

Ціннісний компонент як основний чинник формування атрибуції успіху особистості

Проаналізовано проблему ціннісного компонента атрибуції успіху в процесі становлення професійної ідентичності. Виявлено інтегральні показники життєвих пріоритетів на рівні нормативних ідеалів студентів-психологів. Розглянуто проблему актуальності розуміння студентами особливостей концепту “успіх” в професійній сфері. Відображено зв’язок ціннісного компоненту з поведінково-мотиваційним самосприйняттям, як складової частини адаптації особистості в суспільстві.

Ключові слова: атрибуція успіху, цінності, нормативні ідеали, індивідуальні пріоритети, мотиваційна структура.

Проанализировано проблему ценностного компонента атрибуции успеха в процессе становления профессиональной идентичности. Выявлены интегральные показатели жизненных приоритетов на уровне нормативных идеалов студентов-психологов. Рассмотрена проблема актуальности понимания студентами особенностей концепта “успех” в профессиональной сфере. Отражена связь ценностного компонента с поведенческо-мотивационным самовосприятием, как составной части адаптации личности в обществе.

Ключевые слова: атрибуция успеха, ценности, нормативные идеалы, индивидуальные приоритеты, мотивационная структура.

Постановка наукової проблеми та її значення. Осмислення предмета успіху є безумовно цариною цінностей, що можуть сприйматись як і смислотворчими одиницями особистості, так і мотиваційним підживленням окремих дій. Ці вищі конструкти “є основою того ймовірного майбутнього, що опосередковує теперішнє актуальною діяльністю людини, оскільки цілісні системи смислових утворень задають не самі конкретні мотиви, а площину вирішень між ними, тобто саме той початковий план, ескіз майбутнього, який передуює його реальному втіленню” [1; с. 64].

Отже, дослідження ціннісних орієнтирів охоплює широкі часові межі (минуле-майбутнє) та дозволяє детальніше вивчити установки на успіх в теперішньому часі з можливим подальшим його прогнозуванням.

Останнім часом активізувались дослідження цінностей на міжнаціональному, міжгруповому та індивідуальному рівнях [3;

5; 6]. Варіативність ціннісних орієнтирів торкається питання кроскультурності, що, в свою чергу, визначає загальну природу феноменології успіху. “...Індивіди, що належать одній і тій самій чи до різноманітних соціальних груп, значно відрізняються в ціннісних пріоритетах. Ці відмінності відображають їх спадковість, особистий досвід, соціальний статус і вплив культури” [2; с. 6]. Все це є підґрунтям атрибуції успіху.

Статусно-ієрархічна структура успіху В.А Ядова розглядає цінності нижчого статусу як малодинамічні, а межові, навпаки, – як постійно-змінні. Гіпотеза Д.А. Леонтєва про динамічну смислову систему свідомості виникла на основі бажання створити новий, нетрадиційний підхід в емпіричному дослідженні структури суб’єктивної людської реальності. М.В.Савчин на прикладі метафори з дробами влучно вказує на певну смислову різнозначимість в розумінні цінностей: “...окремі смисли (“дробі”) підводяться під смисл вищого порядку (“спільний знаменник”). Наприклад, для всіх позитивних смислів, “спільним знаменником” є духовні, моральні, загальнолюдські та національні цінності, а також смисли індивідуального людського існування (свобода й відповідальність, індивідуальність, самореалізація, саморозвиток, самотрансцендентація, потреба мати сенс життя тощо)” [4; с. 139].

Якщо говорити про теоретичні конструкти розуміння цінностей, то тут існує багато моделей і варіацій, натомість в емпіричній частині – набір інструментарію, через призму нашого дослідження, – трохи обмежений. Дослідження цінностей може відбуватись двома шляхами: вивчення продуктів діяльності (переважно творчих продуктів) або пряме опитування респондентів щодо конкретних ціннісних орієнтирів (М. Рокіч, В.Білскі, Ш.Шварц) з подальшим їх рангуванням.

