

Теоретико-методологічні проблеми персонології

УДК 159.923

Олена Злобіна

ДО ПРОБЛЕМИ ЕМПІРИЧНОЇ ВЕРИФІКАЦІЇ АКСІОМОДЕЛЕЙ ОСОБИСТОСТІ

У статті зроблено спробу застосувати для емпіричної верифікації аксіомоделей особистості оригінальну візуальну методику, спрямовану на виявлення невідрефлексованих аксіоструктур. Аналіз даних дослідження засвідчує, що аксіомодель, незалежно від обраних координат чи векторів розгортання ціннісних пріоритетів, містить універсальне ціннісне ядро. Підтверджено наявність різних ліній конструювання аксіомоделей, які спираються на пріоритетність для особистості самовизначення у "зовнішніх" чи "внутрішніх" координатах. Показано можливість зафіксувати варіативність аксіомоделей за рахунок множини периферій, в яких представлені типові поєднання "нетипових" пріоритетів.

Ключові слова: аксіомодельювання, ціннісні орієнтації, візуальне дослідження.

В статье предпринята попытка применить для эмпирической верификации аксиомоделей личности оригинальную визуальную методику, направленную на выявление неотрефлексованных аксиоструктур. Анализ данных исследования показывает, что аксиомодель, независимо от выбранных координат или векторов развертывания ценностных приоритетов, содержит универсальное ценностное ядро. Подтверждено наличие различных линий конструирования аксиомоделей, опирающихся на приоритетность для личности самоопределения во "внешних" или "внутренних" координатах. Показана возможность зафиксировать вариативность аксиомоделей за счет разнообразия периферий, в которых представлены типичные сочетания "нетипичных" приоритетов.

Ключевые слова: аксиомоделирование, ценностные ориентации, визуальное исследование.

The article attempts to apply empirical verification of aksiomodels of personality original visual technique aimed at identifying unreflected aksiostructures. Analysis of the survey data shows that aksiomodels, regardless of the selected coordinates or vectors deployment of value priorities, contains a universal core of values. Confirmed the presence of various lines of designing aksiomodels relying on the priority for individual self-determination in the "external" or "internal" coordinates. The opportunity to fix a aksiomodels

variability due to the diversity of the peripheries, which shows typical combinations of "atypical" priorities.

Keywords: *aksiomodeling, value orientation, visual studies.*

Постановка проблеми. Теорія цінностей від початку формувалася як особливий напрям філософського знання. Проте наразі аксіологія вийшла за суто філософські дисциплінарні межі і стрімко переформулюється в термінах соціогуманітарних наук, набуваючи специфічного втілення у психологічному, культурологічному, соціологічному контекстах. Від аксіології представники цих дисциплін швидко почали рухатися у бік аксіометрії. При цьому доволі чітко виокремлювалося різне бачення дисципліни, сформоване на пріоритетах, що їх визначали дослідники. Цінності суспільства та соціальних груп стали предметом теоретичного осмислення насамперед соціологів, культурологів, цінності особистості залишилися в центрі уваги персонологів. Зважаючи на загальну філософську передісторію, в обох цих напрямках доволі потужно розвивалися власні теоретичні школи, створювалися і певні інструменти для вимірювання цінностей. Проте у добре проробленому теоретичному просторі і дотепер відчувається певна невідповідність між складними теоретичними конструктами і досить спрощеними методами фіксації ціннісних пріоритетів. Це і зумовило напрям нашого наукового пошуку, **метою** якого було намагання запропонувати нові підходи до емпіричної верифікації складних теоретичних побудов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як психологи, так і соціологи приділяють доволі велику увагу проблемам аксіомодельовання. У психології акцент робиться на аксіологічному моделюванні особистості, в соціології та культурології на аксіологічному моделюванні соціокультурної реальності. При цьому моделі, що розробляються, досить сильно відрізняються. В аксіології особистості на зміну моделям класичної раціональності, прийшли моделі некласичні, постнекласичні і нарешті сучасні, прикладом якої є модель "пульсуючої сфери", що поєднує "вертикальну спрямованість" особистості з її "горизонтальною" каузальною зумовленістю; виходить з пріоритетності ціннісно-цільового вектору світопобудови особистості над каузальним та дозволяє моделювати рух особистості у діяльній площині як похідну від рівня розвитку особистості [1, 429].

