

Література

1. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посіб. / О. Т. Баришполец, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2004. – 440 с.
2. *Петрунько О. В.* Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі : [монографія] / О. В. Петрунько. – Полтава : Укрпромторгсервіс, 2010. – 480 с.
3. *Російчук Т.* Антиутопія інформаційного суспільства / Т. Російчук // Соціальна психологія. – 2008. – № 1(27). – С. 85–95.
4. *Баришполец О.* Медіаосвіта: зарубіжний досвід / О. Баришполец // Соціальна психологія. – 2008. – №3(29). – С. 162–170.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ispp.org.ua/news_44.htm

Лисневская А. А. Групповая дискуссия как инструмент конструирования у студентов представлений о медиаобразовании

Рассмотрены возможности влияния разных форм групповой дискуссии на конструирование в сознании студентов образа медиаобразования. Показано, что организованная групповая дискуссия предопределяет усиление структурированности образа, а стихийная групповая дискуссия – его размывание. Обнаружено, что одноразовое проведение групповой дискуссии приводит к неустойчивым изменениям в образе медиаобразования.

Ключевые слова: медиаобразование, групповая дискуссия, представление, образ, инновация.

Lisnevs'ka A. O. Group discussion as a tool of constructing of students' images of mediaeducation

Possibilities of influence of different group discussion's forms on constructing the image of mediaeducation in consciousness of students are considered. It is showed that the organized group discussion determines intensification of structuring image, and spontaneous group discussion – its dilution. It is appeared that single-using group discussion leads to unsteady changes in image of mediaeducation.

Key words: mediaeducation, group discussion, idea, image, innovation.

МІФОЛОГІЧНИЙ ЕТАП ІНТЕРНЕТ-СОЦІАЛІЗАЦІЇ

А. І. Лучинкіна, м. Київ

Ідеться про соціалізацію особистості в інтернет-просторі. Перебіг процесу соціалізації в інтернет-середовищі, на думку автора, здійснюється в чотири етапи; виділено міфологічний етап інтернет-соціалізації і розглянуто наслідування міфів про інтернет і міфологію інтернету в межах зазначеної теми. Аналізуються особистісні настановлення людини, сформовані на доінтернетному етапі соціалізації, і взаємозв'язок зазначених настановлень із вибором міфів для наслідування. Міфологічний етап інтернет-соціалізації досліджується впродовж двох фаз розгортання – початкової і

основної: на початковій відбувається ознайомлення людини з міфами про інтернет та визначення ступеня наслідування зазначених міфів; на основній користувач проявляє суб'єктність, яка полягає в самостійному виборі ніків, паролів, життєвого кредо.

Ключові слова: інтернет, соціалізація, міфи, настановлення.

Проблема. На нашу думку, соціалізація в інтернет-просторі починається з міфологічного етапу, як і в реальному середовищі. Проте міфологічний етап інтернет-соціалізації відрізняється від міфологічного етапу реальної соціалізації більшою суб'єктністю (мається на увазі усвідомленість виборів особистості, її власна активність, попередній досвід). Саме тому вважаємо за необхідне розглянути детально всі фази цього етапу.

Метою статті є аналіз міфологічного етапу інтернет-соціалізації особистості.

Інтернет-соціалізація – багаторівневий процес, який розгортається на всіх щаблях віртуального простору і являє собою інтерференцію зразків поведінки, психологічних настановлень, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, засвоєних суб'єктом у реальному суспільстві, і можливих, привабливих для особистості, але не реалізованих у реальному просторі через неможливість їх реалізації зразків поведінки, психологічних настановлень, соціальних норм і цінностей, знань, навичок. У результаті цього процесу формується новий вид ідентичності – віртуальна ідентичність суб'єкта в інтернеті.

Аналіз наукових напрацювань із проблеми визначення етапів, або стадій, процесу соціалізації в інтернет-середовищі показав обмеженість числа психологічних досліджень за цією тематикою. Цікавою у контексті нашої роботи видається модель процесу соціалізації, запропонована С. В. Бондаренком [1]. На його думку, соціалізація у віртуальному просторі відбувається у два етапи: перший – архетиповий, другий – інструментально-когнітивний.