Розроблена Ш.Шварцом методика, що базується на вивченні індивідуальних цінностей та на основі теорії М.Рокіча, – про існування термінальних та інструментальних цінностей, а також на основі власної концепції про мотиваційні цілі ціннісних орієнтацій, універсальності базових людських цінностей, – дозволили виокремити зручний інструментарій рангової значимості індивідуальних смислів.

Бажання Ш.Шварца зрозуміти “бажані мотиви, що впливають на вибір дій і оцінку подій” [9; с. 550-562], підштовхнуло до дослідження зв’язку універсальних цінностей з трьома різними типами людських потреб: біологічними (вітальними), соціально-координованими (потреби у взаємовідносинах) та потребами, що пов’язані з благополуччям і виживанням групи.

Результати серії досліджень, що включали в себе більше ніж 25000 осіб з 44 країн, показали, що існує 56 універсальних цінностей і 10 типів універсальних цінностей. З 36 цінностей методики М. Рокіча (Rokeach Value Survey – RVS) в опитувальник Ш.Шварца ввійшли тільки 21. Разом з тим збільшилась кількість інструментальних цінностей до 26-ти, а термінальних цінностей до 30-ти. Це, в першу чергу, обумовлено гнучкістю культурального розуміння смислів та їх соціальних структур в різних народів [7; 8].

Перша адаптація тесту М.Рокіча російською мовою датується 70-ми роками. Методика була адаптована А. Гоштаутасом, А. Семеновим і В. Ядовим та описана в книзі “Саморегуляція і прогнозування соціальної поведінки особистості”. В процесі адаптації список термінальних цінностей був значно видозмінений з культурних та, частково, політичних міркувань. В нашій роботі ми використовуємо методику Ш.Шварца в адаптації російського вченого В.Н.Карандашева.

10 мотиваційно-згрупованих типів цінностей утворюють інтегровану мотиваційну структуру та тісно пов’язані з іншими змінними, такими як відповідальність, установки (на успіх чи неуспіх), поведінка, членство в групах та ін. Розглянемо коротко кожен з них, аналізуючи центральну ціль кожного [7; 8; 9]:

1. Влада (Power) — можливість домінування над іншими членами спільноти та над ресурсами, досягнення певного соціального статусу. В основі стоїть дуальна пара “домінування – підпорядкування”, що забезпечує функціонування будь-якого соціального інституту та міжособистісних відносин. Успішність в досягненні такої цінності буде заключатись в досягненні соціального статусу, престижу, контролю чи домінуванню над людьми та матеріальними і нематеріальними засобами (авторитет, соціальна влада, матеріальна вигода).

2. Досягнення (Achievement). Успішність визначається через відповідність соціальним стандартам. Так звана, “соціальна компетентність” обов’язково має підтримуватись соціальним визнанням.

3. Гедонізм (Hedonism). Це певне прагнення людини до насолоди, чуттєвого задоволення життям.

4. Стимуляція (Stimulation). Мотиваційна ціль даної цінності – досягати різноманіття в глибоких переживаннях, прагнення новизни для того, щоб постійно підтримувати оптимальний для організму рівень активності.

5. Самостійність (Self-Direction). Передусім, йдеться про успішне досягнення цілі – це певний рівень відповідальності, де

самостійність цінується в мисленні, в діях, у можливості робити вибір, в творчості, в дослідницькій активності.

6. Універсалізм (Universalism). Кроскультурний ціннісний тип, що передбачає наявність в особистості чи спільноти таких якостей, як розуміння, терпіння, захист необхідних для виживання.

7. Доброта (Benevolence). Добре ставлення у взаємодії людей один з одним на меза-рівні. Мотиваційна ціль – збереження благополуччя людей через позитивні “інструменти” (корисність, лояльність, чесність, дружба).

8. Традиції (Tradition). Досвід групи, що закріплений в традиційних ритуалах, звичаях. Культивування єдиних цінностей спільноти, їх ролі та функціонування, що виступає як гарантія виживання. Відповідно до центральної ідеї цієї цінності, успіх неможливий без визнання норм поведінки, поваги, смирення, благочестя, прийняття своєї долі, наслідування.

9. Конформність (Conformity). Визначальна мотиваційна мета цього типу – стримування та запобігання дій, схильностей і спонукань до дій, які не відповідають соціальним очікуванням, а також поведінки, що може заподіяти шкоду іншим.