Натомість в аксіологічному моделюванні соціокультурної реальності відтворюється переважно класичний тип раціональності. Найбільш відомі моделі мають переважно просту систему координат, в якій розміщується складна система ціннісних орієнтацій. Одна з ключових на сьогодні в соціології моделей Р. Інлгарта була спочатку взагалі лінійною. Всі ціннісні орієнтації розташовувалися на континуумі між двома полюсами – матеріалістичним (матеріальна та фізична безпека) та постматеріалістичним (свобода, самореалізація тощо).

Така одновимірність стала одразу предметом критики. Зокрема Х. Клагес запропонував в якості альтернативи введення двох незалежних

координат – цінностей обов'язку і цінностей самореалізації, спрямованість на які демонструє "нормоцентричну" або "аутоцентричну" орієнтацію особистості [2]. Згодом Р. Інглгарт додав до своєї моделі ще один вимір і в остаточному варіанті запропонував розташовувати систему ціннісних орієнтацій на перетині координат Вживання/Самовираження та Традиція/Секулярна раціональність [3].

Інша відома теорія універсального змісту і структури цінностей Ш. Шварца та У. Білські моделює систему цінностей в подібних координатах [4]. Фактично тут також можна виокремити дві вісі – Збереження/Відкритість змінам та Самоподолання/Самозростання. При цьому порівняння моделей Шварца та Інглгарта демонструє їх високу подібність, наприклад, Збереження кореспондує з Вживанням, а Самовираження зі Самозростанням [5]. Усі ці моделі фіксують зміни цінностей в добу Модерну, а отже є типовими зразками моделей класичного типу.

Слід зазначити, що в соціологічних підходах існують спроби створити і складніші ціннісні моделі. Наприклад, А. Вардомацький, намагаючись позначити власний внесок суб'єкта в формування ціннісних пріоритетів, відмічав необхідність ускладнення моделі Інглгарта з урахуванням того, як загальний аксіометричний механізм зсуву засобів на мету, що визначає напрям трансформації ціннісної системи від матеріалістичних до постматеріалістичних пріоритетів, діє на рівні особистості [6]. Його ідею згодом втілював М. Яницький, який запропонував трирівневу модель ціннісної системи особистості з орієнтацією на цінності адаптації, соціалізації або індивідуалізації [7].

Можна згадати також запропоновану В. Ядовим статусно-ієрархічну структуру цінностей. Вона представлена у вигляді ядерно-центричної моделі, до якої входять: цінності найвищого статусу, що утворюють стабільне ядро; цінності середнього статусу (структурний резерв); цінності нижче середнього статусу (периферія); цінності найнижчого статусу. Як зауважує В. Ядов, цінності ядра та цінності найнижчого статусу малорухомі, а цінності, які займають проміжне положення, перебувають у перманентному русі [8].

Проте в усіх запропонованих розширеннях соціокультурних моделей головна увага дослідників концентрується на узагальнених типах, або спробах зафіксувати ядро ціннісної системи. Складні різноманітні конфігурації, що виникають якраз за рахунок множини різноманітних периферій, залишаються не тільки недослідженими, а навіть невиявленими.

Можна констатувати, що в соціокультурному підході, на відміну від підходу особистісного, аксіомодельювання характеризується високою узагальненістю, а отже спрощеністю. Фактично дуже складна внутрішня структура особистості заміщується досить схематичною, коли ми розглядаємо її в просторі ціннісних пріоритетів, які задаються соціокультурною реальністю. Сферична модель, про яку ми говорили на початку, втрачається в масштабних проектах дослідження цінностей. Номо *sociologicus* постає в надто узагальненій типовості, втрачаючи свою важливу

властивість, яку свого часу чітко виокремив А. Шюц, котрий зазначав, що "принаймні одним з аспектів свободи індивіда є те, що він може сам вибирати, якою частиною своєї особистості хоче брати участь у групових належностях, може сам визначати свою ситуацію в тій ролі, яку він приймає, і може встановлювати свій власний приватний порядок релевантностей, в якому кожна з його належностей до різних груп має свій ранг. Ця свобода, ймовірно, і несе в собі глибокий зміст "невідчужуваного права прагнути до щастя" [9, 645].

