

12. Санникова О.П. Индивидуально-психологические детерминанты общения / Ольга Павлівна Санникова // Вісник Харківського університету. – Харків, 2006. – С. 203-209.
13. Санникова О.П. Эмоциональность в структуре личности / Ольга Павловна Санникова. – Одесса: Хорс, 1995. – 334 с.
14. Экономова Э.К. Сценическое волнение исполнителя на эстраде как одно из проявлений стрессовых состояний и его коррекция / Элина Константиновна Экономова: [2000: матеріали Міжнародного конгресу “Стреси в повсякденному житті дітей” (Одеса, 25-29 квітня 2000 року)] // Наука і освіта. Спецвипуск. – № 1-2. – С. 148–150.
15. Економова Е.К. Організація співтворчості концертмейстера і співака: [навчальний посібник для студентів, викладачів музичних дисциплін] / Еліна Костянтинівна Економова. – Одеса: ПДПУ ім. К.Д.Ушинського, 2003. – 208 с.
16. Flugel J.C. Studies in feeling and desire. London, 1955.

The results of empiric research of psychological maintenance of those psychological phenomena which violate creative activity of performers are presented in this report, in particular, the features of the actual experiencing of stage barriers were studied by persons with the different degree of propensity to them.

Keywords: stage barriers, emotions, diary methods.

Отримано: 4.03.2012 р.

УДК: 159.923

І.І.Семків

Ресурсний підхід до розуміння соціального капіталу у психології

У статті висвітлюються сучасні теорії дослідження такого нового явища у психології як соціальний капітал. Здійснюється аналіз феномену соціального капіталу у контексті ресурсного підходу. В рамках даного напрямку соціальний капітал розглядається як доступ особистості до ресурсів, що містяться у соціальній мережі знайомств. Розглядаються основні проблеми емпіричного дослідження соціального капіталу. Проаналізовано три основних емпіричних методи дослідження

соціального капіталу як ресурсу: генератор імен, генератор посад та генератор ресурсів.

Ключові слова: соціальний капітал, ресурс, соціальна мережа, доступність до ресурсів соціальної мережі

В статті описуються сучасні теорії дослідження такого нового явища в психології, як соціальний капітал. Здійснюється аналіз феномена соціального капіталу в контексті ресурсного підходу. В межах даного напрямку соціальний капітал розглядається як доступ особистості до ресурсів, які містяться в соціальній мережі знайомих. Розглядаються основні проблеми емпіричного дослідження соціального капіталу. Проаналізовані три основні емпіричні методи дослідження соціального капіталу як ресурсу: генератор імен, генератор посад та генератор ресурсів.

Ключевые слова: социальный капитал, ресурс, социальная сеть, доступность к ресурсам социальной сети.

Постановка проблеми. Соціальний капітал є одним із нових понять, яке не так давно з'явилося у науковому обігу психології. У науці існує дві наукові течії розуміння природи соціального капіталу. Одна з них розуміє соціальний капітал як наслідок функціонування груп та спільнот, інша – індивідів. Саме тому деякі дослідники спрямовують свої сили на дослідження соціального капіталу групи, вивчаючи довіру, норми взаємності, громадську активність, а інші – індивіда, досліджуючи міру доступу особистості до ресурсів, що містяться в соціальній мережі контактів.

У межах психології найбільш логічним, на наш погляд, є розгляд соціального капіталу як індивідуального ресурсу особистості, що виявляється у доступі до ресурсів, якими володіє її соціальне оточення. Важливим також є психологічний аналіз ресурсних теорій соціального капіталу. Кожен з існуючих підходів має свої недоліки, які, на нашу думку, не дозволяють досліднику проникнути у суть феномену соціального капіталу та проаналізувати його психологічну природу.

Стан дослідження проблеми. Соціальний капітал у сучасній науці досліджується з позиції двох основних підходів: як ресурс певної соціальної групи чи суспільства загалом (Р. Патнам, Дж. Колман, Ф. Фукайма); як ресурс окремої особистості (П. Бурдье, Н. Лін, Т.А. Снайдерс, Р. Барт, У. Бейкер). Актуальним у цьому контексті залишається психологізація поняття соціального капіталу та аналіз методів його дослідження.

Метою статті є логіко-смісловий аналіз основних ресурсних теорій соціального капіталу з метою експлікації цього поняття у межах психологічної науки.