10. Безпека (Security). Досягнення безпечності для себе і для інших людей. Гармонія в стосунках через відповідний “гомеостаз безпеки”.

Знаходячись в динамічних взаємовідносинах, ціннісні типи складають структуру, що відображена в практичних поведінкових і соціальних наслідках. Цінності за таких умов або вступають в конфлікт, або співпрацюють з іншими цінностями.

Отже, розроблений валідизований інструмент для виміру цінностей в різних культурах, дозволив виокремити 45 цінностей, що показують достатню еквівалентність різнокультурного мотиваційного сенсу. Це дозволяє нам наблизитись до розуміння ядра феномена успіху, щоб спрогнозувати атрибутивні та поведінкові процеси, пов’язані з цим.

Опитувальник складається з двох частин [2]: I. “Огляд цінностей” – список із двох слів (57 цінностей в сумі) – дозволяє вивчити цінності на рівні переконань, ідеалів та досліджує структуру цінностей, яка спричиняє найбільший вплив на всю особистість загалом (яку звичайним спостереженням за соціальною поведінкою не завжди можна перевірити). II. “Профіль особистості” – список з 40 описових характеристик людини, що відповідає тому чи іншому з 10 типів цінностей – дозволяє дослідити цінності на рівні поведінки, що найчастіше проявляються в соціальній поведінці індивіда.

Отже, отримані дані ніби фіксують функціональний вибір особистості, що знаходиться між ціннісним тиском умов соціалізації

та традиційності в референтних групах. Саме цей вибір, що людина здійснює повсякчас і складає її індивідуальну ієрархію потреб та дозволяє зрозуміти, що для неї є успіхом в житті.

Ця методика була використана для дослідження ціннісного компоненту атрибуції успіху студентів спеціальності “Психологія”. Вибірка досліджуваних склала 60 осіб, чоловічої та жіночої статі, студенти 1-го та 5-го курсів МДУ. Отримані результати дозволили виявити цінності студентів-психологів як на рівні нормативних ідеалів, так і на рівні індивідуальних пріоритетів. Для кожної групи досліджуваних на обидвох рівнях цінностей був підрахований середній бал для кожного з 10 типів цінностей. Середні показники дозволяють судити про співвідношення значимості цінностей в різних групах досліджуваних. Далі кожному типу цінностей у відповідності з величиною середнього показника був присвоєний ранг від 1 до 10. Ранги від 1 до 3 присвоєні тим цінностям, що характеризуються їх високим значенням для даної групи (вибірки). Ранги від 7 до 10, навпаки, вказують на цінності, що несуть низьке значення для досліджуваних. Результати середніх показників та ранжування представлені в таблиці 1. Узагальнені результати дослідження середніх показників типів цінностей на рівні нормативних ідеалів у студентів 1-го курсу спеціальність “Психологія” наочно представлені у рисунку 1.

