

Одеського нац. ун-ту. Психологія. – Издательство: Одесский нац. ун-т им. И. И. Мечникова, 2011. – Том: 16, № 11. – С. 144-150.

**Summary.** The article discusses the connection of the ability of a citizen to resist the aggressive media influence with the personality maturity of a person. The guidelines of psychological assistance to the citizen in strengthening his subjectivity in conditions of disorienting information space are outlined.

**Key words:** personality maturity, aggressive media influence, subject, dialogue, mass media, psychological help of the person on the way to maturity.

**Аннотация.** В статье обсуждается связь способности гражданина противостоять агрессивному медиа-влиянию с личностной зрелостью человека. Очерчены ориентиры психологической помощи гражданину в укреплении его субъектности в условиях дезориентирующего информационного пространства.

**Ключевые слова:** личностная зрелость, агрессивное влияние медиа, субъект, диалог, СМИ, психологическая помощь личности на пути к зрелости.

*Депутат Валентина Василівна*

науковий співробітник лабораторії методології і теорії психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України (м. Київ)

[vdeputat@i.ua](mailto:vdeputat@i.ua)

## **МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ОСОБИ НА ОСНОВІ ОПИСУ ЇЇ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ**

**Анотація.** У статті поставлено завдання застосувати теоретичну модель культурного простору особи для формалізованого опису процесів, пов'язаних з виконанням завдань ціннісного опитувальника Шварца. Основний зміст даного підходу полягає в тому, що експлікація особою своїх особистісних цінностей може бути представлена як низка відображень взаємодій агентів її інтракультури в ході проведення опитування. Показано, що серед аспектів вивчення психологічних цінностей у запропонованому схематизмі можуть бути досліджено ціннісні стереотипи та ціннісні ідеали. За результатом теоретичного дослідження висунуто припущення, що особи, які ще не проходили тестові процедури, можуть мати істотно інші ціннісні орієнтації, ніж респонденти в експериментальній вибірці.

**Ключові слова:** культурний простір особи, ціннісні орієнтації, ціннісні стереотипи, ціннісні ідеали.

У низці робіт розглянуто етапи розробки теоретичної моделі культурного простору особи (далі КПО, див. [9], [10], [11] та ін) з використанням ідей і понять *модельного трактування культури* [1], а також

варіанту універсализації репрезентації знань [2]. У цій статті поставлено *завдання* застосувати теоретичну модель КПО для формалізованого опису процесів, пов'язаних з виконанням особою завдань ціннісного опитувальника Шварца [6]. Відповідно до основної концепції розроблюваного підходу, процеси, що протікають в *інтракультурі* особи (див. про неї в зазначених вище роботах), будуть представлені як відображення модусів культури (типи таких відображень наведено у [3]).

Структура ціннісних орієнтацій та її трансформації можуть бути представлені як такі, що репрезентовані процесами взаємодій між агентами інтракультури даної особи: агентом *я*, агентами-ідеалами, іншими агентами. Будемо вважати, що формування структури цінностей забезпечено групою інтракультури, яку складають агент *я* і агенти-ідеали – ментальні репрезентації осіб, які є для даної особи значущими як носії певних ціннісних орієнтацій (ціннісних еталонів). У загальному випадку, внаслідок взаємодій агентів у розглянутій групі в момент часу  $T_i$  у агента *я* може проявитися один з наступних варіантів конфігурації рангів цінностей: 1) збережено її вихідну систему цінностей; 2) система цінностей змінена і в точності відповідає конфігурації рангів цінностей одного з агентів; 3) система цінностей змінена і не співпадає з системою цінностей жодного з агентів.

Для прикладу запишемо у вигляді відображень множин процеси для випадку (2), коли вплив агента *а* на агента *я* за час  $T_1$ – $T_2$  полягає у зміні рангів цінностей останнього у відповідності до конфігурації їх рангів у агента *а*.

$$F : \{я_{T_1}\} \rightarrow \{я_{T_2}\}, \text{ де } \{я_{T_2}\} = \{а\}.$$

Нехай для нас представляє інтерес ціннісний домен, утворений особистісними цінностями А, Б, В, Г. Підставимо їх у попередній запис:

$$F : \{А_{я_{T_1}}; Б_{я_{T_1}}; В_{я_{T_1}}; Г_{я_{T_1}}\} \rightarrow \{А_{а_{T_2}}; Б_{а_{T_2}}; У_{а_{T_2}}; Р_{а_{T_2}}\}.$$

Замінивши літерні позначення цінностей їх цифровими рангами (якщо останні відомі), можна отримати запис впорядкованими парами елементів множин, наприклад:

$$F : \{(2;4), (1;2), (4;3), (3;1)\}$$

Числова репрезентація опису процесу може виявитися корисною, зокрема, для визначення характерних для даної особи законів формування і трансформації її особистих цінностей.