Виклад основного матеріалу. Соціальний капітал розглядається багатьма суміжними гуманітарними науками, такими, як соціологія, психологія, політологія, економіка та ін. Спільним у науковому розумінні соціального капіталу є його інтерпретація як ресурсу. Соціологи, політологи та економісти розглядають це явище як ресурс соціальної групи, суспільства чи людства загалом (у цьому разі наявність групових норм, довіри та спільних цінностей сприяє досягненню спільних групових цілей та задоволенню спільних потреб).

Натомість психологічний підхід розглядає соціальний капітал як особистий ресурс, який людина отримує, користуючись привілеями власних знайомств (у цьому разі соціальний капітал досліджується на особистісному рівні) [13].

Так, Ф.Фукуяма визначає соціальний капітал як набір неофіційних цінностей чи норм, які є спільними для членів групи і дозволяють їм взаємодіяти [3]. У цьому ж контексті Р. Патнам визначає соціальний капітал як ступінь залученості особи до соціальної мережі, рівень довіри, цінності та норми взаємності, які властиві членам цієї мережі [2]. Як і Ф. Фукуяма, Р. Патнам наголошує на груповій користі соціального капіталу, для нього важливими виявляються норми та цінності, які сприяють покращенню групових результатів та передбачають певну безпеку членів групи, що у майбутньому сприяє довірі між людьми.

Поряд зі згаданими дослідниками сучасна наука продукує нові точки зору щодо природи соціального капіталу. Найбільшого інтересу в рамках психології сьогодні заслуговують *ресурсні теорії соціального капіталу*. Зокрема, психологи, представники ресурсного підходу, переконані, що соціальний капітал функціонує не лише на рівні групи, але й на рівні окремої особистості, а тому, приносить користь не лише групі, але й окремому індивіду.

Український соціолог О.Демків зазначає, що індивідуальний та колективний соціальні капітали є зовсім різними, оскільки індивідуальний соціальний капітал функціонує незалежно від норм, цінностей та довіри [1], тому, можливо, йдеться про два різні феномени. Дійсно, для того, щоб користуватись ресурсами близьких людей, не обов'язково довіряти людям, можна бути, як зазначає М. Пелдем, "соціальним паразитом" [13].

П. Бурд'є одним із перших почав розглядати соціальний капітал на особистісному рівні функціонування, визначаючи його як сукупність реальних чи потенційних ресурсів, що пов'язані з наявністю міцних мереж зв'язків, які передбачають існування більш-менш інституціалізованих відносин взаємного знайомства та визнання [3].

До ресурсних психологічних трактувань соціального капіталу можна віднести теорію У. Бейкера. З позиції його наукових міркувань соціальний капітал – це ресурс, який людина отримує із соціальної мережі та використовує у своїх цілях [4]. Така позиція з точки зору моралі є досить егоцентричною, тому постає питання щодо соціальної корисності соціального капіталу. Подібним чином соціальний капітал визначає Р. Барт, для нього це ресурс, що знаходиться у контактах з друзями, колегами та іншими людьми через яких особистість може реалізувати свій культурний та фінансовий капітал [6]. Проте тут, на нашу думку, постає інше питання: “Чи є потенційна можливість реалізації певних ресурсів капіталом?”. Деякі люди, які близько товаришують з іншими, ніколи так і не використовують їхні вміння у своїх цілях. Це і є основним недоліком ресурсних теорій, які спрямовані на дослідження доступності до ресурсів інших, а не їх втілення. Н.Лін розглядає соціальний капітал як доступність до ресурсів через соціальну мережу. Н.Лін вважає, що соціальний капітал є надзвичайно важливим конструктом у досягненні індивідуальних та групових цілей [11].

Вже згаданий П.Бурдье [5] розрізняє 3 види капіталів: економічний, соціальний та культурний. Найголовніший, на думку П.Бурдье, є культурний капітал, який виявляється у знаннях, вміннях чи предметах виробництва певної людини. Культурний капітал є найважливішим ресурсом, який людина набуває протягом життя, він є невід’ємним атрибутом її тіла, оскільки із згасанням можливостей тіла (старіння для спортсмена, пам’ять для науковця, абстрактність мислення для математика та ін.) культурний капітал теж згасає. Культурний, як і соціальний та економічний капітали, є наслідком активності людини, чим більше часу та зусиль людина інвестує, щоб розвивати свій капітал, тим більшим він буде [5].