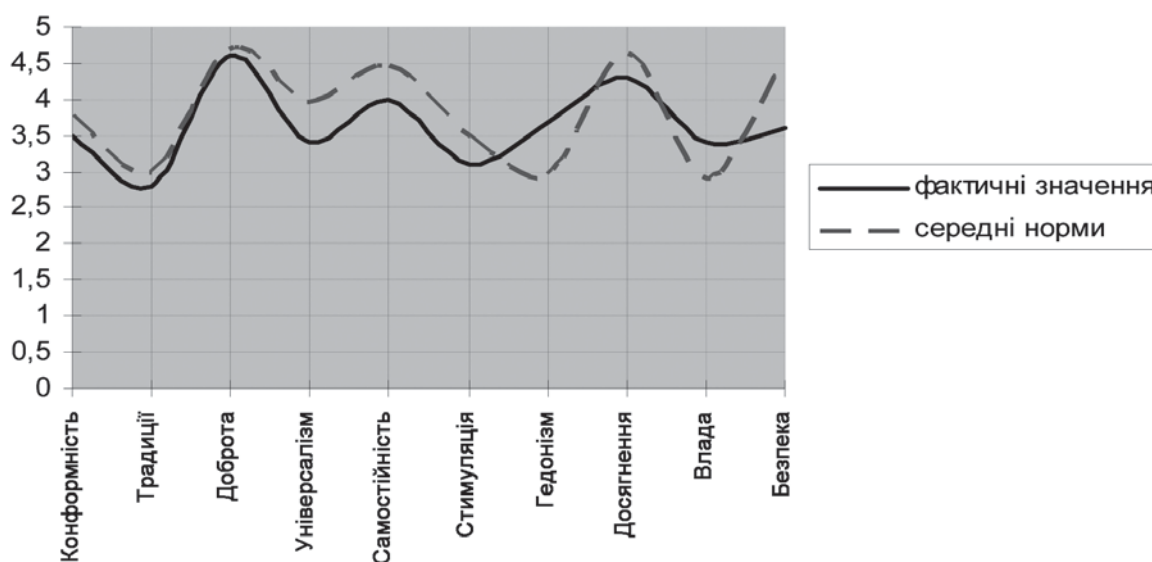


Рис. 1. Результати дослідження середніх показників значимості типів цінностей на рівні нормативних ідеалів у студентів 1-го курсу спеціальності “Психологія”

Як видно на графіку, нормативна цінність, що відзначена рангом 1 – “Доброта” (піклування про благополуччя близьких людей) становить $X_{\text{сеп}} = 4,60$ ($\sigma = 1,28$) є пріоритетною для студентів-

першокурсників. Відзначені як важливі й цінності “Досягнення” $X_{\text{сер}} = 4,31$ ($\sigma = 0,72$) та “Самостійність” $X_{\text{сер}} = 3,98$ ($\sigma = 0,85$). Це пояснюється тим, що, незважаючи на формальну зміну діяльності в студентів перших курсів постійно балансує прагнення бути в колі близьких та бути автономними, самостійними. При тому, як правило, компенсують це ментальне напруження саме досягненням, щоб в новому колективі зайняти значиме соціальне місце.

“Універсализм” $X_{\text{сер}} = 3,43$ ($\sigma = 0,79$), “Влада” $X_{\text{сер}} = 3,42$ ($\sigma = 0,99$), “Стимуляція” $X_{\text{сер}} = 3,06$ ($\sigma = 1,39$) та “Традиції” $X_{\text{сер}} = 2,82$ ($y = 1,21$) відзначені як цінності, що є найменш важливими для студентів-психологів першого курсу. Юнацький вік часто характерний відкиданням консервативних традицій, а само-трансцендентні цінності ще глибоко не переживаються. Тому атрибуція свого успіху та успішних досягнень інших в цьому віці носитиме досить “поверховий” характер, що не дозволяє часто розподіляти частину життєво важливих цілей на майбутній період, акумулюючи все в теперішньому.

Узагальнені результати дослідження середніх показників значимості типів цінностей на рівні нормативних ідеалів у студентів 5-го курсу спеціальності “Психологія” наочно представлені рисунком 2.