Соціалізація на архетиповому рівні, вважає дослідник, полягає в конструюванні віртуальної ідентичності в процесі інтеграції особистості користувача з ролями тих чи інших суб'єктів, що вже діють у кіберпросторі. Отже, поведінка користувача утворює систему взаємопов'язаних ролей та очікувань контакту з віртуальним середовищем, а в деяких випадках і відповідних соціальних санкцій. За Бондаренком, засвоєння знань і навичок від однолітків, батьків, викладачів відповідних навчальних дисциплін та інших акторів як агентів соціалізації слід вважати головним навчальним механізмом передачі технічних знань, а також культурних патернів. Саме на цьому етапі користувач спочатку ознайомлюється із соціальними нормами, чинними в кіберпросторі, а також засвоює базові елементи мережевої етики. Соціальні міфи компенсують користувачеві

брак базових знань про соціальні відносини в кіберпросторі, а також сприяють формуванню мотивів продовження процесу соціалізації. На переконання дослідника, архетиповий етап притаманний кіберпросторові взагалі [там само].

Ми цілком згодні з висновком С. В. Бондаренка, проте вважаємо, що запропоновані ним поняття про перебіг процесу соціалізації в інтернет-мережі слід певним чином розширити. Безумовно, архетиповий етап завжди є, і він важливий в інтернеті, але його не можна сприймати як щось виключно питома і притаманне тільки зазначеному середовищу. Людина починає ознайомлення з інтернетом із міфів і далі занурюється саме в міфологічний простір інтернету. Отже, пропонуємо розглядати не архетиповий, а міфологічний етап інтернет-соціалізації. На нашу думку, він охоплює дві фази: початкову і основну. На *початковій* фазі користувачі ознайомлюються з міфами про інтернет і приймають рішення про наслідування цих міфів. На вибір рішення про наслідування впливає попередній досвід соціалізації. Міфи, – це в першу чергу психічні явища, які відображають глибинну сутність душі. Міф – це оповідь, яка передає уявлення людей про світ, місце людини в ньому. Іншими словами, міф – це спосіб вписування себе у світ. До основних функцій міфу дослідники відносять допомогу людині в пошуку свого місця у світі, розуміння себе у світі і побудову реальності через процес ототожнення людини зі світом. Міфологічний простір завжди віртуальний. Міф виступає як модель щоразу, коли потрібні певний вчинок, активна дія, прийняття свободи і взяття відповідальності на себе.

На *основній* фазі міфологічного рівня соціалізації людина занурюється в міфологію інтернету і стає активним творцем міфологічного інтернет-простору. Вважаємо, що до цієї фази інтернет-соціалізації належать паролі, вибір ніків, використання малюнків.

В емпіричному дослідженні окресленої нами проблеми взяли участь 420 респондентів різного віку, з різним досвідом і стажем інтернет-життя. Для визначення інтернет-досвіду використовувалася дослідницька анкета, за результатами якої було виокремлено три групи респондентів: перша група – респонденти, які практично не користуються інтернетом (128 осіб); друга група – респонденти, що користуються інтернетом ситуативно (163 осіб); третя група – респонденти, які користуються інтернетом постійно (129 осіб).

Дослідження охоплювало три етапи. На першому етапі за допомогою власного дослідницького опитувальника “Наслідування міфів про інтернет” було проаналізовано відомі міфи про мережу і ступінь наслідування зазначених міфологічних настановлень. На другому етапі було проаналізовано кореляцію настановлень, які отримують інтернет-користувачі протягом життя, з настановленнями, набутими в інтернеті. Для цього ми

застосували ретроспективну анкету настановлень. Статистичний зв'язок перевірявся за допомогою статистичного пакету SPSS-16. На третьому етапі за допомогою дослідницької анкети було проаналізовано інтернет-міфологію та ступінь реалізації міфологічної складової особистості в інтернет-просторі.

Початкова фаза міфологічного етапу інтернет-соціалізації.