Прихильники ресурсних теорій соціального капіталу зазначають, що внаслідок часової обмеженості людина не може здобути всі вміння, необхідні для оптимального функціонування у суспільстві. Тому, крім інтелектуального ресурсу, людина залучає соціальний ресурс. Це діє за принципом: “...якщо я не вмію виконати якусь роботу, то буду близько товаришувати з тією людиною, яка вміє робити це краще за мене”. Отже, шляхом знайомства з особою, яка володіє тими ресурсами, якими не володіє сама людина, збільшується доступ до певного ресурсу. Чим ближче людина знайома з людьми, які володіють таким ресурсом, тим більша доступність до цих ресурсів без затрат часу та грошей. Н.Лін зазначає, що люди здійснюють інвестиції у стосунки з іншими,

оскільки сподіваються на повернення цих інвестицій з боку інших [11]. Зі слів автора випливає, що саме через розгалужену мережу знайомств у людини збільшується доступність до різноманітних ресурсів. Прихильники ресурсних теорій соціального капіталу наголошують, що через вклад своїх ресурсів (часу, емоцій, грошей) особистість отримує доступ не лише до тих самих ресурсів, але й до багатьох інших. К.Кук зазначає, що в одних випадках це доступ до ресурсу соціальної підтримки та прийняття, в інших – соціальна мережа знайомств є фінансовим ресурсом, можливістю знайти роботу [7].

Представники ресурсних теорій соціального капіталу наголошують не лише на кількісних характеристиках соціального капіталу – включеність у якомога більшу та різноманітнішу соціальну мережу, але й на якості цього ресурсу. Інколи соціальний капітал більший у тієї людини, яка товаришує з невеликою кількістю людей, які, проте, володіють великими соціальними та культурними ресурсами [5]. Мережа соціальних зв'язків, у які включена особистість, не є чимось стабільним, постійно може змінюватись – розширюватись чи звужуватись – залежно від того, в яку активність залучена людина.

Одним із важливих психологічних ресурсів, що несе соціальний капітал, є престиж завдяки приналежності до певної групи чи знайомства з певною людиною. Отже, об'єм соціального капіталу залежить від розміру мережі зв'язків та від об'єму інших форм капіталів, якими володіє кожен із представників цієї мережі (культурного, економічного, соціального) [5].

Таке розуміння природи соціального капіталу багатьма дослідниками тлумачиться як індивідуалістичне, оскільки визначає, наскільки людина користується привілеями інших і яку користь вона з цього отримує. Більше того, теорія соціального капіталу як ресурсу підважує деякі альтруїстичні та просоціальні погляди на природу людини, адже акцентує на тому, що саме прагнення скористатись ресурсами інших осіб є джерелом активності особистості, а не прагнення допомоги та підтримки інших. Тому Н.Лін виділяє основні чотири функції соціального капіталу відповідно до яких соціальний капітал постає як ресурс не лише для окремого індивіда, але і для групи людей. До таких функцій належать [11]:

1. *Полегшення потоку інформації між людьми.* Якщо соціальні зв'язки є позитивними, позбавленими конкуренції, то інформація може легко циркулювати через них. На важливості горизонтальних (а не вертикальних) стосунків наголошував також

Р.Патнам, який зазначає, що соціальний капітал формується лише за умови відсутності ієрархії та конкуренції. Оскільки там, де є теплі приятні стосунки, люди можуть допомагати один одному у вирішенні спільних питань, натомість у конкурентній системі кожен бореться за свою вищість над іншими [2].

2. *Забезпечення впливу.* Якщо особистість формує теплі стосунки з іншими, то вона володіє значно більшим впливом на інших. Особистісний ресурс впливу полегшує співпрацю, забезпечує ефективність у прийнятті рішень.

3. *Створення “соціальної репутації”.* Соціальні зв’язки та прив’язаність можуть бути виявом “Соціальної рекомендації”. Така “рекомендація” полегшує доступність до ресурсів інших людей, адже позитивна репутація створює умови довірливого ставлення до особистості.

4. *Формування позитивної ідентичності та соціального визнання.* Як наслідок – хороший психологічний стан, психологічне здоров’я, які є соціально-психологічним ресурсом особистості.

5. *Сукупність соціальних капіталів всіх членів групи підвищує рівень соціального капіталу цілої групи.* Так, М.Пелдам наголошує, що сукупність соціальних капіталів окремих індивідів створюють соціальний капітал цілої групи людей [13]. Це сприяє ефективній співпраці, взаємодії, емоційному комфорту членів групи. Отже, соціальний капітал є важливим не лише для окремого індивіда, який користується ресурсами інших людей, але і для певної групи людей – організації, суспільства.