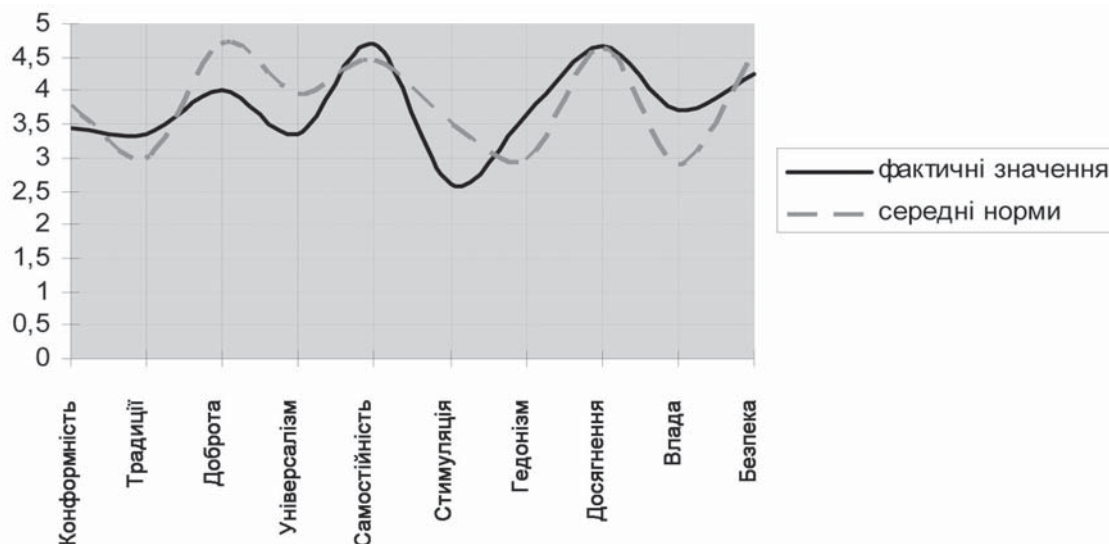


Рис. 2. Результати дослідження середніх показників значимості типів цінностей на рівні нормативних ідеалів в студентів 5-го курсу спеціальності “Психологія”

Як видно з рисунка, найбільш значимою нормативною цінністю для студентів-випускників є цінність “Самостійність”, що становить $X_{\text{сер}} = 4,7$ ($\sigma = 0,85$). Так само важливим є прагнення до “Досягнення” $X_{\text{сер}} = 4,6$ ($\sigma = 0,89$). Відповідно цим шкалам присвоєно ранг 1 та 2,

тому їх можна характеризувати як надзначущі цінності. Безперечно, ці цінності є важливими в процесі досягнення успіху та відповідають віковим показникам групи. Самостійність в майбутніх фахівців є важливою підвалиною як для особистого життя, так і для професійного становлення. Однак, щоб зрозуміти “картину” в цілому, варто звернути увагу на “проігноровані” групою цінності, ті, ранги яких від 7 до 10: “Конформність” $X_{\text{сер}} = 3,45$ ($\sigma = 0,82$) – 7-й ранг; “Універсалізм” $X_{\text{сер}} = 3,35$ ($\sigma = 0,82$) – 8-й ранг; “Традиції” $X_{\text{сер}} = 3,35$ ($\sigma = 0,82$) – 9-й ранг; “Стимуляція” $X_{\text{сер}} = 2,61$ ($\sigma = 1,23$) – 10-й. Як бачимо, такий тип життєвих пріоритетів характеризує, в основному, особистостей “західного типу”, що переважно спрямовують всю свою силу в сферу діяльності. Виключно раціональні світоглядні установки можуть в подальшому призвести до нівелювання успішності в інших сферах (сім’ї, здоров’я, духовність та ін.). Цікавим є також той факт, що дві цінності з одного поля (Відкритість до змін) “Самостійність” та “Стимуляція” мають настільки полярне значення. Прагнення до постійної автономності та незалежності без прагнення до глибокого переживання своєї діяльності та ще й без бажання співпрацювати з соціумом – в кінцевому випадку може призвести до типової індивідуалізації атрибутування успіху. Таке світобачення може характеризувати егоцентричний дисгармонійний життєвий світ особистості (за Т.Титаренко).

Таблиця 1

Середні показники значимості та рангові значення типів цінностей на рівні нормативних ідеалів студентів спеціальності “Психологія”

Типи цінностей	Середні показники значимості типів цінностей			Рангові показники типів цінностей			Стандартне відхилення	
	1-й курс	5-й курс	По всій вибірці	1-й курс	5-й курс	По всій вибірці	1-й курс	5-й курс
Конформність	3,53	3,45	3,49	6	7	7	0,79	0,90
Традиції	2,82	3,35	3,07	10	9	9	1,21	1,12
Доброта	4,60	4,25	4,43	1	4	2	1,28	0,72
Універсалізм	3,43	3,35	3,39	7	8	8	0,79	0,82
Самостійність	3,98	4,69	4,32	3	1	3	0,85	0,72
Стимуляція	3,06	2,61	2,84	9	10	10	1,39	1,23
Гедонізм	3,65	3,64	3,64	4	6	5	1,51	1,16
Досягнення	4,31	4,67	4,48	2	2	1	0,72	0,89
Влада	3,42	3,71	3,56	8	5	6	0,99	0,85
Безпека	3,55	4,01	3,77	5	3	4	1,09	0,89