Водночас в аксіологічному моделюванні соціокультурної реальності, маємо доволі парадоксальну ситуацію. З одного боку, дослідники начебто і хотіли б включити в аналіз цей "особистісний" зріз. Наприклад, той самий Інглгарт прямо апелює до відчуття людиною себе щасливою як до показника ціннісних трансформацій, проте знову-таки, йдеться про міжкультурні порівняння [10]. З іншого, соціологи роблять це надто просто, запитуючи у людини прямо "Наскільки ви щасливі?". При цьому втрачається те, що мало б для дослідника найбільшу вартість, інформація про те, що саме спричинило це переживання.

І тут ми повертаємося до того, що прагнення до щастя нерозривно пов'язано із вільним вибором. Виявляється, що значною мірою на заваді емпіричної верифікації складних особистісних аксіоконфігурацій стоїть сам принцип вимірювання цінностей за допомогою процедури рангування за мірою важливості низки запропонованих дослідником позицій. В ситуації спрощеного типізованого, обмеженого вибору пріоритетів у доволі простій системі координат виявити неповторну внутрішню конфігурацію особистості практично неможливо. А ситуація ця є типовою для дослідження ціннісних орієнтацій, оскільки в основу майже всіх найбільш застосовуваних методик покладено модифікацію інструментарію, запропонованого М. Рокічем [11].

Фактично вихідна ідея Рокіча, хай і в удосконаленому та видозміненому вигляді, була покладена в основу опитувальників Ш. Шварца, на неї ж орієнтувалися і розробники методики, яка використовувалася для вивчення базових цінностей росіян у відомому моніторинговому дослідженні під керівництвом М. Лапіна [12]. Саме поява методики Рокіча знаменувала практично повну переорієнтацію дослідників, що працюють у просторі ціннісних орієнтацій, на структуровані опитувальники.

Серед методичних проблем, які традиційно фіксуються при застосуванні опитувальників, можна відзначити наявність жорсткого набору цінностей, частина з яких може бути неприйнятною для респондента, в той час як значущі цінності до переліку не потрапляють. Суттєвою проблемою є також піддатливість впливу фактору соціальної бажаності [13].

Існують й інші причини можливих розбіжностей між декларованими ціннісними конструктами свідомості та цінностями, які реально спонукають людину до дій. Реально діючі цінності не завжди адекватно усвідомлюються і вербалізуються суб'єктом через обмеженість його інтелектуальних

можливостей, дії захисних механізмів та ін. Крім того, адекватно усвідомлювані цінності можуть неадекватно вербально репрезентуватися в силу мовних табу та іншого роду перепон [14].

Досить суперечливі результати дає щодо методики Рокіча і застосування факторного аналізу, яке мало б виявити латентні змінні внутрішньої структури цінностей. Як правило, виділяються багато факторів, які мають незначну вагу та погано піддаються чіткій інтерпретації. Наприклад, у дослідженні під керівництвом М. Лапіна було виділено 11 факторів, Д. Леонтьєв знайшов семи- і шестифакторні рішення, М. Яницький виділив 13 факторів, з яких для аналізу відібрав три основні, що пояснювали лише 23,56% дисперсії [7, 49]. Отже, як базова версія методики Рокіча, так і її модифікації, хоча і підтверджують сам факт неоднорідності системи ціннісних орієнтацій, не дають можливості виокремити специфічні ознаки можливих аксіомоделей. Йдеться лише про доволі схематичну ядерну структуру, яку кожен із дослідників намагається інтерпретувати згідно з власною системою координат.

Одне з найістотніших обмежень, на яке практично не вказують дослідники, є те, що опитувальник відтворює ситуацію структуризації системи ціннісних орієнтацій в режимі дискретності. Респондент оцінює запропоновані цінності ізольовано одну від одної, і навіть процедура рангування, запропонована Рокічем, не дозволяє подолати цю дискретність повною мірою. Ігнорується характерна тенденція психіки до організації досвіду в доступне розумінню ціле, на основі чого формується гештальт, що являє собою структуру, виведену зі складових її компонентів.