Дослідники соціального капіталу акцентують увагу на тому, що соціальний капітал знаходиться у нерозривному зв’язку із активністю особистості, як зазначає Н.Лін, соціальний капітал реалізується у цілеспрямованій активності особистості [11]. М.Хербст [10] зазначає, що попри все соціальний капітал на рівні індивіда є, як і будь-який інший капітал, його власністю, в яку він може інвестувати свій час, зусилля чи гроші, та при потребі використати його у своїх цілях.

Соціальний капітал функціонує на різних рівнях. А.Гіза-Полещук зазначає, що соціальний капітал закорінений у структурах соціальних зв’язків (родина, сусідство, неформальні групи, друзі та ін.) [9]. Такий погляд бере свій початок від робіт Р.Патнама [2]. Р.Патнам поділяє соціальний капітал на 2 види: в’язучий (bonding) і мостовий (bridging). “В’язучий соціальний капітал” поєднує людей всередині групи, мостовий поєднує людей з різних груп. “В’язучий соціальний капітал” полягає у тому, що людина користується ресурсом лише своєї найближчої групи людей

(наприклад, сім'я, сусіди, одногрупники, люди, з якими ходиш до однієї церкви), формує з цією групою довірливі стосунки. "Мостовий соціальний капітал" може бути значно більш різноманітним, але створює можливість доступу до ресурсів, якими не володіє ніхто із членів певної громади. Скажімо знайомство з іноземними колегами чи з представниками влади для простого громадянина.

А.Ч.Браген виділила дві сфери життя, у кожній з яких є три поля, в яких формується благополуччя людини [8]: *Приватна сфера*: 1. Продуктивні вміння у приватній сфері (вміння, пов'язані із утримуванням дому, господарства, догляд за дітьми та ін.); 2. Особисті зв'язки з іншими, та емоційна користь, яку вони приносять (з друзями, коханою людиною); 3. Дозвілля та вільний час (хобі, прогулянки). *Публічна сфера*: 1. Продуктивні вміння (професійні вміння, навчання, соціальні вміння); 2. Вміння, пов'язані із громадянськими правами та обов'язками (сплата податків та ін.); 3. Неінституалізовані інтеракції (випадкові контакти на вулиці, в транспорті та ін.) [14].

Т.Снайдерс поєднав вчення Р.Патнама про форми соціального капіталу та підхід до важливих сфер життя А.Ч.Браген і виділив основні сфери функціонування соціального капіталу як ресурсу [14]. Таким чином, Т.Снайдерс створив універсальний інструментарій для вивчення ресурсу особистості, який міститься у двох сферах: приватній (в'яжучий соціальний капітал) та публічній (мостовий соціальний капітал) [14]. Автор, спираючись на теорії Н.Ліна, Р.Патнама, Дж.Колмана, зазначає, що важливим є вимірювання доступності особистості до ресурсів (економічних, політичних, побутових, культурних, людських, професійних та соціальних) інших осіб. Автор виділяє основні сфери функціонування соціального капіталу особистості: 1. Продуктивні вміння у приватній сфері; 2. Особисті зв'язки з іншими та емоційна користь, яку вони приносять; 3. Дозвілля та вільний час; 4. Продуктивні вміння у публічній сфері (професійні вміння, навчання, соціальні вміння); 5. Громадянські права та обов'язки;

Найбільш руйнівний вплив на розвиток та формування соціального капіталу має внутрішньо групова конкуренція, яка полягає у тому, що члени групи не бажають ділитись своїм культурним чи економічним капіталом із іншими представниками групи.

Отже, соціальний капітал є одним із найбільш неоднозначних понять, а тому очевидною є проблема його вимірювання. Відтак, найбільш гостро, на нашу думку, стоїть питання щодо діагностики соціального капіталу, зокрема у психології. В основному, соціаль-

ний капітал вимірюється опитувальниками, що виявляють рівень доступу до ресурсів соціальної мережі. До таких опитувальників належать:

1. Генератор імен (Л. МакКаластер, Клод С. Фішер);
2. Генератор посад (становища у суспільстві) (Н. Лін, М. Дамін);
3. Генератор ресурсів (Т.А.Б. Снайдерс)

