

**Молодые исследователи и аспиранты**

УДК 159.9.07

Doi: 10.26456/vtpsyed/2025.1.228

**Ценностно-смысловой аспект самопонимания  
профессиональной идентичности  
в рамках субъектно-бытийного подхода**

**Л.С. Бурлаченко**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»,  
г. Краснодар

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар

Представлены данные эмпирического исследования самопонимания профессиональной идентичности людей, принадлежащих к профессиональной группе, находящейся в стадии формирования (блогеров) в рамках субъектно-бытийного подхода. Цель эмпирического исследования заключалась в анализе и описании составляющих элементов самопонимания профессиональной идентичности представителей формирующейся профессиональной группы – блогеров. В качестве методов были использованы: теоретический анализ, проективные методики, личные интервью, методика «Якоря карьеры» Э. Шейна в адаптации В.А. Чикер, В.Э. Винокурова. Приведено обоснование использования указанных методов, а также актуальность субъектно-бытийного подхода для изучения данной проблематики. В результате исследования были выявлены, измерены и охарактеризованы составляющие самопонимания профессиональной идентичности (эмоционально-волевой, личностно-смысловой и ценностно-смысловой аспекты), проанализирована возможность применять данную эмпирическую модель самопонимания профессиональной идентичности к профессиональным группам с разными условиями бытийности. Обозначены дальнейшие направления изучения самопонимания профессиональной идентичности, рассмотрены перспективы применения полученных данных в практической деятельности психологов, специалистов по адаптации персонала, в профессиональном самоопределении и профессиональном ориентировании.

**Ключевые слова:** самопонимание профессиональной идентичности, профессиональные ценности, субъектно-бытийный подход, блогосфера, блогинг, блогеры, самопонимание.

Изучение профессионально-трудовой сферы в настоящий момент актуализировано такими факторами, как развитие высоких технологий, замена части рабочих задач и даже профессий техникой, программным обеспечением, перенос многих профессий в дистанционный формат,

появление новых видов профессиональной деятельности, вынужденное овладение и совмещение нескольких профессий одним человеком. Исследования направлены как на эти факторы, так и на самого субъекта профессиональной трудовой деятельности: изучаются изменения профессиональной идентичности людей, её множественность, проблемы в процессе профессионально-трудовой адаптации и другие личностные и психические особенности индивида как субъекта, занятого профессиональным трудом [17, с. 11].

Самопонимание профессиональной идентичности находится в фокусе исследователей как сложный интроспективный процесс, попадающий под воздействие всех факторов изменяющейся профессионально-трудовой сферы общества. Исследователей интересуют такие вопросы, как совмещение нескольких профессиональных идентичностей [18, с. 1], отличия профессиональной идентичности от идентичности организационной [20, с. 39], формирование профессиональной идентичности у людей, работающих дистанционно, вне профессиональной группы [4, с. 112] и другие аспекты профессиональной идентичности. Однако на данный момент недостаточно проведено исследований самопонимания профессиональной идентичности как процесса и феномена, его составляющих компонентов, стадий его развития. При этом данный процесс и его результат безусловно влияют на психическое и моральное здоровье индивида, способствуют осуществлению успешной трудовой деятельности личности.

Самопонимание профессиональной идентичности – сложноорганизованный рефлексивный процесс, результатом которого являются представления индивида о себе как о представителе какой-либо профессиональной группы и сопровождается усвоением новых профессиональных знаний и навыков и интеграцией их в уже существующую систему знаний о себе, своём месте в окружающей реальности и бытийности в целом. Этот процесс направлен на качественное преобразование личности, ее постоянный рост [10, с. 411]. Самопонимание профессиональной идентичности направлено на осознание своей профессиональной деятельности, наполнение её личным смыслом, имеющим значение для индивида, и является инструментом нахождения собственного уникального места в социальной структуре общественной жизни.

Самопонимание в рамках субъектно-бытийного подхода определяется как «постижение человеком смысла своего существования, в результате которого происходит когнитивное и эмоциональное согласование продуктов самосознания и реальной действительности» [7, с. 199]. То есть субъект наделяет личностным смыслом те знания о себе и о мире, которые у него уже были.