Виконання особою завдань ціннісного опитувальника є експлікацією процесів в інтракультурі, зокрема: актуалізації спеціалізованої групи агентів; визначення того, якою мірою їм притаманні властивості, описані в питаннях; реформування ціннісних компонентів Я-концепції в ході внутрішньогрупових взаємодій.

Розглянемо цю проблематику на матеріалі опитувальників №1 і №2 [6]. Якщо теми, пов'язані з ціннісними компонентами Я-концепції, вже були предметами обговорення у міжособовому діалозі або у внутрішньому діалозі між відповідними агентами, то в інтракультурі респондента може існувати спеціалізована група агентів для обговорення цих тем. Прийняття рішення в такій групі проявляється у відображенні множини питань з опитувальника на множину відповідей на них – при зіставленні кожному питанню певного числа (номеру рангу цінності). Вважаємо, що група є колективним агентом, який здійснює процеси, записувані наступним відображенням:

$$F_{Gr} : \{\text{Питан}_1, \text{Питан}_2, \dots, \text{Питан}_i\} \rightarrow \{-1, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7\}.$$

Якщо в інтракультурі особи немає групи, яка обговорювала раніше ціннісну проблематику, і всі інші (крім я) агенти не мають ціннісних орієнтацій (тобто особі не відомі такі у інших осіб, представлених у її інтракультурі), то для виконання умов тесту особі буде необхідно актуалізувати та проаналізувати зміст суб-інтракультури агента я, зокрема семантичні модули (суб'єктивні значення) слів, які запропоновано ранжувати в опитувальниках №1, №2, а також освоєні особою принципи ранжування.

Тепер розглянемо опитувальник «Профіль особистості». Опитувальник являє собою список з 40 характеристик людини, відповідних одному з 10 типів цінностей. Досліджуваному необхідно оцінити, якою мірою описувана в опитувальнику людина схожа або не схожа на неї за

шкалою з 5 позицій: від «дуже схожа на мене» до «зовсім не схожа на мене». У використовуваному схематизмі опису психологічних процесів, пов'язаних з відповідями на це питання, можуть бути реалізовані різні підходи, у тому числі засновані на варіантах Я-концепції. Агент порівнює когнітивні та оціночні (для себе та Іншого) компоненти своєї я-концепції з компонентами особистості агентів, що представляють її осіб-ідеалів. Для того щоб дати відповіді на питання тесту, особі необхідно:

- 1) актуалізувати у своїй інтракультурі певну групу агентів;
- 2) визначити, якою мірою агентам групи є притаманна кожна з психологічних властивостей, описуваних у тестових питаннях;
- 3) сформулювати або реформулювати ціннісні компоненти своєї Я-концепції в ході взаємодій зазначених агентів.

Відповіді на всі питання характеризують компоненти Я-концепції досліджуваної особи. Ці відповіді можна розглядати як експлікацію конфігурації низки психологічних властивостей агента я на момент закінчення опитування. Вважаючи питання та відповіді модусами культури, в загальному вигляді процес відповідей на питання даного опитувальника можна записати відображенням

$$F : \{\text{Питан}_1, \text{Питан}_2, \dots, \text{Питан}_i\} \rightarrow \{\text{Відп}_1, \text{Відп}_2, \dots, \text{Відп}_i\}$$

Враховуючи те, що у формулюваннях питань укладені описання психологічних властивостей, а варіанти відповідей є описаннями міри вираженості цих властивостей, запис відображення можна трансформувати, використовуючи числові індекси відповідей

$$F : \{\text{Питан}_1, \text{Питан}_2, \dots, \text{Питан}_i\} \rightarrow \{0, 1, 2, 3, 4, 5\}.$$

У більш детальному аналізі взаємодій в інтракультурі слід враховувати змішані і фонові впливи агентів (про ці типи впливів див. у [3]). Залежно від можливостей дослідження – поставлених завдань, можливостей отримання необхідних відомостей і т. д. – склад інтракультури може бути розширено. Зокрема, агентами можуть бути представлені: особа, що проводить опитування (або її деперсоналізована репрезентація), інші особи,

значущі для досліджуваного у процесах продукування відповідей на питання цього тесту.

