике Коми. Народ ощущает себя каким-то ущербным и смирился с этим”.

В целом, этнические маргиналы подчеркивали положительные черты: дружелюбие, упорство, естественность, скромность.

Результаты исследования молодежи с помощью теста Т. Лири представлены в табл. 3, а также на рис. 1–3.

Показатели доминирования наиболее выражены в выборках девушек всех этнических групп: 48.60; 20.20; 13.16. В отличие от девушек, в выборках юношей эти показатели невысоки, что отражает половые различия в восприятии “типичного русского”, которого характеризовали как весьма доминантного, прежде всего, женские выборы.

“Типичный коми” обнаружил в основном отрицательные показатели вектора доминирования, что указывает на черты подчиненности в восприятии большинства испытуемых. Показатели дружелюбия наиболее выражены в автостереотипах коми (6.89 и 7.06) в отличие от русских. Вектор дружелюбия был характерен для Я-образа девушек в отличие от юношей. Выборка юношей-маргиналов в Я-образе подчеркивала более выраженное доминирование по сравнению с коми и русскими.

Более наглядно специфика психологических тенденций авто- и гетеростереотипов молодежи представлена на рисунках. В выборке девушек автостереотип коми характеризовался: уступчивостью, добросердечием и альтруизмом, отражающими такие особенности поведения, как эмоци-

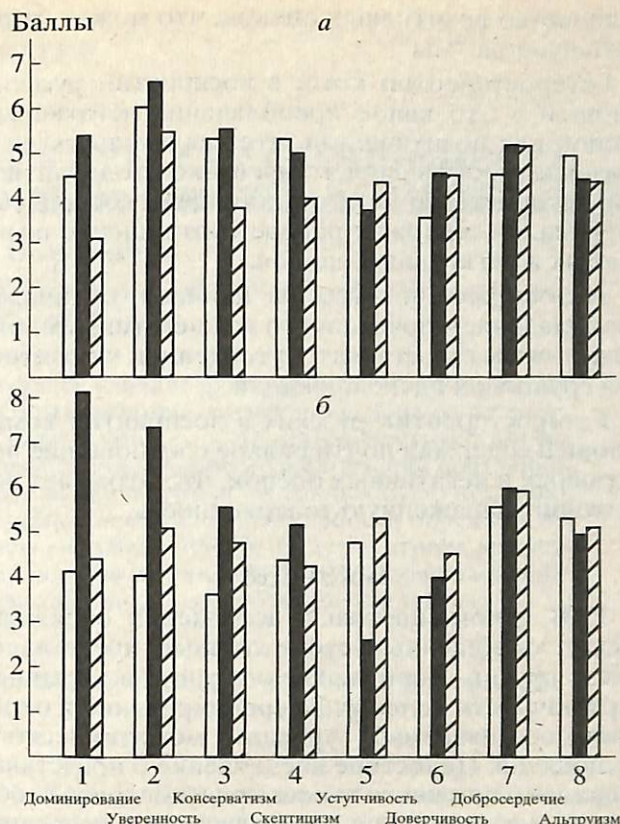


Рис. 3. Авто- и гетеростереотипы этнических маргиналов – юношей (а) и девушек (б). Обозначения, как на рис. 1.

ональная реактивность, ориентация на мнение окружающих, невысокая самооценка. Гетеростереотип коми в восприятии русских девушек отличался подчеркиванием тенденций скептицизма и уверенности в ущерб уступчивости и альтруизму.

Гетеростереотип коми в восприятии девушек-маргиналов отражал преобладание позитивных оценок и тенденций: доверчивость, добросердечие, уступчивость и альтруизм. Эти данные свидетельствуют об этнической толерантности маргиналов.

Автостереотип русских девушек характеризовался такими тенденциями, как авторитарность, власть, добросердечие и альтруизм. Выраженные негативные тенденции указывают на неразвитость чувства “мы”, отсутствие позитивной групповой идентификации со своей этнической группой.

Гетеростереотип русских в восприятии коми-девушек включал равное соотношение негативных и позитивных оценок, что свидетельствует о достаточно выраженной этнической толерантности коми-девушек.