Центральное положение субъектно-бытийного подхода заключается в понимании и рассмотрении личности как активного субъекта своего бытия. Ядро личности представляет собой структуру иерархически выстроенных личностных смыслов, на вершине которой располагается смысл жизни. Данный подход опирается на идею рефлексивного отношения субъекта к себе и собственному бытию, которое изучалось в работах С.Л. Рубинштейна, А.В. Брушлинского и их последователей. Процесс рефлексии направлен на торможение непрерывного потока непосредственной жизни человека и позволяет взглянуть на жизнедеятельность человека децентрализованно, «сверху», что делает человека «субъектом, т.е. творцом своей истории, вершителем своего жизненного пути» [9, с. 411].

Изменчивость современной социальной реальности, неустойчивость социальных систем, частая смена социальных статусов индивидов, высокий темп повседневной жизни людей вынуждают личность становиться активным субъектом своей бытийности, что подчеркивает актуальность субъектно-бытийного подхода.

Субъектность как центральная категория субъектно-бытийного подхода, представляет собой характеристику личности и реализуется в ее стремлении проявить во внешней среде свои внутренние смыслы. В результате объективные бытийные пространства преобразуются в бытийные пространства личности и становятся продолжением и частью личности [15, с. 97]. Опираясь на это определение, можно сказать, что блогинг становится ярким примером проявления субъектности. Блогер переносит свои личностные смыслы в информационное пространство, преобразует его, формируя вокруг себя собственную аудиторию, которая становится частью бытийного пространства блогера и без него перестает быть таковым. При этом деятельность блогера влияет и на его аудиторию: люди могут принимать или не принимать ценности, взгляды, мнения блогера и тем самым модифицировать свои убеждения, идентичность, мировоззрение и даже некоторые виды своей деятельности, что также делает актуальным изучение данной профессиональной деятельности.

Современные исследования социальных сетей нацелены на разные аспекты блогинга и блогосферы: профессиональную самореализацию через социальные сети [5, с. 28], коммуникативные возможности и особенности социальных сетей [6, с. 88], поиск себя, построение своей идентичности, создание сетевых сообществ, субкультур, описание разных категорий блогеров [3, с. 78–80], отношение людей к блогерам [3, с. 184], сравнение блогинга и журналистики [8, с. 81]. Кроме того, деятельность блогеров неоднозначно оценивается как сами блогерами, так и людьми [2]: часть респондентов считают это профессией, часть – не согласны, что блогинг

– профессия. Авторы вышеприведённых исследований, принимают факт того, что блогинг – это профессия, за аксиому. Скорее можно предположить, что блогинг сейчас находится в стадии становления и укрепления как деятельность профессиональная. Все вышеперечисленные аспекты делают блогеров актуальной для изучения формирующейся профессиональной группой.

На первом этапе исследования были выявлены три аспекта самопонимания профессиональной идентичности с помощью теоретического анализа литературы и эмпирических исследований.

Эмоционально-волевой аспект включает в себя эмоциональную окраску отношения к собственной профессии, представления об идеальном образе профессионала и о собственном существующем образе, эмоциональную окраску своей принадлежности к профессиональной группе. Эмоционально-волевой аспект самопонимания профессиональной идентичности также содержит личную оценку образа профессии, сформированного социальными институтами, осознание себя как члена профессиональной группы и эмоциональное отношение к этой группе и к себе как представителю данной профессии. Эти характеристики были выявлены и описаны в рамках исследования с помощью таких методов, как проективная методика по типу «Незаконченные предложения» («Я блогер»), сформированная на основе опросника Л.Н. Ожиговой, семантический дифференциал для исследования описаний профессионального образа, вопросы личного интервью.

Личностно-смысловой аспект самопонимания профессиональной идентичности отражает и обеспечивает баланс социального и персонального в идентичности: удерживает личность как от формально-механического исполнения своей профессиональной роли, так и от излишней уникальности и неповторимости себя как профессионала, что может привести к исключению из социально-профессиональных отношений. С позиций субъектно-бытийного подхода личностный смысл профессиональной идентичности заключается в профессиональной самоактуализации [9, с. 349] и самореализации [1]. Сюда входит осознание личного смысла и важности профессии для конкретного индивида, осознание реального образа Я в профессии и корректировка его в соответствии с реальными возможностями личности на поведенческом уровне. Эти компоненты были исследованы с помощью модифицированной методики «граф-схем» Б.В. Кайгородова и вопросов личного интервью.