Рефлексивні методи виявлення цінностей, засновані на тому, що респондент сам встановлює життєві пріоритети, дозволяють подолати це обмеження, дають змогу розглянути структуру ціннісних орієнтацій в координатах, що задаються самою людиною, а не нав'язаних дослідником. Однак, що стосується обмежень, пов'язаних з процесом вербалізації, то вони не тільки не знімаються, а навіть зростають при переході від кількісного дослідження до якісного, оскільки простір вільно продукованих смислів досить великий, а інтерпретація отриманих текстів залишається цілком за дослідником.

Виклад основного матеріалу. Подолати сформульовані вище методологічні труднощі та обмеження можна, на нашу думку, за допомогою використання принципово іншого підходу до дослідження ціннісних орієнтацій, заснованого на використанні в методиці не вербального, а на візуального матеріалу.

Для відтворення невідрефлексованих аксіоструктур респондентам було запропоновано не традиційний перелік цінностей, а візуальну матрицю з набором 34 зображень, які репрезентували можливі варіанти життєвого успіху [15]. Респондентів просили "уявити собі світ успішної людини" і шляхом послідовних видалень зайвих зображень залишити свій варіант "світу", який містив би 9 найважливіших репрезентацій. Сам факт одномоментної представленості усіх можливих варіацій "світу" й

особливості процесу виключення, яке відбувалося на тлі загальної картини "можливих світів", певною мірою мінімізували дискретність сприйняття представленого візуального матеріалу і дозволяли зберігати гештальт "світу успішної людини".

У базовий набір було включено картинки-символи, які відображали різні складові світу людини і дозволяли конструювати світ успіху з високим ступенем варіативності. Вербально ці символічні репрезентанти позначалися як сім'я, шлюб, любов, кар'єра, влада, слава, гроші, дозволя, дружба, освіта, нагорода, визнання, кар'єра і т.д. В якості стимульного матеріалу було обрано фотографії, які є специфічним способом репрезентації реальності. З одного боку, ці зображення є знаками, що черпаються з певного спільного культурного коду, з іншого, вони містять можливості для індивідуального прочитання, оскільки сприйняття того самого зображення індивідуально варіюється [16, 313]. При цьому ми спиралися на тезу Шюца, згідно з якою "типове тлумачення поведінки в ширшому оточенні означає таку інтерпретацію свого ближнього і його поведінки, немов він така ж людина, як і ось цей, як-от Ви, а його поведінка – як це, як Ваше" [17, 932]. Виходячи з цього засновку, результати трактувалися як проекція респондентами в здійснюваних виборах ціннісних підстав власного світу.

Далі зупинимося на деяких результатах, які було отримано на основі обробки даних відповідей 300 респондентів¹. Виявилось, що ціннісна платформа, на якій базуються образні уявлення про успішне життя, може бути представлена у вигляді ядерно-центричної моделі. Причому високо статусні і низько статусні символи можна виокремити доволі однозначно.



68,7%



67,3%



63%

Попри те, що респондентам пропонувалося відтворити світ успішної людини, статусні ознаки успіху до ядра не потрапили. Його утворюють традиційні сімейні цінності, які самі по собі навряд чи можна вважати ознакою успіху як такого, але без яких решта досягнень та здобутків фактично знецінюється. Причому мірою наповнення масиву ядро весь час ущільнювалося, відсоток респондентів, які залишали в остаточному наборі ключові картинки-символи поступово зростав. Жодну з цих трьох цінностей ядра не обрали лише 9% респондентів. Оскільки респонденти фіксували порядок видалень, при аналізі результатів можна було здійснити кореляційний аналіз, який дав змогу оцінити міру зв'язку між усіма

¹ Вибірка збалансована по статі (47% чоловіки, 53% жінки) та по віку (54,8% до 35 років, 45,2% від 36 років). Віковий діапазон від 17 до 74 років.

запронованими ознаками. Виявилось, що вибір малої та великої сім'ї досить взаємоузгоджений (коефіцієнт кореляції Пірсона $0,345^{**2}$), що також підтверджує високу значущість саме цієї орієнтації як загального центру ядра.