Міфи про інтернет. Людина, яка вперше стикається з інтернетом, отримує інформацію про цей простір через ЗМК, знайомих. Більша частина такої інформації має міфологічний характер. Так, існує декілька відомих міфів про інтернет. Наприклад, “інтернет – це велике звалище”. Глибинний сенс цього міфу – в інтернеті неможливо нічого знайти, тут усе звалено в купу. При цьому мається на увазі не так складність гіпертекстової організації інтернету, як саме функціональний аспект: не знаю як користуватися навігацією, тому знайти нічого не можу. А те, що я не можу знайти, – не існує, або існує, але сховане. Такий погляд нагадує мислення дикунів, які не схильні до об'єктивного пояснення очевидних речей, проте постійно намагаються пристосовувати весь зовнішній досвід до душевних подій. Саме тому пошук інформації в мережі для “інтернет-дикуна” стає перш за все психічною подією. Наші дослідження показали, що таке міфологічне настановлення характерне здебільшого для людей у віці (за 50 років) і є аргументом, який, на їхній погляд, підтверджує користь звичайних бібліотек. Цього міфу дотримується значна частина (18%) вибірки неактивних інтернет-користувачів, менша частина (11%) ситуативних інтернет-користувачів і зовсім мало (2%) активних інтернет-користувачів.

Другий полюс цього міфу – “в інтернеті можна знайти все”. Такий підхід також притаманний респондентам, які мало користуються інтернетом. Вважаємо, що основою такого міфу є первісна віра людини в Надістоту. Тут саме інтернет виступає такою Надістотою.

Близьким до зазначеного є міф про те, що все можна знайти в інших джерелах, а тому необов'язково користуватися інтернетом. Глибинне переконання, яке лежить в основі цього міфу, пов'язане з неусвідомленим страхом перед невідомим, що також зближує “інтернет-дикунів” з їхнім первісним аналогом.

Цікавим у контексті нашого дослідження видається міф про те, що більшість користувачів інтернету мають ті чи ті психічні розлади; прагнуть утекти в інтернет від реальності; хочуть таким чином позбавитися самотності. Не аналізуючи детально кожний із цих міфів, спробуємо визначити глибинне настановлення, яке спонукає до їх прийняття. Так, міфологічному настановленню про те, що більшість користувачів мають психічні розлади, вірні 11% неактивних інтернет-користувачів, 7% ситуативних і тільки 1,5 % активних. Надання інтернету міфологічного статусу,

отождження його з могутніми силами лежить в основі міфу про втечу з реального простору (як дикун прагне захисту Надістоти). Серед респондентів вибірки, які практично не користуються інтернетом, сприймають це настановлення 59% опитаних; серед респондентів, які користуються інтернетом ситуативно, – 27%; серед активних респондентів – 14%. Що ж до настановлення позбавлення самотності в інтернеті, то лише 4% активних користувачів наголошують на його актуальності, тоді як респонденти, які практично не користуються інтернетом, і ті, які користуються ситуативно, вважають це настановлення досить актуальним (відповідно 32% і 24% опитаних).

Міф про те, що інтернет шкодить здоров'ю, досить поширений серед усіх респондентів. Цього настановлення дотримуються передусім респонденти, які практично не користуються інтернетом (78% опитаних) і ситуативні респонденти (50%); значно менше таких осіб серед активних респондентів (24%). Аналогічна ситуація спостерігається і щодо міфу про те, що інтернет – це не для дітей. У першій групі актуальність цього міфу підтримують 91%, у другій – 80%, у третій – 74% опитаних. Як бачимо, у респондентів усієї вибірки досить високий рівень наслідування зазначеного настановлення. Цікавим, на наш погляд, є той факт, що навіть активні користувачі вважають інтернет-простір небезпечним для дитини. Проте на запитання, чи вважають респонденти інтернет-простір небезпечним особисто для себе, 97% із них обирають відповідь “ні”.

Особистісні настановлення. Ми зробили припущення, що на початковій фазі міфологічного етапу інтернет-соціалізації популярність міфів про інтернет пов'язана з настановленнями, які було засвоєні респондентами на етапі попередньої, доінтернетної, соціалізації. Щоб виявити настановлення, інститут соціалізації, тобто звідки воно походить, а також ступінь його наслідування, було застосовано методику ретроспективного анкетування.