Ценностно-смысловой аспект самопонимания профессиональной идентичности выражается в осознании конкретных профессиональных ценностей, наполнении их личностными смыслами, с последующей реализацией в конкретном поведении индивида как профессионала, как представителя своей профессиональной группы. Профессия становится делом жизни, призванием, а не просто инструментом получения дохода

для поддержания жизнедеятельности. Таким образом, реализация индивида в профессии закрывает высшие потребности в призвании, осуществлении искреннего желания помогать другим людям, в социальном одобрении, способствует самореализации и раскрытию своего потенциала.

Восприятие и осознание различных ценностей, разделяемых членами профессиональной группы, обеспечивает фундамент для профессиональной идентичности, которая, в свою очередь, поддерживается и воспроизводится профессиональным сообществом [13, с. 22–23]. Профессиональные ценности активно изучаются исследователями из разных областей гуманитарного знания.

Были также определены такие составляющие элементы самопонимания профессиональной идентичности, которые находят своё выражение во всех трёх аспектах, описанных выше (эмоционально-волевым, личностно-смысловым и ценностно-смысловым). Это представления о своем профессиональном будущем и тип профессиональной идентичности. Эти компоненты содержат и эмоциональную окраску, и наполнение личным смыслом и значением для индивида, а также отражают профессиональные ценности индивида и стратегии по их осуществлению. Данные компоненты были исследованы с помощью методики Л.Б. Шнейдер по определению типа профессиональной идентичности и методики «Временные аттитюды» Ж. Нюттена в авторской модификации.

Профессиональные ценности формируются и реализуются в рамках профессионального сообщества, то есть генерируются коллективно. Некоторые исследователи придерживаются позиции, что профессиональные ценности являются продуктом эффективной профессиональной самореализации. Профессиональные ценности должны не только отражать принципы трудовой деятельности, но и соотноситься с потребностями индивида и встраиваться в полную систему жизненных ценностей.

Профессиональные ценности блогеров интересны для изучения по нескольким причинам: их деятельность не всегда признаётся профессиональной, что влияет и на идентичность самих блогеров, размывает её, затрудняет её формирование; блогеры вещают на очень большие массы людей, исчисляемые миллионами, а значит, становится важным, чем именно они руководствуются при выборе транслируемой информации; ценности блогера будут также влиять на способы оформления контента, его тон, посыл и идеи, которые блогер хочет донести аудитории.

В результате изучения ценностно-смыслового аспекта самопонимания профессиональной идентичности были получены следующие данные. Выборочная совокупность – 121 человек: блогеры Краснодарского края. Средний возраст – 25 лет. 108 респондентов

женского пола, 13 респондентов мужского пола. Аудитория блогов варьируется от 2 тысяч до 50 тысяч человек, что относит эти блоги к такому понятию, как «микроблог». Средний срок ведения блога – 3,6 года. В выборочной совокупности представлены блогеры социальной сети Instagram (принадлежит Meta, признана экстремистской организацией, деятельность запрещена на территории РФ). Исследование было проведено до признания Meta экстремистской организацией. При формировании выборки потенциальным респондентам задавался вопрос-фильтр: «Считают ли они себя блогерами?». Данный вопрос направлен на такой компонент самопонимания профессиональной идентичности, как осознание человеком принадлежности к данной профессиональной группе и отнесение себя к ней.

Профессиональные ценности отражаются и реализуются через карьерные ориентации человека в профессии. Для их характеристики была использована методика «Якоря карьеры» Э. Шейн в адаптации В.А. Чикер и В.Э. Винокурова. Автор выделяет 9 типов карьерных ориентаций, которые могут сосуществовать вместе у одного человека.

В результате было обнаружено 6 типов карьерных ориентаций, характерных для блогеров. Распределение ответов по итогам методики «Якоря карьеры» представлено в табл. 1.