Автостереотип коми-юношей отличался подчеркиванием тенденций добросердечия и альтруизма и в целом содержал несколько повышенное



количество позитивных оценок, что может отражать чувства "мы".

Гетеростереотип коми в восприятии русских юношей – это явное преобладание негативных оценок над позитивными, что свидетельствует о неадекватности восприятия и низкой толерантности. Гетеростереотип коми-юношей в восприятии маргиналов содержал равное соотношение позитивных и негативных оценок.

Автостереотип русских юношей отличался преобладанием позитивного над негативным, что может свидетельствовать о тенденции к позитивной групповой идентификации.

Гетеростереотип русских в восприятии коми-юношей содержал почти равное соотношение позитивных и негативных оценок, что отражает достаточно выраженную толерантность.

### ВЫВОДЫ

1. В целом, цветовые ассоциации отражали весьма обобщенные субъективные представления о других. Вербальное описание в терминах черт личности более дифференцированно и отражает осознаваемый уровень межэтнического восприятия. Целостное впечатление о представителях того или иного этноса предусматривает оба уровня рассмотрения: осознаваемый и неосознаваемый. В ситуациях межэтнического взаимодействия более значимым нередко оказывается неосознаваемый уровень отношений, определяющий результативность деятельности и общения.

Учет эмоциональных компонентов межэтнических отношений позволяет выявлять латентные настроения в этнических группах и вовремя осуществлять психологическую коррекцию поведения и личности.

2. У испытуемых с тенденцией формирования позитивной этнической идентичности эмоциональная оценка Я-образа существенно выше, чем у тех, у кого этническая идентичность трансформирована. Существует положительная связь между самооценкой и качеством идентичности личности. Получены данные о негативном (у коми) и позитивном (у русских) подходе к личностной самооценке. Фактором, способствующим разруше-

нию позитивного автостереотипа в выборках коми этноса, является социальный контекст, который вызывает трансформацию образа своей этнической общности.

3. Обнаружены существенные половые различия в этнической стереотипизации молодежи, в формировании авто- и гетеростереотипов, что необходимо учитывать в процессе межкультурного тренинга, повышения этнокоммуникативной компетентности.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1996. С. 163–171.
2. Гаджиева Р.Г. Изменение этнических стереотипов под влиянием культурных, политических и социально-демографических факторов // Психология и практика. Ярославль, 1998. Т. 4. Вып. 1. С. 39–40.
3. Иванова Т.В. Изучение этнических стереотипов с помощью проективных рисунков // Вопросы психологии. 1998. № 2. С. 71–82.
4. Миронов Е.А. Изменение межкультурных стереотипов // Ананьев и Ленинградская школа в развитии современной психологии. СПб., 1995.
5. Реан А.А., Ермишкин М.Ю. Социальные стереотипы в оценке национальной психологии // Обновление: межнациональные отношения и перестройка. Л., 1989. С. 147–149.
6. Резников Е.Н., Марасанов Г.И. Психологическая подготовка к межэтническому общению // Психология и практика. Ярославль, 1998. Т. 4. Вып. 1. С. 148–149.
7. Сикевич З.В. Этносоциология: национальные отношения и межнациональные конфликты. СПб., 1994. С. 52–53.
8. Стефаненко Т.Г., Шлягина Е.И., Ениколопов С.Н. Методы этнопсихологического исследования. М.: Изд-во МГУ, 1993. С. 28–54.
9. Цветовой тест отношений // Практикум по психодиагностике. М., 1988.
10. Шихирев П.Н. Современная социальная психология в Западной Европе. М., 1985.
11. Шихирев П.Н. Проблемы исследования межгрупповых отношений // Психол. журн. 1992. № 1. С. 15–23.
12. Фаузер В.В. Влияние миграции на численность и состав населения Республики Коми. Сыктывкар, 1992. Вып. 293. С. 13–14.

## THE REPRESENTATIONS OF ONE ABOUT OTHER IN KOMI AND RUSSIANS

V. M. Byzova

*Dr. sci. (psychology), professor, chair of pedagogy and new pedagogical technologies, Syktyvkar state univ., Syktyvkar.*

The auto- and hetero-stereotypes in student of Komi Republic are analyzed. The ethnic differences in the direction and content of auto- and heterostereotypes in representatives of different ethnic groups are revealed.