Усі відповіді було розподілено на п'ять груп: до першої увійшли відповіді, які містять *заборони* (“не брешти”, “не кради”, “так не можна”, “не торкайся”, “не лайся”); до другої – відповіді *повинності* (“треба вчитися добре”, “дитина повинна зростати у повній родині”, “чоловік повинен кохати свою дружину”, “треба бути пунктуальним”); до третьої групи – певного типу *притиси* (“сусід сусідові друг”, “дівчата поводяться скромно”, “гроші можна заробити тільки важкою працею”, “кохання не існує”); до четвертої – *відповіді-накази* (“одягни шапку”, “взимку одягайся тепло”, “будь уважним”); до п'ятої групи *настановлення-метафори* (“народжений повзати літати не може”, “копійка гривню береже”, “готуй сані влітку”, “зустрічають за одягом”). Розподіл настановлень за групами респондентів проводився таким чином: усі відповіді певного типу бралися

за 100%, потім розраховувався відсоток настановлень зазначеного типу для кожної групи респондентів окремо. Результати емпіричного дослідження показали, що в респондентів, які практично не користуються інтернетом, переважають настановлення заборони (64%) та наказів (51%).

Респонденти, які користуються інтернетом ситуативно, під час попередньої соціалізації найкраще засвоїли настановлення повинності (47%) і приписів (46%). У респондентів, які активно користуються інтернетом, переважають метафоричні настановлення (72%). Зазначимо, що в досліджуваних інших груп такий тип настановлень практично не виражений.

У межах нашого дослідження ми проаналізували зв'язок попереднього досвіду соціалізації, а саме типів настановлень респондентів, із вибором того чи іншого міфу під час початкової фази інтернет-соціалізації (табл. 1). Розрахунок проводився за 100-бальною шкалою; усі відповіді за ретроспективною анкетною ми визначали за 100%. Потім аналізувалися результати вибору кожного типу настановлення для респондентів, прихильних до першого міфу, другого міфу і т. д. Аналіз результатів показав, що прихильність до міфу “інтернет – велике інформаційне звалище” відповідає настановленням заборони і наказам, які було засвоєно на етапі доінтернетної соціалізації.

Таблиця 1

**Розподіл типів настановлень респондентів
відповідно до найпоширеніших міфів (у %)**

Міф/настановлення	Заборони	Повинності	Приписи	Накази	Метафори
Інтернет – це інформаційне звалище	42	11	13	33	2
Інтернет викликає у користувачів психічні розлади	36	27	23	14	0
Інтернет – це втеча від реальності	31	27	17	15	10
Інтернет – це втеча від самотності	4	21	44	19	12
Інтернет небезпечний	32	14	34	8	22

Прихильність до міфу “більшість користувачів – психічно нездорові люди” відповідає настановленням заборони, повинності та приписів. Міф “інтернет дає можливість утекти від реальності” переважає у респондентів, які мають виражені настановлення заборони і повинності. Прихильність до міфу “інтернет потрібен тільки самотнім” найбільшою мірою виражена у респондентів з настановленнями приписів. А міфи про небезпеку для дітей, здоров'я і життя найчастіше траплялися у респондентів з

настановленнями-заборами, приписами і метафорами. Зазначимо, що респонденти, у яких найбільшою мірою були виражені настановлення-метафори, не демонстрували помітної прихильності до будь-якого із згаданих вище міфів про інтернет. На нашу думку, саме настановлення-метафора забезпечує можливість багатоваріантності подальшого розвитку особистості і може бути тим самим Запитом, на який людина дає Відповідь у процесі соціалізації.

Найбільший інтерес для нашого дослідження становили друга і третя групи респондентів. Саме ці групи більш чи менш успішно проходять початкову фазу міфологічного етапу соціалізації.

Основна фаза міфологічного рівня інтернет-соціалізації. Упродовж цієї фази людина проходить щонайменше три міфологічних шари. Перший міфологічний шар, з яким стикається “поселенець” інтернет-простору, – проходження “кордону”. У ролі кордону при цьому виступає пароль. На міфологічному рівні існування пароля вносить додаткові асоціації: таємна організація і змовники, державна таємниця і спецслужби, військова таємниця і вартовий на посту.

Наступний міфологічний шар – вибір ніки. Нік – нове ім’я, яке символізує статус посвяченого в нове життя (у стародавніх обрядах існувало переназивання людини, зміна її імені для того, щоб обдурити міфологічні сили і змінити перебіг життя на краще). За результатами аналізу вибору ніків було виявлено, що 42% респондентів як основу ніки залишають своє ім’я в зменшувально-пестливій формі, 7% активних і ситуативних респондентів використовували міфологічні або казкові ніки, наприклад: Золота Відьма; Зірка, що летить; Наречена Вітру, Єлена Прекрасна, Сірий Вовк, Диявол та ін. Результати проведеного дослідження свідчать про те, що інтернет-користувачі другої групи частіше, ніж респонденти третьої групи, змінюють свої ніки і паролі.