Всі три опитувальники орієнтовані на дослідження доступу до ресурсів, що містяться у соціальній мережі індивіда, проте не вимірюють міру їх втілення у життя та використання. Ресурси, у цьому контексті, розглядаються не як втілені у дії, а як потенційно доступні особистості. Така доступність з погляду дослідників формується внаслідок попереднього вкладу власних ресурсів у стосунки з іншими людьми. Дослідники, які розуміють соціальний капітал як доступ до ресурсів соціальної мережі, і вважають, що чим більш доступними для особистості є ресурси тим простіше їх втілити та використати у житті. Така доступність визначається тісністю соціального контакту (чим більш тісний контакт з людиною, тим доступнішим є ресурс, яким вона володіє). Деякі з дослідників переконані, що поряд з вимірюванням доступності, втілення ресурсів та їх використання у житті є не менш важливим мірилом соціального капіталу. Проте усі пропонувані у дослідженнях методики не застосовують цього критерію у зв'язку із переважанням опитувальників запитаннями. На нашу думку, це помітно знижує діагностичну силу пропонуваних авторами методик.

Спробуємо коротко описати та проаналізувати особливості кожної з методик, що спрямовані на дослідження соціального капіталу.

“Генератор імен” є найпершим опитувальником вимірювання соціального капіталу як ресурсу особистості, введений у науку Л.МакКалістером та К. Фішером у 1978 р. [12]. В основі цього опитувальника лежить метод соціометрії. Як і в соціометрії соціальна мережа контактів кожного окремого індивіда зображується на карті. Далі відбувається збір інформації про кожного індивіда, який включений у цю соціальну мережу зі слів досліджуваного. “Генератор імен” вимірює: 1. Розмір соціальної мережі – загальна кількість людей, яку досліджуваний згадує у процесі дослідження; 2. Різноманітність соціальної мережі – наскільки різними є люди, яких досліджуваний згадує у процесі дослідження за критеріями статі, віку, освіти, релігійних переконань, расової приналежності і т. д.; 3. Кількість ресурсів – визначається, скільки є таких ресурсів, якими володіє хоча б одна зі згаданих у дослідженні людей.;

“Генератор посад”. За аналогією з попереднім методом Н. Лін та М. Дамін у 1986 р. розробили простіший, порівняно з *“Генератором імен”*, метод фіксації доступу до ресурсів соціальної мережі як форми вияву соціального капіталу. Автори назвали новий метод *“Генератор посад”*, який спрямований на дослідження доступу до ресурсів членів соціальної мережі, які займають соціально престижні посади чи професії з точки зору соціальної ієрархії. На думку авторів, саме професія та пов’язана з нею посада є основним соціально-психологічним ресурсом. Оскільки, є професії, які створюють умови доступу до різноманітних ресурсів (ці професії є престижними у суспільстві), а є такі, які створюють умови недоступу до багатьох соціальних, психологічних чи фізичних ресурсів, такі професії вважаються непрестижними [11].

“Генератор ресурсів”. Методика дослідження соціального капіталу *“Генератор ресурсів”* розроблена у 1999р. Т. А. Б. Снайдерсом [7; 8]. Основною ідеєю автора було об’єднання сильних сторін двох попередніх опитувальників *“Генератор імен”* та *“Генератор посад”* у єдиному новому опитувальнику. Як і в *“Генераторі посад”*, мірою доступності вважається глибина знайомства з людиною: родич – найтісніший зв’язок; друг – менш тісний; знайомий – найменш тісний зв’язок. Доступ до ресурсів, які досліджуються методикою *“Генератор ресурсів”*, можна об’єднати у кілька тематичних груп, що охоплюють певні соціальні сфери.

1. Ресурси, пов’язані із сферою освіти та престижу. До них належать: рівень освіти, обізнаність у літературі, контакти з медіа та ін.

2. Ресурси пов’язані із політичними та громадськими процесами: активність у політичній партії, обізнаність у державних питаннях, обізнаність у юридичних та фінансових питаннях та ін.

3. Ресурси, пов’язані із знаннями та вміннями: читання професійних журналів, вміння працювати на ПК, вміння будувати чи ремонтувати, знання мов та ін.

4. Ресурси, пов’язані із емоційною та особистою підтримкою: можливість отримати пораду, можливість отримання психологічної підтримки у критичній ситуації та ін.