Таблица 1

Типы карьерных ориентаций блогеров, %

Тип карьерных ориентаций	Количество респондентов, %	Среднее значение	Стандартное отклонение
Автономия	27,5	7,8	1,6
Служение	27,5	7,7	1,6
Интеграция стилей жизни	25	7,5	1,6
Предпринимательство	15	6,4	2,0
Менеджмент	2,5	5,1	1,7
Стабильность	2,5	4,1	2,2
Итого	100	–	–

Как видно из табл. 1, карьерные ориентации типов «автономия» и «служение» в равной степени значимы для блогеров. Автономный тип характеризуется такими профессиональными ценностями, как свободный график, автономность в выполнении рабочих задач, свобода в творчестве и решении поставленных задач. Для личности с этим типом ориентаций важно, чтобы работа не занимала значительную часть времени, тем самым оставляя больше свободного времени для личной жизни и других видов деятельности, кроме профессиональной.

Кроме методики «Якоря карьеры» был проведён ряд личных интервью с блогерами. При обработке ответов можно увидеть корреляцию результатов методики и свободных ответов респондентов. В интервью блогеры часто называют такую профессиональную ценность,

как возможность самостоятельно выбирать часы работы и отдыха, а также возможность «работать из любой точки страны или города». Они также указывают, что «можно самому создавать именно тот контент, который нравится мне лично». Это позволяет работать, проявляя свой творческий потенциал, и подходить к решению задач нестандартным способом. У блогеров для этого целый арсенал средств цифровизации: Интернет, программы и приложения для создания и редактирования фото- и видеоконтента, нейросети.

Профессиональные ценности типа «служение» заключаются в следующем: высокий уровень общественной пользы, помощь другим людям, улучшение мира. Блогеры видят реализацию этих ценностей через два важных аспекта. Во-первых, высокая ценность аудитории блогера, её количество и качество и в связи с этим честность, открытость и искренность при общении с ней. Во-вторых, это тщательный отбор рекламных интеграций, обязательное неоднократное тестирование продуктов для рекомендаций аудитории и только потом заключительное решение о размещении рекламы продукта или услуги в блоге.

Можно предположить, что блогинг предстаёт той профессиональной областью, которая закрывает социально-психологические потребности обеих сторон, учитывая описанные выше профессиональные ценности. Аудитория блогов получает новую отобранную информацию, в том числе и экспертную, извлекает личный жизненный опыт блогера и имеет возможность интегрировать это в свою собственную жизнь, что подтверждено результатами пилотажного исследования [2, с. 185].

У части респондентов-блогеров выражен тип ориентаций в карьере «предпринимательство». Для него характерны такие профессиональные ценности, как создание своего бизнеса, создание и развитие своего уникального продукта или услуги, реализация идей в области социальных проектов. Этот тип характеризуется также высокой самостоятельностью, гибкостью, умением приспособиться к меняющимся внешним условиям.

Возможность эффективно совмещать карьеру и личную жизнь выступает как центральная профессиональная ценность для типа «интеграция стилей жизни». Блогеры подчёркивают важность такой работы, которая не будет кардинально менять весь образ жизни, а наоборот, подстраивается под него. Карьера имеет ценность только в том случае, если она оптимально интегрируется в общий образ жизни, а не забирает на себя весь фокус внимания и ресурсов человека.

Важным выводом из полученных данных стал следующий факт: независимо от типа карьерных ориентаций, центральной профессиональной ценностью для блогеров является высокое качество коммуникаций с аудиторией. Этому способствует искренность,

честность, открытость, регулярность общения и внимание к аудитории. Все эти аспекты общения блогеры называют в личных интервью и подчёркивают, что эффективная коммуникация позволяет правильно определять содержание, формы и регулярность контента блога.

Эмпирическое исследование позволило получить информацию и о том, что для блогеров не будет профессиональными ценностями. Респонденты-блогеры не так высоко ценят постоянное место работы с чётко определённым графиком и длительным контрактом, руководящие позиции в профессии и возможность управлять другими сотрудниками. Можно предположить, что это связано с особенностями выборки: в опросе принимали участие относительно молодые блогеры с небольшим количеством подписчиков. А на этом этапе у блогера ещё нет команды, других сотрудников, на которых можно делегировать разные профессиональные задачи: от составления графиков рекламы до написания текстов и обработки фото- и видеоконтента.

Следует обратить внимание, что такой тип карьерной ориентации, как «профессиональная компетентность», оказался совсем не выражен у блогеров. Центральной ценностью такого типа является развитие карьеры только в одной профессиональной области. Можно предположить, что блогеры по каким-либо причинам не видят своё профессиональное развитие только в блогосфере. О причинах такой особенности пока сложно судить. Возможно, это связано с результатами многочисленных исследований о множественной профессиональной идентичности, а также с процессами глобализации и цифровизации, которые вынуждают личность осваивать новые профессиональные сферы, получать навыки и знания в нескольких профессиональных областях для успешной реализации себя и своего жизненного пути.