Цей же шар характеризується зміною статусів – життєвих кредо. Зміна ніки зазвичай супроводжується зміною статусу, проте статус змінюється значно частіше. Було проведено порівняння частоти зміни статусів у соціальних мережах і в реальному житті для кожної зазначеної групи (табл. 2). Результати проведеного дослідження показали, що в доінтернетній соціалізації життєві кредо особистості змінювалися рідше. Слід зауважити також, що респонденти, які практично не користуються інтернетом, не схильні до зміни життєвого кредо. Згідно з результатами анкетування, їм не потрібно реєструватися на якомусь сайті, вводити логін і пароль.

Таблиця 2

Порівняння частоти зміни статусів (життєвих кредо)
інтернет-користувачами впродовж року

Простір	1-ша група	2-га група	3-тя група
Реал	1	2	6
Віртуал	1	3	6–15

Більшість респондентів першої групи (67%) обирають як пароль дату свого народження. Респонденти другої групи також рідко змінюють статус у соціальних мережах; протягом року такі зміни відбуваються в середньому 2-3 рази як у реальному, так і віртуальному просторі. Натомість 83% респондентів третьої групи змінюють свій статус від 6 до 15 разів у віртуальному середовищі і до 6 разів – у реальному. Наразі встановлено, що існує статистично достовірний зв'язок між засвоєнням метафоричних настановлень у доінтернетний період соціалізації і частотою зміни кредо ($Q = 0,6$). Коефіцієнт Юла Q свідчить про значущий зв'язок між засвоєнням метафоричних настановлень у доінтернетний період соціалізації і частотою зміни кредо. (Коефіцієнт контингенції $\phi = 0,408$ підтверджує достовірність тенденції).

Третій міфологічний шар пов'язаний з розподілом території на "свою – чужу". На своїй території, зі свого комп'ютера перейти інтернет-кордон простіше, ніж із чужого комп'ютера, на чужій території. Ця теза підтверджується результатами дослідження, згідно з якими 92% респондентів воліють користуватися своїм комп'ютером для роботи або спілкування. Цікаво, що 61% з них вказує на те, що заходити на потрібний сайт із чужого комп'ютера вкрай незручно і не завжди вдається (вони пояснюють це тим, що їхній комп'ютер до них звик). Таким чином міфічною істотою стає сам Комп'ютер, який обирає для себе користувача.

Висновки:

1. Міфологічний етап інтернет-соціалізації охоплює дві фази: початкову і основну. На початковій фазі відбувається ознайомлення людини з міфами про інтернет та визначення ступеня наслідування зазначених міфів. На основній фазі міфологічного етапу інтернет-соціалізації користувач проявляє суб'єктивність, яка полягає в самостійному виборі ніка, пароля, життєвого кредо, а також у створенні міфів в інтернеті.

2. Існує статистично достовірний зв'язок між засвоєнням метафоричних настановлень у доінтернетний період соціалізації і частотою зміни кредо ($Q = 0,6$), між ступенем засвоєння настановлень і вибором міфів для наслідування ($\chi^2 = 12,52$ при $p \leq 0,01$).

Література

1. Бондаренко С. В. Модель социализации пользователей в киберпространстве / С. В. Бондаренко // Технологии информационного общества. Интернет и современное общество : труды VI Всерос. объедин. конф., г. Санкт-Петербург, 6 нояб. 2003 г. – СПб. : Изд-во филол. ф-та СПбГУ, 2003. – С. 57.
2. Лучинкіна А. І. Психологічний аналіз інститутів та механізмів соціалізації у підлітковому та юнацькому віці / А. І. Лучинкіна // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка. – К., 2010. – С. 283–290.
3. Лучинкіна А. І. Основні методологічні підходи до розгляду процесу соціалізації у віртуальному середовищі / А. І. Лучинкіна // Проблеми сучасної педагогічної освіти. Серія “Педагогіка і психологія”. – Ялта, 2011. – Вип. 34. – Ч. 2. – С. 7–13.