Ціннісні орієнтації особи є компонентами її Я-концепції, в складі якої, згідно з поширеним трактуванням, виділяють когнітивні (образ Я, уявлення про себе), афективні (емоційно-оціночна складові) і поведінкові (дії, викликані образом Я і самооцінкою) складові (див. [4], [12] та ін). Пов'язані з ціннісними орієнтаціями когнітивні та афективні компоненти Я-концепції (але не поведінкові) зазвичай і стають предметами експериментальних досліджень.

Психологічною проблематикою ціннісних орієнтацій займаються в різних її аспектах, та найбільш часто використовуваним інструментом емпіричних досліджень залишається метод прямого ранжирування цінностей (опитувальники Рокича–Шварца–Білські, див. [6]). Є підстави вважати, що при виконанні завдань досліджуваний експлікує елементи самооцінки. Оскільки кожен респондент має уявленнями про соціально схвалювані і несхвалювані – в даний період, даній ситуації – цінності, можна припустити, що, ранжуючи запропоновані в вигляді іменників і прикметників характеристики цінностей, він оцінює і себе. Те саме стосується і характеру завдань опитувальника «Профіль особистості». Візьмемо до уваги і те, що можуть бути розглянуті різні види самооцінок, у тому числі пов'язані з віковими змінами психіки, а також наявністю у респондента *внутрішніх еталонів* [12]. Прогностична спрямованість найбільш характерна в період молодості; з часом ця спрямованість більшою мірою відображає актуальні прояви особи, виконуючи при цьому регулюючу та корекційну функції: інтеріоризація оцінок, здійснюваних іншими, вже сталася, самооцінка особи орієнтована на внутрішні еталони. Зазначу, що як було показано вище, в контексті опису КПО, формування ціннісних орієнтацій відбувається у взаємодії агентів інтракультури особи, включаючи агентів-ідеалів – носіїв ціннісних еталонів.

Серед аспектів вивчення психологічних цінностей, які ще на відображені в описанні КПО, виокремлю деякі. Можна розглядати різні форми існування цінностей (тут і далі за [7]). Крім ціннісних орієнтацій (ЦО), можуть бути розглянуто ціннісні стереотипи (ЦС – сподівання, пропоновані даній особі певними соціальними групами і усвідомлювані нею) і ціннісні ідеали (ЦІ – продукти оцінки особою своїх цінностей і проєціювання їх у своє минуле і майбутнє). ЦО вкорінені у практичній життєдіяльності особи і мало сприйнятливі до змін, а менше пов'язані з реально діючими цінностями ЦС і ЦІ з часом можуть зазнавати істотних змін. Тоді ЦО можна розглядати як репрезентації глибинних мотиваційних структур особи.

У зв'язку з аналізом проблематики генералізації особистих цінностей (за [8]) зазначено, що частиною універсальної *генералізуючої стратегії цілепокладання* повинна стати генералізація і полюсу термінальних, і полюсу інструментальних цінностей. Необхідність формування генералізуючої стратегії полягає у тому, що при її формуванні відкривається можливість гармонійного розв'язання особою її різноманітних ціннісних конфліктів.

Мінливість складу і співвідношення ціннісних орієнтацій розглядають також у зв'язку з *змістоутворюючою активністю* особи при формуванні, виборі і систематизації цінностей [5]. Ця активність багато у чому визначає ціннісну спрямованість особистості, її тип може бути охарактеризовано шляхом аналізу пануючих у даній момент (ситуація, вік, місце проживання тощо) *ціннісних векторів*. Найбільш типові ціннісні вектори можуть бути знайдені, зокрема, для вікових, соціальних, професійних та інших груп. У трактуванні КПО ціннісні вектори можуть бути визначено з матричних репрезентацій математичних просторів, утворених даними про взаємодії агентів, їх впливовості, ціннісних еталонах і їх рангах – кожний рядок і кожен стовпець матриці можна розглядати як записи векторів.