Так само чітко виокремилися і суто периферійні ціннісні орієнтації. Очевидно, що



3,7%



5,3%



7,7%

у фромівській дихотомії "мати" чи "бути", полюс "мати" не надто навантажений у нашій соціокультурній ситуації саме у матеріальному еквіваленті. Розкоші, шопінг, фортуна практично не потрапляють в остаточну версію світу успішної людини.

До таких, що найчастіше обирають, потрапили також цінності, які традиційно пов'язуються з задоволенням базисних потреб, – романтичні інтимні стосунки і гроші, які забезпечують матеріальне підґрунтя нашого існування.



48%



46%

До речі, сам факт того, що класичний символ успіху – гроші обрало менше половини респондентів, є доволі переконливим свідченням того, що конструювання "світу успішної людини" відбувається респондентом в координатах саме власних ціннісних пріоритетів, а не є лише відтворенням пропонованих суспільством зовнішніх ознак успіху

Проте ці цінності не були включені нами до ядра. І не лише через те, що їх формально обрало менше половини респондентів. Значно важливішим виявилось те, що вони радше взаємно відштовхуються, ніж взаємно притягуються. Виявилось, що коефіцієнт кореляції між "романтикою" і "багатством" обернений і становить – $0,322^{**}$. Тобто, залишаючи одну з ознак, респонденти тяжіють до видалення іншої. Це поставило під питання сам принцип моноядерного моделювання. Очевидно,

² Тут і далі позначка ** вказує на значущість на рівні 0,01

на основі того, що приєднується до ціннісного ядра, яке центрується навколо сім'ї та дому, можна специфікувати різні ціннісної моделі. Причому, оскільки між "сім'єю" та "багатством" кореляція відсутня, можна умовно говорити про певний загальний центр координат, в якому знаходяться цінності сім'ї, і від якого починається побудова координат, що відбиває типові варіації ціннісних пріоритетів.

Одразу можна припустити, що помітні взаємні відштовхування дають підстави говорити про різні вісі структурування. Якщо проаналізувати зафіксовані зв'язки, стає очевидним, що "багатство" обернено корелює не лише з "романтикою", а й з "творчістю" ($-0,344^{**}$), "свободою" ($-0,354^{**}$), "медитацією" ($-0,365^{**}$), "турботою" ($-0,296^{**}$), "вірою" ($-0,295^{**}$). Спираючись на подібний аналіз, можна надалі гіпотетично визначити певні ортогональні вісі координат у побудові можливих аксіомоделей.

Водночас, у ході аналізу з'ясувалося, що у пропонованій матриці є символ, який досить чітко розмежовує можливі напрями структурування ціннісних пріоритетів. При формуванні матриці до неї було включено картинку, на якій зображено престижне авто,



Рис. 1. Прямі кореляції з символом престижності та багатства

власниця якого сідає за кермо, і представник обслуговуючого персоналу, який відкриває перед нею двері. Отже, в ній водночас читалися ознаки багатства, престижу та влади. Виявилось, що це зображення значуще корелює з 25 з 33 інших картинок матриці. При цьому 10 кореляцій показували прямий зв'язок і 15 обернений. Найбільший прямий зв'язок зафіксовано з усіма класичними "зовнішніми" ознаками успіху – владою, багатством, визнанням, розкішшю, екзотичним відпочинком. Водночас найвищі значення оберненого зв'язку зафіксовано щодо символічних репрезентацій цінностей, розташованих у координатах особистісно значущих переживань – свободи, творчості, турботи, дружби.