В целом результаты методики «Якоря карьеры» коррелируют с данными, полученными в личных интервью, где блогеры дают описание своих профессиональных ценностей. Честность с самим собой и аудиторией (37,5 %), открытость (22,5 %), искренность (17,5 %) выступают профессиональными ценностями блогеров, поскольку напрямую влияют на количество и качество отзывчивой и верной аудитории. Блогинг – это профессиональная деятельность, которая становится выгодной для обеих сторон: блогеры реализуют свою потребность делиться с людьми информацией, жизненными ситуациями и переживаниями и тут же получают обратную связь, а аудитория закрывает потребности в поиске образцов для подражания, экспертной информации, наблюдении за жизнью других людей. Блогеры подчёркивают свою социальную ответственность перед аудиторией, неоднократно говоря в интервью о тщательном отборе продуктов для рекламы, проверке информации, которую хотят опубликовать, постоянном анализе и рефлексии обратной связи от подписчиков.

Важной профессиональной ценностью для блогеров является самореализация через творческую деятельность (77,5 %). Блогерам не просто нравится создавать разные формы контента, особенно их привлекает свобода в этом процессе и обратная связь от аудитории. Также для блогеров имеют ценность возможности увеличить и расширить круг социальных знакомств, участвовать в закрытых мероприятиях, принадлежать к определённой группе людей (66,5 %).

Кроме профессиональных ценностей морального характера, блогеры выделяют личное развитие (17,5 %), возможность получать подарки при бартерном сотрудничестве (20 %), возможность работать на себя (15 %), путешествия (15 %). Эти категории также выступают ценностями блогеров.

Таким образом, видно, что блогеры имеют представление и осознают свои профессиональные ценности. Это подтверждает, что блогеры наполняют личными значимыми смыслами свою профессиональную деятельность и понимают, что в ней является для них ориентирами. Они высоко ценят возможность не просто реализовать профессиональные ценности, но и интегрировать их в свою личную жизнь. Полученные данные позволяют наметить дальнейшие пути изучения самопонимания профессиональной идентичности человека: другие аспекты самопонимания профессиональной идентичности (эмоционально-волевой, личностно-смысловой); реализация в поведении всех аспектов самопонимания профессиональной идентичности, имеющих рефлексивную и когнитивную природу (эмоционально-волевой, личностно-смысловой, ценностно-смысловой).

#### **Список литературы**

1. Байлук В.В. Функции профессиональной самореализации личности // Философия и история образования. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-professionalnoy-samorealizatsii-lichnosti> (дата обращения: 05.05.2020).
2. Бурлаченко Л.С. Понимание молодёжью блогинга как профессиональной деятельности // Организационная психология и психология труда. 2019. Т. 4. № 1. С. 183–198.
3. Витковская Н.Г., Исакова Т.Б. Некоторые особенности блога как жанра журналистики (на примере социальной сети «Инстаграм») // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2020. № 2. Т. 2. С. 78–83.
4. Гавриченко О. В. Специфика самопрезентации в интернете представителей разных профессиональных групп: Цифровое общество в культурно-исторической парадигме: колл. монография / под ред. Т.Д. Марцинковской, В.Р. Орестовой, О.В. Гавриченко; М., 2019. С. 112–117.
5. Гимадеева Д.Р. Профессиональная самореализация в сети (на примере социальной сети Инстаграм) // Социодинамика. 2016. № 10. С. 28–36.