Підводячи підсумки, зазначу, що в роботі розглянуто застосування теоретичної моделі культурного простору особи для формалізованого опису процесів трансформації ціннісних орієнтацій в ході виконання особою

завдань ціннісного опитувальника. Основний зміст даного підходу полягає в тому, що експлікація особою своїх особистісних цінностей може бути представлена як певна низка відображень взаємодій агентів її інтракультури в ході проведення опитування. Один з наслідків такого трактування полягає в тому, що вже саме проведення експерименту є чинником зміни Я-концепції особи. За результатами застосування опитувальника цінностей можна судити тільки про те, які ціннісні компоненти Я-концепції особа демонструє після тестування, але неможливо визначити, чи відбулися у неї ціннісні зміни та які вони. З цієї точки зору, статистична достовірність дослідження стосовно до певної вибірки (наприклад, соціальної групи) видається не цілком виправданою: особи, які ще не проходили тестові процедури, можуть мати істотно інші ціннісні орієнтації, ніж респонденти в експериментальній вибірці.

### Література:

1. Балл Г. А. Модельная трактовка культуры и личности / Г.А.Балл, В.А.Мединцев // Психология индивидуальности: материалы IV Всероссийской научной конференции, г. Москва, 22–24 ноября 2012 г. / отв. ред. А.Б. Купрейченко, В.А. Штроо; Нац. иссл. ун-т «Высшая школа экономики»; Росс. гуманит. науч. фонд. – М.: Логос, 2012. – С. 36–37.
2. Балл Г. А. Стратегии универсализации представления человековедческих знаний / Г.А.Балл, В.А.Мединцев // Россия: Тенденции и перспективы развития. – Вып. 7. – Ч. II. – М.: ИНИОН РАН, 2012. – С. 668–673.
3. Балл Г.А. Формализованное представление культурных влияний / Г.А.Балл, В.А.Мединцев // Перспективы скоординированного социально-экономического развития России и Украины в общеевропейском контексте. Тр. Второй междунар. научн.-практ. конф. / РАН. ИНИОН. Отдел науч. сотрудничества и междунар. связей; Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. – М., 2014. – С. 178–178.
4. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс. / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – 420 с.
5. Волочков А.А. Ценностная направленность личности как выражение смыслообразующей активности / А.А. Волочков, Е.Г. Ермоленко // Психол. журнал. – 2004. – Т. 25, № 2. – С. 17–26.
6. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В.Н. Карандашев. – СПб.: Речь, 2004 – 70 с.

7. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени / Д.А. Леонтьев // Психологическое обозрение. – 1998. – №1. – С. 13–25.
8. Маслов Е.С. Стратегии генерализации ценностной неоднородности опыта и их мировоззренческое значение / Е.С. Маслов // Уч. зап. Казан. ун-та. – 2012. – Том 154. – Кн. 1. – С. 110–119.
9. Мединцев В.А. Матрица культурного пространства лица / В.А. Мединцев // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – Житомир. Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2011. – Том II. Психологічна герменевтика. – Випуск 7. – С. 58–78.
10. Мединцев В.А. Модель культурного пространства лица / В.А. Мединцев // Горизонты образования. – 2010. – №2 (30). – С. 75–83.
11. Мединцев В.А. Процессы в культурном пространстве лица и их свойства / В.А. Мединцев // Горизонты образования. – 2012. – № 3, т. 2. – С. 188–193.
12. Психология человека от рождения до смерти / Под общей редакцией А. А. Реана – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2002. – 656 с.

**Аннотация.** В статье поставлена задача применить теоретическую модель культурного пространства лица для формализованного описания процессов, связанных с выполнением задач ценностного опросника Шварца. Основным смыслом данного подхода заключается в том, что экспликация лицом своих личностных ценностей может быть представлена как отображения взаимодействий агентов его интракультуры в ходе проведения тестирования. Показано, что среди аспектов изучения психологических ценностей в предложенном схематизме могут быть исследованы также ценностные стереотипы и ценностные идеалы. По результатам теоретического исследования выдвинуто предположение, что лица, которые ещё не проходили тестовые процедуры, могут иметь существенно иные ценностные ориентации, чем респонденты в экспериментальной выборке.

**Ключевые слова:** культурное пространство лица, ценностные ориентации, ценностные стереотипы, ценностные идеалы.

**Summary.** The article deals with the task of applying the theoretical model of the person cultural space for a formalized description of the processes associated with the implementation of the Schwartz value questionnaire. The main point of this approach is that the explication of the person's personal values can be represented as a mapping of the interaction of the agents of his / her intraculture during the testing. It is shown that among the aspects of the study of psychological values in the proposed schematism can also be studied value stereotypes and value ideals. As a result of the theoretical study, it is suggested that persons who have not yet passed the test procedures may have significantly different value orientations than the respondents in the experimental sample.

**Keywords:** person cultural space, value orientations, value stereotypes, value ideals.