Узагальнені результати дослідження значимості середніх показників типів цінностей на рівні індивідуальних пріоритетів у студентів 1-го курсу спеціальності “Психологія” наочно представлені на рисунку 3. Нагадаємо, що рівень індивідуальних пріоритетів “більш залежний від середовища, наприклад, від групового тиску і співвідноситься з конкретними вчинками людини” (Schwartz, 1997). Тобто ці показники є “індивідуальними інструментами” в досягненні особистістю намічених цілей.

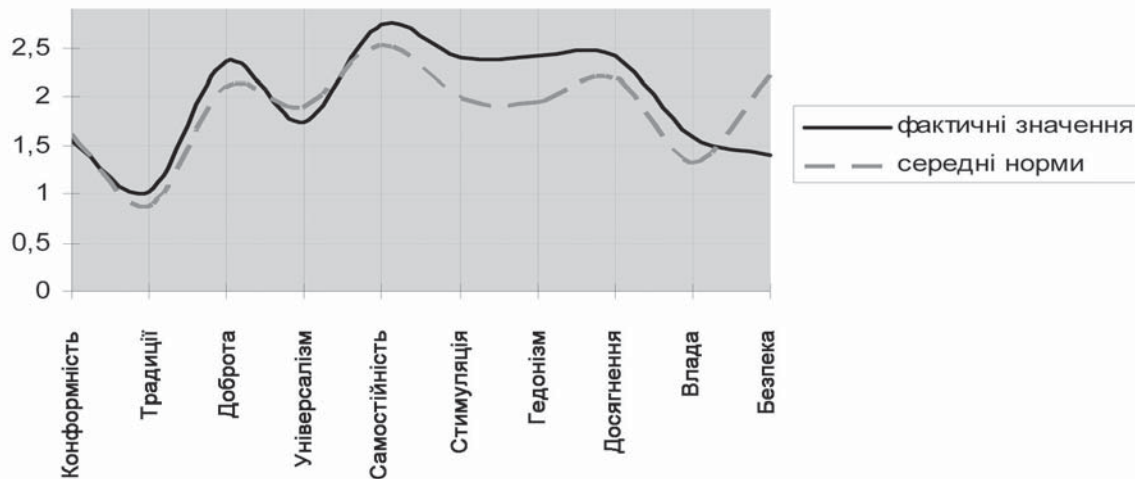


Рис. 3. Результати дослідження середніх показників значимості типів цінностей на рівні індивідуальних пріоритетів студентів 1-го курсу спеціальності “Психологія”

Як видно з графіка, істотно відрізняються від норми шкали “Стимуляція” $X_{\text{сер}} = 2,39$ ($\sigma = 0,59$), “Гедонізм” $X_{\text{сер}} = 2,42$ ($\sigma = 0,95$), “Безпека” $X_{\text{сер}} = 1,40$ ($\sigma = 1,76$). Показники за першими двома шкалами вищі норми, що може свідчити про орієнтацію групи на відкритість до змін та до самовозвеличення. Однак, в поєднанні з нижчим за норму показником шкали “Безпека”, поведінковий рівень може характеризуватись недостатньо обдуманими вчинками. Успіх, в свою чергу, пов’язується з такими характеристиками, як надмірна реактивність в прийнятті рішень, в діях, прагнення до постійного задоволення та ін.

Студенти 5-го курсу спеціальності “Психологія” своїх нормативних ідеалів будуть досягати через “Самостійність” $X_{\text{сер}} = 2,90$ ($\sigma = 1,03$) та “Досягнення” $X_{\text{сер}} = 2,51$ ($\sigma = 0,87$) (див. рис. 4). Однак, якщо порівнювати рангові значення (табл. 2) двох груп, то цікавим для дослідження вважаємо той факт, що практично не існує відмінностей в поведінкових характеристиках студентів різних курсів. А це, в свою чергу, може свідчити про високий тиск традиційних стереотипних уявлень, що існує в референтній групі.