6. Ефимов Е.Г., Леонтьев А.Н. Социокультурные факторы трансформации российской блогосферы // Волгоград: Волгоградский государственный технический университет. 2019. № 3. С. 88–93.
7. Кайгородов Б.В., Мяснянкина Н.Г., Борисова Е.В. Развитие самопонимания как условие становления психологически зрелой личности // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2018. № 3 (47). С. 198–205.
8. Каманина В.Е. Профессиональная идентификация современных журналистов: теоретические основы и реальные практики // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2019. № 3. С. 81–91.
9. Качалова Н.Г. Профессиональное самосознание, самооценка и успешность профессиональной деятельности // Профессиональное образование: проблемы, исследования, инновации: материалы V Международной науч.-практ. конф.: в 2-х т. Екатеринбург ООО «Издательство УМЦ УПИ», 2018. С. 348–353.
10. Клементьева М.В. Биографическая рефлексия как предмет исследования психологии // Человек, субъект, личность в современной психологии: материалы международной научной конференции, посвящённой 80-летию А.В. Брушлинского / отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. Т. 1. С. 411–413.
11. Кошелева Ю.П. Целевая направленность профессиональной идентичности обучающихся в вузе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. 2017. №1(770). С. 36–46.
12. Красникова Ю.В. Структура и содержание профессиональной идентичности будущих специалистов в образовательной среде техникума. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-i-soderzhanie-professionalnoy-identichnosti-buduschih-spetsialistov-v-obrazovatelnoy-srede-tehnikuma> (дата обращения: 25.09.2019 г.).
13. Минюрова С.А. Психология саморазвития человека в профессии. М.: Спутник, 2008. 298 с.
14. Овчарова Т.Н., Овчаров А.О. Профессиональное саморазвитие человека как эволюция его субъективного потенциала // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2018. №1(49). С.43–53.
15. Петросьян С.Н., Рябикина З.И. Личность и ее бытие как предметная область психологии // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. 2016. № 2 (178). С. 95–102.
16. Рябикина З.И. Интерпретация профессиональной идентичности и профессионального роста личности с позиций субъектно-бытийного подхода // Личность курсанта: психологические особенности бытия: материалы V Всероссийской научно-практической конференции (с иностранным участием). Краснодар: КубГУ, 2014. С. 5–11.
17. Сидорина Т.Ю. Жизнь без труда или труд во спасение? СПб.: Алетейя, 2018. 170 с.
18. Bentley S.V., Peters K., Haslam S.A. and Greenaway K.H. Construction at Work: Multiple Identities Scaffold Professional Identity Development in Academia. // *Frontiers in Psychology*, 2019. V. 10. P. 1–13.

19. Carlos-María Alcover. Who Are «I»? Who Are «We»? A State-of-the-Art Review of Multiple Identities at Work. *Psychologist Papers*, 2018. URL: <http://www.papelesdelpsicologo.es/English/2858.pdf> (дата обращения: 25.09.2019).
20. Robert MacKenzie R. Workers and Occupational Identity in the Telecommunications Industry: Navigating Employment Transitions through the Life Course Work. *Employment and Society*. 2009. V. 33. №. 1. P. 39–55.

*Об авторе:*

БУРЛАЧЕНКО Лариса Сергеевна – младший научный сотрудник, кафедры философии ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет» (350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2); старший преподаватель кафедры психологии личности и общей психологии ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» (350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149); e-mail: [larisa-lulu@yandex.ru](mailto:larisa-lulu@yandex.ru)

## **The value-semantic aspect of self-understanding of professional identity within the framework of the subject-being approach**

**L.S. Burlachenko**

Kuban State Technological University, Krasnodar  
Kuban State University, Krasnodar

The article presents the data of an empirical study of self-understanding of professional identity of people belonging to a professional group that is in the process of formation (bloggers) within the framework of the subject-being approach. The purpose of the empirical study was to analyze and describe the constituent elements of self-understanding of professional identity of representatives of the forming professional group - bloggers. The following methods were used: theoretical analysis, projective techniques, personal interviews, the Career Anchor technique by E. Schein, adapted by V.A. Chiker, V.E. Vinokurov. The rationale for using these methods is given, as well as the relevance of the subject-being approach for studying this issue. As a result of the study, the components of self-understanding of professional identity (emotional-volitional, personal-semantic and value-semantic aspects) were identified, measured and characterized, the possibility of applying this empirical model of self-understanding of professional identity to professional groups with different conditions of being was analyzed. Further directions for studying self-understanding of professional identity are outlined, and the prospects for applying the obtained data in the practical activities of psychologists, personnel adaptation specialists, in professional self-determination and professional orientation are considered.

**Keywords:** *self-understanding of professional identity; professional values; subject-being approach; blogosphere; blogging; bloggers; self-understanding.*

Принято в редакцию: 18.10.2024 г.

Подписано в печать: 15.01.2025 г.