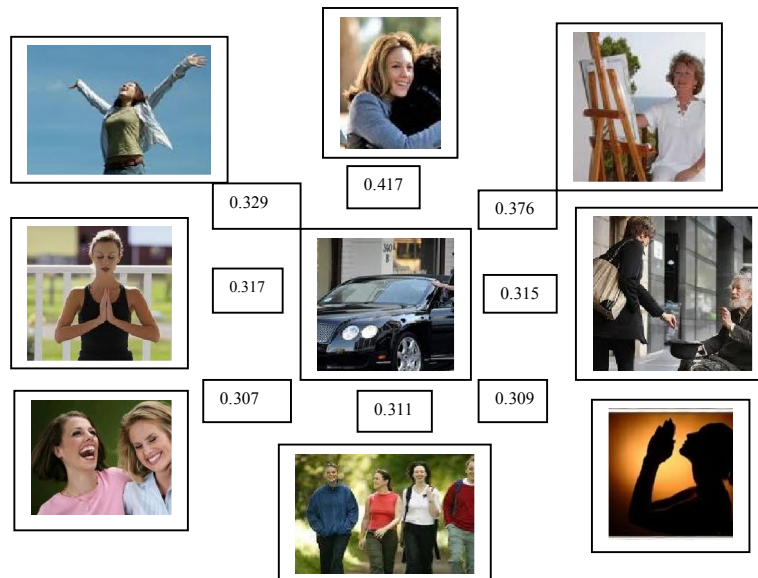
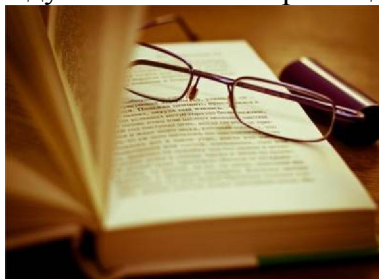


Рис. 2. Обернені кореляції з символом престижності та багатства

Знову-таки, згадуючи фроммівське "мати" чи "бути", констатуємо підтвердження їх взаємного, хай не заперечення, але все ж таки помітного дистанціювання. Очевидно, вектор багатства є системотвірним для аксіомделі, яка репрезентує принцип "мати". Водночас серед усіх символів, які уособлюють принцип "бути", найчастіше обирається картинка книги, яка символізує духовність і може розглядатися як ще один можливий



39,1%



36,3%

вектор побудови аксіомделі. Точніше можна говорити про пару символів, які репрезентують у матриці духовність та освіту. Аналіз їхніх зв'язків з рештою символів показує, що книга в даному випадку виступає, якщо згадати Рокіча, термінальною цінністю, значуще корелюючи з половиною представлених у матриці символів. Причому кореляції ці обернені щодо символів багатства, престижу, слави, розкоші і прямі щодо творчості чи милосердя. Водночас освіта є скоріше цінністю інструментальною. Крім значущого зв'язку з книгою як символом знань, освіта прямо значуще корелює лише з цінністю команди (співробітництва).

Висновки. Отже, навіть перше наближення до спроби емпіричної верифікації аксіомделей демонструє, по-перше, наявність універсального ціннісного ядра незалежно від обраних координат чи векторів розгортання ціннісних пріоритетів. По-друге, можна констатувати наявність різних ліній

конструювання аксіомоделі, які спираються на пріоритетність для особистості самовизначення у координатах, які ми умовно позначили як пріоритет "зовнішнього визнання" чи пріоритет "внутрішнього зростання". По-третє, на відміну від традиційно застосовуваних методів аксіометрії, застосування візуальної матриці дає змогу зафіксувати варіативність аксіомоделей за рахунок множини периферій, в яких представлені типові поєднання "нетипових" пріоритетів. Загалом можна констатувати, спроба долучитися до невідрефлексованих аксіоструктур є доволі перспективною з огляду на можливість побачити ціннісний світ людини її власними очима. Таке бачення "зсередини" створює підґрунтя для синтезування особистісного та соціокультурного рівнів.