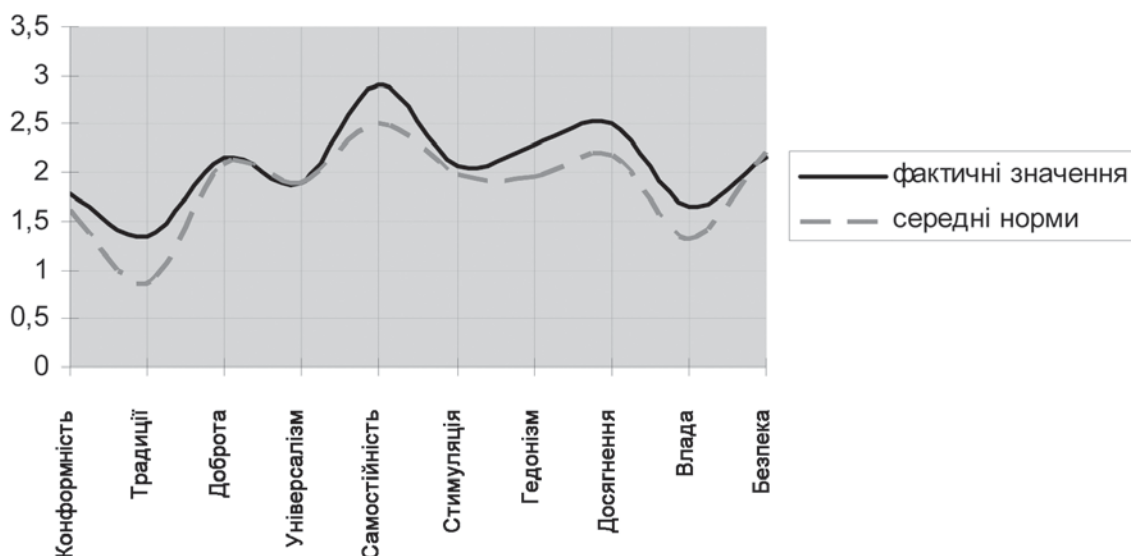


Рис 4. Результати дослідження середніх показників значимості типів цінностей на рівні індивідуальних пріоритетів студентів 5-го курсу спеціальності “Психологія”

Таблиця 2

Середні показники значимості та рангові значення типів цінностей на рівні індивідуальних пріоритетів студентів спеціальності “Психологія”

Типи цінностей	Середні показники значимості типів цінностей			Рангові показники типів цінностей			Стандартне відхилення	
	1-й курс	5-й курс	По всій вибірці	1-й курс	5-й курс	По всій вибірці	1-й курс	5-й курс
Комформність	1,54	1,79	1,66	8	8	8	0,65	0,97
Традиції	1,01	1,35	1,17	10	10	10	0,97	0,78
Доброта	2,36	2,15	2,26	5	4	4	0,56	1,09
Універсализм	1,74	1,90	1,82	6	6	5	0,78	0,77
Самостійність	2,73	2,90	2,81	1	1	1	0,69	1,03
Стимуляція	2,39	2,08	2,24	4	7	6	0,59	0,66
Гедонізм	2,42	2,29	2,36	2	3	3	0,95	1,04
Досягнення	2,42	2,51	2,46	3	2	2	1,13	0,87
Влада	1,58	1,64	1,60	7	9	9	1,04	1,29
Безпека	1,40	2,15	1,76	9	5	7	0,82	0,66

З метою визначення статистично значимих відмінностей ціннісних ідеалів між даними першого та п'ятого курсів було використано непараметричний метод порівняння вибірок, а саме критерій U-Манна-Уїтні. Емпіричне значення критерію відображає, наскільки співпадають ряди значень вимірюваних ознак. Отже, при

порівнянні даних груп не було зафіксовано статистично значимих відмінностей за всіма шкалами (на рівні значимості $p < 0,005$). Це є свідченням того, що в природніх умовах протягом вузівського навчання ціннісні ідеали зберігають свою фіксованість і ригідність.