*Key words:* ethnic stereotype, auto-stereotype, hetero-stereotype.



## ЧЕЛОВЕК И КОМПЬЮТЕР

### МОДУС КОНТРОЛЯ КАК ФАКТОР СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ ПРИ КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2000 г. А. М. Боковиков

*Кандидат психологических наук, младший научный сотрудник лаборатории психологии труда  
Института психологии РАН*

В натурном и экспериментальном исследованиях изучалось влияние факторов рабочей нагрузки, а также акциональной и ситуационной ориентации как мотивационно-личностной диспозиции на устойчивость человека к стрессу в ситуациях реальной утраты контроля над деятельностью: в связи с неосвоенностью ЭВМ в процессе компьютеризации деятельности и при моделировании постоянно-го неуспеха за счет негативной обратной связи. На основании полученных данных было показано, что устойчивость человека к стрессу при изменении привычных видов деятельности определяется взаимодействием объективных (новизна, неосвоенность) и субъективных (модус контроля над деятельностью) факторов. В экспериментально смоделированной ситуации стресса акциональная ориентация препятствовала дезорганизации поведения, ситуационная – напротив, ее усиливала.

*Ключевые слова:* модус контроля над деятельностью, компьютеризация деятельности, стресс, постоянный неуспех.

В большинстве современных видов деятельности работающий человек постоянно сталкивается с необходимостью брать на себя ответственность и принимать решения в условиях неполноты или, наоборот, избытка информации, осваивать непрерывно изменяющиеся виды техники и т.д. Эти факторы если и не обуславливают экстремальность профессиональной деятельности, то все же делают ее напряженной и требуют специальной к ней адаптации. В связи с изменением характера труда многих профессий, обусловленным внедрением современных техник и технологий, ранее “благополучные” виды деятельности в известной степени приобретают свойства стрессогенности, а порой и экстремальности.

В значительной мере это относится к компьютеризации профессиональной деятельности, которая, делая труд менее рутинным, упрощая и ускоряя многие операции, обеспечивая доступ к огромному объему информации и т.д., вместе с тем приводит к появлению ряда негативных моментов, заставляющих исследователей говорить о проблеме так называемого “компьютерного стресса” [20, 33, 45 и др.]. Вопреки оптимистическим ожиданиям пошлых лет, что с развитием компьютерной техники и разработкой более совершенного программного обеспечения большинство проблем пользователей ЭВМ будут решены, этого не произошло. Одна из причин – чрезмерный, а потому и неверный акцент в подходе к компьютерному стрессу на внешних факторах рабочей нагрузки, и игнорирование внутренних специфических факторов развития стрес-

са. Более того, даже при анализе внешних факторов развития стресса при компьютеризации деятельности они понимаются весьма упрощенно, – как некая абсолютная величина, определяющая реакции и поведение пользователя независимо от его индивидуальных и личностных качеств.

Особенно бросается в глаза диссонанс между достаточно разработанными в настоящее время теориями стресса и отсутствием психологических исследований тех аспектов стресса, которые вызваны компьютеризацией профессиональной деятельности. Если в общей теории стресса в последнее время основной акцент делается на индивидуальной оценке стрессогенных событий [2, 10, 13, 14, 40], то стрессогенные факторы в исследованиях компьютеризированной деятельности выступают исключительно как некие объективные данности, оказывающие якобы примерно одинаковый эффект на пользователей ЭВМ. Именно поэтому актуально выявление внутренних детерминант, определяющих устойчивость человека к стрессу в процессе его адаптации к работе с компьютером.

В современной литературе можно выделить четыре основных направления в изучении стресса: центрированный на реакциях [32, 42, 46 и др.] и на стрессорах [25, 29, 34], интеракционистский [5, 10, 37, 47] и транзакциональный [30, 38, 40].

В настоящее время большинство исследователей высказываются в пользу интеракционистского и транзакционального подходов, в которых основной акцент делается на взаимодействии внеш-