1. *Karpenko Z.S.* Aksiologichna psiholohiia osobystosti [Personality's axiological psychology] / Z.S. Karpenko. – Ivano-Frankivsk : Liliia-NV. – 2009. – 512 s.
2. *Klages, H.* Do we all become egos?: on the future of value change / H. Klages // *Politische Studien.* – 1994. Vol. 45 – P. 35–43.
3. *Inglehart R.* Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence / Ronald Inglehart, Christian Welzel. – New York : Cambridge University Press. – 2005. – 333 p.
4. *Schwartz S.H., Bilsky W.* Toward a theory of the universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications // *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990, vol. 58, P. 878–891.
5. *Schmidt P.* Inglehart and Schwartz approaches in comparison: measurements and theoretical predictions [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://psy.hse.ru/news/33155183.html>.
6. *Vardomatskii A.P.* Sdvig v tsennostnom izmerenii? [Displacement in value dimension?] / A.P. Vardomatskii // *Sotsiologicheskii issledovaniia.* – 1993. – № 4. – P.46-55.
7. *Yanitskii M.S.* Tsennostnyie oriientsiie lichnosti kak dinamicheskaia sistema [Personality's value orientations as a dynamic system] / M.S. Yanitskii. – Kemerovo : Kuzbassvuzizdat. – 2000. – 204 p.
8. *Yadov V.A.* Sotsialnaia identifikatsiia v krizisnom obshchestve [Social identification in a crisis society] / V.A. Yadov // *Sotsiologicheskii zhurnal.* – 1994. – № 1. – P.35-52.
9. *Shiuts A.* Ravenstvo i smyslovaia struktura sotsialnogo mira // *sotsiologii* [Equality and semantic structure of the social world of sociology] // Shiuts A. Izbrannoie: Mir, sviatshchiisia smyslom / A. Shiuts. – M. : Rossiiskaia politicheskaia entsiklopediia. – 2004. – P. 616-666.
10. *Inglhart R.* "Modernizatsiia – tsennosti – schastie: Rossiia i mir". Vystupleniie v Mezhdistsiplinarnom lektorii "Kontekst" 6 dekabria 2012 goda. ["Modernization – values – happiness: Russia and the world". Speech in the Interdisciplinary lecture hall "Context" December 6, 2012] [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.contextfound.org/events/y2012/m12/n79>.

11. Rokeach, M. Beliefs, attitudes, and values: A theory of organization and change / Milton Rokeach – San Francisco: Jossey-Bass. – 1968 – 214 p.
12. Dinamika tsennostei naseleniia reformiruiemoi Rossii [The dynamics of population's values of reformed Russia] / pod red. N.I. Lapina i L.A. Beliaievoi. — M. : Editorial URSS. – 1996. – 224 p.
13. Karandashev V.N. Metodika Shvartsa dlia izucheniia tsennostei lichnosti: kontseptsii i metodicheskoe rukovodstvo [Schwartz technique for the study of personality's values: the concept and methodological guidance] / V.N.Karandashev. – SPb. : Rech. – 2004. – 70 p.
14. Kuniavskii M.E. Soznaniie i trudovaia deiatelnost (tsennostnyie aspekty soznaniia, verbalnoie i fakticheskoe povedeniie v sfere truda) [Consciousness and work activity (value aspects of consciousness, verbal and actual behaviour in the work area)] / M.E. Kuniavskii, V.B. Moin, I.M. Popova. – Kiiev-Odessa : Vyshcha shkola, 1985. – 188 p.
15. Zlobina E. Obrazy uspeha: opyt vizualnogo issledovaniia [Images of success: the experience of visual research] / E.Zlobina, L.Bevezenko. – K. : IS NANU, 2012.– 236 p.
16. Bart R. Ritorika obraza [Rhetoric of the image] // Bart R. Izbrannyye raboty. Semiotika. Poetika. / Rolan Bart – M. : Progress, 1989, p. 297-318.
17. Shiuts A. O nekotorykh fundamentalnykh problemakh ponimaiushchei sotsiologii [On some fundamental problems of understanding sociology] // Shiuts A. Izbrannoie: Mir, svetiashchiisia smyslom / A. Shiuts. – M. : Rossiiskaia politicheskaia entsiklopediia. – 2004. – P. 963-1006.

УДК 159.922

Анжеліка Шамне

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПСИХОСОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ В КОНТЕКСТІ ОПОЗИЦІЇ ВНУТРІШНЄ-ЗОВНІШНЄ

Обговорюється психологічний аспект загальнофілософської проблеми зовнішнього – внутрішнього. Опозицію "зовнішнє-внутрішнє" проаналізовано в контексті психосоціальної проблеми, зокрема, особливостей та форм представленості соціальної системи у психіці індивіда. Увага зосереджена на двох аспектах психосоціальної проблеми: співвідношення соціального-індивідуального, індивідуальної свободи і детермінації (детермінація-самодетермінація), які тісно пов'язані.

Розглянуто форми представленості зовнішнього- внутрішнього у психіці: "Зовнішнє Я" та "Внутрішнє Я" у структурі особистості, свідомості та самосвідомості (структурно-функціональний аспект); зовнішнє – внутрішнє у системі соціопсихічного рівня детермінації