Лучинкина А. И. Мифологический этап интернет-социализации

Речь идет о социализации личности в интернет-пространстве. Течение процесса социализации в интернет-среде, по мнению автора, осуществляется в четыре этапа; выделен мифологический этап интернет-социализации и рассмотрены подражание мифам об интернете и мифология интернета в пределах указанной темы. Анализируются личностные установки человека, сформированные на доинтернетном этапе социализации, и взаимосвязь указанных установок с выбором мифов для подражания. Мифологический этап интернет-социализации исследуется в течение двух фаз развертывания – начальной и основной; на начальной фазе происходит знакомство человека с мифами об интернете и определение степени подражания указанным мифам; на основной пользователь проявляет субъектность, которая заключается в самостоятельном выборе ников, паролей, жизненно-го кредо.

Ключевые слова: интернет, социализация, мифы, установки.

Luchynkina A. I. Mythological stage of the Internet-socialization

The article deals with personal socialization in the Internet space. The socialization process in the Internet environment, according to the author's opinion, carried out in four stages. It's distinguished the mythological stage of the Internet-socialization and considered imitation myths about the Internet and mythology of the Internet within the topic. It is analyzed personal attitudes, which were formed in preInternet stage of socialization, and the relationship of these attitudes with choice of myths for imitation. Mythological stage of the Internet-socialization is studied during two phases of deployment: initial and main. In the initial phase person acquaints with myths about the Internet and the degree of imitation of the mentioned myths is determined. On the main stage user shows subjectivity which consists in independent choice of Nicks, passwords, life credos.

Key words: the Internet, socialization, myths, attitudes.

тема безперервної освіти та програми адаптації безробітних на підприємствах [9] сприяють більш швидкому та успішному процесові ресоціалізації осіб, що переживають ситуацію втрати ідентичності.

Література

1. *Климов Е. А.* Психология профессионала / Е. А. Климов. – М. : ИПП ; Воронеж : МОДЭК, 1996. – 400 с.
2. *Ионин Л. Г.* Логика и история повседневности / Л. Г. Ионин // Социология культуры: путь в новое тысячелетие. – М. : Логос, 2000. – Гл. 2. – С. 57–122.
3. Психодиагностика толерантности личности / Г. У. Солдатова, Л. А. Шайгерова, Т. Ю. Прокофьева, О. А. Кравцова. – М. : Смысл, 2008. – 172 с.
4. *Пирен М. І.* Основи етнопсихології / М. І. Пирен. – К. : Наука, 1996. – 360 с.
5. *Триандис Г. К.* Культура и социальное поведение / Гарри К. Триандис ; [пер. В. А. Соснин]. – М. : Форум, 2007. – 384 с.
6. *Стефаненко Т. Г.* Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. – М. : Ин-т психологии РАН ; Академ. проект, 1999. – С. 279–300.
7. *Фрейнкман-Хрусталева Н. С.* Эмиграция и эмигранты: История и психология / Н. С. Фрейнкман-Хрусталева, А. И. Новиков ; [науч. ред. Г. А. Тишкин]. – СПб. : Гос. академия культуры, 1995. – 153 с.
8. *Налчаджян А. А.* Социально-психическая адаптация личности (формы, механизмы и стратегии) / А. А. Налчаджян. – Ереван : Изд-во АН Армянской ССР, 1988. – С. 18–22.
9. *Петров В. П.* Психологические проблемы профессиональной переориентации безработных / В. П. Петров // Психологический журнал. – 1993. – Т. 14, № 3. – С. 79–89.

Милютина К. Л. Трансформация идентичности личности в современном обществе

Кризис, связанный с нестабильностью этнической или профессиональной идентичности, рассматривается как фактор, в силу действия которого адаптационные механизмы личности подвергаются испытанию в границах индивидуальной жизненной траектории. Утверждается, что успешная перестройка некоторых убеждений и жизненных диспозиций происходит при условии создания обществом программ помощи культурной ассимиляции и непрерывного образования.

Ключевые слова: адаптация, жизненная траектория, безработица, непрерывное образование.

Miliutina K. L. Transformation of personal identity in modern society

The crisis connected with instability of ethnic and professional identity of personality is considered as a factor which tries the adaptive mechanisms in individual life trajectory. It is affirmed that successful rebuilding of some beliefs and life disposition goes on the condition of making programs of help in cultural assimilation and continuous education.

Key words: adaptation, life trajectory, unemployment, continuous education.