Підсумовуючи, можна констанувати, що ціннісний схизис в бік культуральних стереотипів сучасності підтверджує наявність однобокого розуміння смислотворчого ядра успіху і не дозволяє майбутньому фахівцеві всесторонньо охоплювати досягнення в професійній діяльності.

Список використаних джерел

1. Братусь Б.С. Нравственное сознание личности /Б.С.Братусь // Психологическое исследование. – М.: Знание, 1985. – 64 с.
2. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В.Н.Карандашев. – СПб.: Речь, 2004 – 70 с. – С.6.
3. Корнієнко І.О. Стратегії копінг-поведінки студента в ситуації неуспіху: Монографія / І.О.Корнієнко. – Мукачєво, 2011. – 292 с.
4. Савчин М.В. Психологія відповідальної поведінки: Монографія / М.В.Савчин. – Івано-Франківськ: місто НВ, 2008. – 280 с. – С. 139.
5. Титаренко Т.М. Життєвий світ особистості: в межах і за межами буденності / Т.М.Титаренко. – К.: Либідь, 2003. – 376 с.
6. Щербан Т.Д. Компетентність – якісна характеристика спілкування / Т.Д.Щербан // Зб.наук. праць Ін-ту психології ім. Г.С.Костюка АПН України / За ред. С.Д. Максименка. – К.: Гнозис, 2002. – Т.4. – С.327-332.
7. Bilsky, W., Janik, M., & Schwartz, S. H. The structural organization of human values – Evidence from three rounds of the European Social Survey (ESS) // Journal of Cross-Cultural Psychology, 42., 2011 – pp 759-756.
8. Schmitt, M. J., Schwartz, S.H., Steyer, R. & Schmitt, T (1993). Measurement models for the Schwartz Values Inventory // European Journal of Psychological Assessment, 9, pp 107-121.
9. Schwartz, S. H. & Bilsky, W. Towards a psychological structure of human values // Journal of Personality & Social Psychology, 1987, 53. pp. 550-562.
10. Schwartz, S. H. Values: Individual and cultural. In S. M. Breugelmans, A. Chasiotis, & F. J. R. van de Vijver (Eds.), Fundamental questions in cross-cultural psychology // Cambridge: Cambridge University Press, 2011 – pp. 463-493.

The aspect of value component of attribute of success within the establishment of professional identity is analyzed. The integral indicators of life priorities at the level of normative ideals of students psychologists are highlighted. The problem of relevance understanding by the students of concept features of "success" in professional sphere is reviewed. There is displayed a coherence of the value component with behavioural-motivational self-perception, as a component of a personality adaptation in the society.

Keywords: attribute of success, values, normative ideals, individual priorities, motivational structure.

Отримано: 12.02.2012 р.

УДК 159.925/.942.32

С.О.Біда

ВИДИ ТА ГЕНЕЗИС ЕКСПРЕСІЇ ЕМОЦІЙНИХ ЯВИЩ

Емоційні явища (базові емоції, настрої, почуття, тривожність, агресія, депресія, стрес і т. д.) у тому чи іншому вигляді знаходять своє відображення в мімічній експресії. Повільні та швидкі сигнали обличчя корелюють з психічними процесами і є проявами емоційного реагування. Ці сигнали відповідають за передачу інформації, відображають сукупність свідомих та несвідомих переживань особистості. Поява конкретних виразів обличчя залежить від різних причин, наслідки усвідомлення або неусвідомлення яких надають обличчю виразності.

Ключові слова: базова емоція, тривожність, експресія, мімічна маска, свідомі та несвідомі мімічні прояви.

Эмоциональные явления (базовые эмоции, настроения, чувства, тревожность, агрессия, депрессия, стресс и т. д.) в том или ином виде находят своё отражение в мимической экспрессии. Медленные и быстрые сигналы лица коррелируют с психическими процессами и являются проявлениями эмоционального реагирования. Эти сигналы отвечают за передачу информации, отображают совокупность сознательных и бессознательных переживаний личности. Появление конкретных выражений лица зависит от разных причин, последствия осознания или неосознания которых придают лицу выразительности.

Ключевые слова: базовая эмоция, тревожность, экспрессия, мимическая маска, сознательные и бессознательные мимические проявления.