

расслабление и вдохновение. И лишь 4% респондентов субъективно испытывают негативные эмоции и чувства - злость, ненависть, физическое напряжение.

**Выводы.** Исследование показало амбивалентное отношение студентов-медиков к компьютерным играм. Несмотря на тот факт, что почти половина респондентов считает игры нейтральным или отрицательным явлением для человека, к субъективному состоянию эта осведомленность применима не в полной мере. Согласно мнению большинства участников опроса, компьютерные игры позволяют им «расслабиться и получить заряд положительных эмоций после учёбы».

#### **Литература:**

1. Коган И. Компьютерные игры для детей: польза или вред? [Электронный ресурс] / АЛП-Меди. - Режим доступа: <http://www.7ya.ru/article/Компьютерные-игры-для-детей-польза-Штвед/> (дата обращения: 17.12.2015).
2. Шлепотина Н. М., Симонова Т. С., Ивашко А. С. Увлеченность компьютерными играми среди студентов Южно-Уральского государственного медицинского университета // Вестник СМУС. – 2014. – №5. – С. 149-151.

## **ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ О ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ В КОНТЕКСТЕ РОЛЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Крупская О.Б.

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы  
Кафедра общей и социальной психологии

Научный руководитель: канд. психол. наук, доцент Карнелович М.М.

**Актуальность исследования.** Разрабатываемая социально-психологическая типология отечественных потребителей в психологии маркетинга сталкивается с проблемой исследования как поведенческих, так и когнитивных компонентов культуры потребителя. В то же время степенью удовлетворенности покупателя тесным образом связана с психологической культурой продавца. В связи с этим исследование социальных представлений работников сферы обслуживания и потребителей о психологической культуре личности в контексте их взаимодействия является сегодня особо актуальным, поскольку позволит определить теоретико-методологические и методические основы маркетинговой политики.

**Цель исследования:** изучить различия и сходства ожиданий и притязаний работников сферы обслуживания и потребителей о психологической культуре личности в процессах их ролевого взаимодействия.

**Методы исследования.** Методика свободных самоописаний: «Психологическая культура личности – это ...», основанная на методике «Кто Я» М. Куна; модифицированные варианты методики «Незаконченных предложений» – «Психологическая культура продавца заключается в ...» и «Психологическая культура потребителя заключается в ...»; методика семантического дифференциала. Количественная обработка данных проводилась с помощью методов описательной статистики, ранжирования.

**Результаты исследования.** Наибольшие различия в представлениях о психологической культуре у работников и потребителей сферы обслуживания выявлены по шкалам: молчаливость, гибкость, ответственность, вежливость, тактичность, галантность, любезность, четкость, предупредительность, точность, пристойность.

Оценивая психологическую культуру, потребители и работники сферы обслуживания дают различные оценки, причем потребители сферы обслуживания – более высокие. Негативных (отрицательных) оценок ни в одной группе не выявлено. Можно отметить, что психологическая культура чаще является побуждающей к действию для потребителей сферы обслуживания, они считают ее более приятной, хорошей, понятной, честной и интересной.

Наибольшей частотностью в выборке работников сферы обслуживания характеризуются следующие утверждения о психологической культуре (по убыванию): «регулярно за-

ниматься саморазвитием» (17,2); «быстро реагировать на свое плохое состояние и находить способы его улучшения» (16,8); «гибко управлять своим настроением, желаниями и действиями» (14,2); «практически осуществлять свои новые идеи, создавать новые приемы работы» (13,4).

Для выборки потребителей наибольшей частотность ожиданий в контексте психологической культуры выявлена для утверждений: «ясно и уверенно высказывать свои мысли» (18,9); «смело пробовать себя в новом деле, в новых ситуациях» (16,8); «находить психологические причины своего настроения, своих ошибок» (16,8); «регулярно заниматься саморазвитием» (14,6); «четко осознавать и понимать себя, свои желания, свой характер» (14,5); «внимательно слушать другого, не теряя нити его размышлений» (12,8); «гибко управлять своим настроением, желаниями и действиями» (11,3).

Таким образом, предварительные результаты позволяют утверждать: для работников и потребителей сферы различия характерны различия в представления о психологической культуре личности. Последующее углубление качественно-количественного анализа эмпирических данных позволит углубить научные представления об изучаемом феномене.

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТИПЫ ЛИЧНОСТИ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СТУДЕНТОВ-МЕДИКОВ

Кучерова С.А.

Гродненский государственный медицинский университет, Беларусь  
Кафедра психологии и педагогики

Научный руководитель – магистр психол. наук Кузмицкая Ю.Л.

Психологические типы личности оказывают большое влияние на поведенческие, эмоциональные и когнитивные проявления личности. Это связано с тем, что психологический тип личности представляет собой систему как индивидуальных установок, так и поведенческих стереотипов ими обусловленных. Объединенные по общим признакам характеристики образуют соответствующий тип личности. К.Г. Юнг, автор аналитической теории личности, выделял 16 типов личности, определяемых сочетанием четырех факторов: экстраверсия–интроверсия; мышление–чувства (логика–этика); ощущение–интуиция (сенсорика–интуиция); рациональность–иррациональность. Сочетания данных факторов обуславливают способ обработки информации, принятия решений. Особую **актуальность** приобретает изучение типов личности студентов, как возможного фактора детерминирующего профессиональное самоопределение личности.

**Предмет исследования:** психологические типы личности студентов-медиков.

**Цель исследования:** определение доминирующего типа личности студентов по специальности «лечебное» и «медико-психологическое» дело.

**Задачи:** провести теоретический анализ проблемы психологических типов личности; выявить психологические типы личности студентов-медиков.

**Метод исследования:** опрос. **Методики исследования:** Типологический опросник Д. Кейрси. **Выборку** данного исследования составили: студенты второго курса УО «Гродненский государственный медицинский университет» в количестве 98 человек, из них 58 студентов медико-психологического факультета и 40 студентов лечебного факультета.

**По результатам проведенного эмпирического исследования** были выявлены следующие психологические типы личности у студентов по специальности «лечебное дело». По параметру экстраверсия–интроверсия: 57,5% студентов имеют экстравертированную направленность, 42,5% – интровертированную. Психологические типы личности распределились следующим образом: среди экстравертированной направленности 15% – этико-сенсорный тип; 10% – логико-сенсорный тип; 7,5% – сенсорно-этический тип; 7,5% – этико-интуитивный тип; 7,5% – интуитивно-этический тип; 7,5% – интуитивно-логический тип; 2,5% – сенсорно-логический тип; среди интровертированной направленности 12,5% – этико-сенсорный тип; 12,5% – логико-сенсорный тип; 7,5% – этико-интуитивный тип; 5% – сенсорно-этический тип; 2,5% – логико-интуитивный тип; 2,5% – интуитивно-логический тип.