Отже, найбільш поширеними методами дослідження соціального капіталу у психології є *“Генератор імен”*, *“Генератор посад”* та *“Генератор ресурсів”*

Висновки. Аналіз наукових підходів до розуміння соціального капіталу та методів його дослідження приводить нас до думки, що це поняття потребує уточнення та деталізації. На жаль, ще до

сьогодні у літературі зустрічаються певні контроверсійні погляди щодо природи цього явища та особливостей його функціонування. З погляду психології, найбільш значимим є ресурсний підхід до дослідження соціального капіталу. Адже, соціальні контакти та ресурси, якими вони збагачені, є, безумовно, великим “багатством”, яке допомагає особистості розвиватись та адаптуватись у соціумі.

На жаль, дослідницький інструментарій, спрямований на вимірювання соціального капіталу, володіє рядом недоліків та потребує доопрацювання в рамках психологічної науки, що, на наш погляд, є перспективою у розвитку наукових та практичних доробок цього напрямку.

Список використаних джерел

1. Демків О. Соціальний капітал: теоретичні засади дослідження та операціональні параметри / О. Демків // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. – № 4. – С. 99–111.
2. Патнам Р. Творення демократії: Традиції громадської активності в сучасній Італії / Р. Патнам, Р.Леонарді [пер. з англ. В. Ющенко]. – Київ: Основи, 2001. – 302 с.
3. Фукуяма Ф. Великий крах. Людська природа і відновлення соціального порядку. — Львів : Кальварія, 2005. – 380 с.
4. Beker W. Market networks and corporate behavior / W.Beker // American journal of sociology. – 1990. – Vol. 96, № 3. – P. 589-625.
5. Bourdieu P. The forms of capital / J. Richardson // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. – New York: Greenwood, 1986. – С. 241-258.
6. Burt R. S. Brokerage & closure. An introduction to social capital / R.S.Burt. – Oxford : Oxford University Press. – 2005. – 279s.
7. Cook K. Sch. Networks, norms, and trust: the social psychology of social capital / K.Sch. Cook // Social Psychology Quarterly. – 2005. – Vol. 68, № 1. – P. 4–14.
8. Gaaga M. The resource generator: social capital quantification with concrete items / M. Gaag, T.A. Snijders // Social Networks. – 2005. – Vol.27. – P.1–29.
9. Giza-Poleszczuk A. Przestrzec spoieczna / A. Giza-Poleszczuk, M. Morody, A. Rychard // Strategie i system. – Warszawa : IFIS PAN, 2000. – С. 97-166.
10. Herbst M. Kapital ludzki I kapital spoieczny a rozwъj regionalny / M. Herbst. – Warszawa : Wydawnictwo naukowe SCHOLAR., 2007. – 203s.
11. Lin N. Social capital: a theory of social structure and action / N. Lin. – Cambridge : Cambridge University Press, 2001. – 278 с.

12. McCallister L., Claude S. Fischer. A procedure for Surveying Personal Networks / L. McCallister // Sociological methods and research. – 1978. – Vol.7. – P.131-148.
13. Paldam M. Social capital: one or many? Definition and measurement / M. Paldam // Journal of economic surveys. – 2000. – Vol. 14, № 5. – P. 629-653.
14. Snijders T.A.B. Prologue to the measurement of social capital / T.A.B. Snijders // La Revue Tocqueville. – 1999. – Vol. 20. – P. 27-44.

Modern theories of the social capital are highlighted in the article. Social capital is analyzed in resource approach. Social capital is seen as the accessibility to resources of social network. Three basic approaches to understanding and measuring social capital in psychology are analyzed: name generator, position generator and resource generator.

Keywords: social capital, resource, social network, accessibility to resources of social network.

Отримано: 11.03.2012 р.

УДК 159.923:364.628

О.М.Сеник

Роль часової перспективи у психологічному здоров'ї особистості

У статті розглянуто часову перспективу особистості у контексті її психологічного здоров'я. Виявлено, що часові орієнтації особистості відображають стійкі відмінності між людьми, які виявляються у дотриманні чи ігноруванні ними здоров'єорієнтованої поведінки. Збереженню психологічного і фізіологічного здоров'я індивіда сприяє позитивне сприйняття власного минулого і виражена орієнтація на майбутнє. Орієнтація на теперішнє, яка є необхідною умовою відчуття повноти життя і джерелом ресурсів, водночас може сприяти розвитку залежностей, девіацій та ігнорування дотримання здорового способу життя.

Ключові слова: часова перспектива, часова орієнтація, психологічне здоров'я особистості.

В статье исследована временная перспектива личности в контексте её психологического здоровья. Обнаружено, что временные ориентации