

УДК 159.923:316.752

## ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫЕ УРОВНИ ЛИЧНОСТИ В КОНСУЛЬТАТИВНОМ ПРОЦЕССЕ

**Д.Н. Фисенко**

Тюменский государственный университет

Рассматриваются ценностные ориентиры, которые являются необходимой составляющей социальной жизни и оказывают существенное влияние на современное общество. Анализируются выработанные в общественной практике ценности как важный элемент личности, который можно использовать в консультативном процессе. Осуществлена проверка достоверности модели ценностно-смысловых уровней личности.

**Ключевые слова:** *ценностно-смысловые уровни, культурно-исторические ценности, интериоризация, обыденное сознание, социогенез.*

### *Постановка проблемы*

При анализе литературы, посвященной различным аспектам ценностно-смысловых уровней личности, можно увидеть в основном исследования либо некоторых функциональных особенностей ценностных ориентаций, либо механизмов присвоения внешних культурных объектов во внутреннее пространство личности. При этом интериоризация понимается без рассмотрения того, благодаря чему эти условия формировались в ходе культурно-исторического развития и какой вклад несет каждая эпоха в общественных отношениях. Ряд авторов [1, 3, 6, 9, 10] подходили близко к данной проблеме, однако либо их предметная область была гораздо шире ценностной составляющей личности, либо исследования охватывали лишь отдельные исторические периоды.

### *Образование ценностно-смысловых уровней*

Каждый исторический момент обладает собственной уникальностью, которая заключается в соединении в одном временном промежутке совокупности различных факторов (географические, экономические, культурные, морально-этические и т.д.). Учитывая всю совокупность факторов, можно воссоздать ментальный портрет человека культурно-исторической эпохи. Реконструкция происходит от самых элементарных факторов жизни человека к самым высшим. Сначала – условия повседневного существования и выделение базовых потребностей и эмоций, затем – виды деятельности, групповые отношения, наконец, синтетическая характеристика эпохи – картина мира [2]. Картина мира представлена ценностями культурно-исторической эпохи, которые являются производной от более простых элементов жизни.

По определению Р. Мандру, «видение мира охватывает совокупность психических кадров – как интеллектуальных, так и этических – посредством которых индивиды и группы каждый день строят свое мышление и действия» [5, с. 114]. Следовательно, картина мира в своей целостности не имеет

формальной фиксации, она содержится в общих установках к окружению и представлениях о нем.

Квинтэссенцией картины мира (ее «стержнем») является ценностно-смысловая составляющая, которая выводится из суммы представлений о жизни человека античности, средних веков и т.д. Одними ценностно-смысловыми характеристиками будет обладать картина мира охотника родоплеменной общины, деятельность которого сопряжена с большим количеством ритуалов и носит своей целью удовлетворение голода и выживание. И другими – деятельность художника эпохи Возрождения, чье творчество являет стремление выйти из predeterminedности своей судьбы Богом.

Духовные корни ментальных представлений уходят в далекое прошлое – не только в душу человека ранних цивилизаций, но, пожалуй, еще глубже: в «темное» прошлое наших первобытных предков, а может быть, и в звериное «бессознательное» [7].

При смене культурно-исторических эпох старые ценности не изживают себя полностью, а супрессируются за пределы актуальных общественных процессов. Супрессия применяется не только к ценностям, но и «...ко всему опыту, к аффекту, связанному с опытом, или к фантазиям и желаниям, ассоциированным с опытом» [4, с. 83]. Новые надстраиваются над предыдущими, порождают свою картину мира и новые ценности, де-факто закрепляя их в качестве фундамента для новых опор.

Таким образом, возникает энергия фиксации, в которой заложены аффективные переживания, стоящие за ценностными конфликтами разных культурно-исторических эпох. Освобождение этой энергии может проявляться как глубокое духовное или религиозное переживание.

#### *Трехмерная модель ценностно-смысловой иерархии человека*

Современный человек, наследуя опыт кем-то прожитых эпох, имеет доступ ко всем супрессированным уровням – как минимум операционально, де-акто. Предложенные идеи культурно-исторической интериоризации позволяют рассматривать образ мира человека в виде иерархии ценностей (культурно зафиксированных потребностей).

Идея сопряжения (соответствия) между культурно-историческими эпохами и ценностями принадлежит А.В. Павлову. Визуализацию данной идеи дадим в авторском виде (см. рисунок) [8, с. 89–96].

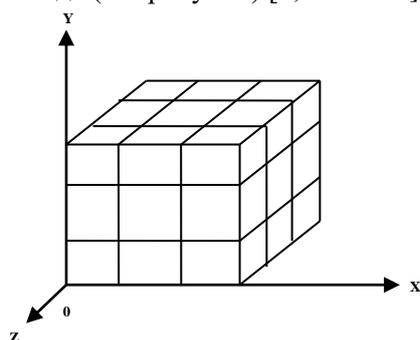


Схема моделирования ценностно-смысловых уровней современного человека

По оси X расположены ценности культурно-исторических эпох, такие как сила, власть, благородство, рациональность, творчество и т.д.

На оси Y расположим значимые этапы формирования ценностей: праистория – первобытное общество – дикость – античность – средние века – эпоха Возрождения – Новое время – современность. Для каждого этапа будут характерны свои ценности.

На оси Z располагаются обстоятельства жизни, которые активизируют тот или иной пласт ценностно-смысловых уровней личности. Это могут быть как внешние раздражители (неприятности на работе, взаимоотношения с супругой и т.д.), так и внутренние факторы (эмоции, депрессия, когнитивная схема). Таким образом, в каждом человеке присутствуют ценности эпохи Возрождения, античности и т.д. На то, как они актуализируются в деятельности человека, влияет связь между жизненными обстоятельствами и актуализирующимися пластами психики.

Содержательным наполнением *теоретической модели* стали восемь категорий, соответствующих культурно-историческим эпохам, и основные базовые ценности, характерные для этих эпох (табл. 1).

Таблица 1

Базовые ценности культурно-исторических эпох

Культурно-историческая эпоха (категория)	Базовые ценности
Дочеловеческий период	Выживание, безопасность
Родоплеменная община	Порядок, нормированность, «свой–чужой», семья, род
Дикость	Сила, власть, захват, собственность, мужская главенствующая роль
Античность	Доблесть, красота, слава, общественное мнение, доброта, мудрость
Средневековье	Добродетель, разделение на добро и зло, самоограничение, отношение патронажа, послушание, целомудрие
Возрождение	Творческий порыв, самовыражение, человек, индивидуальность, свобода воли
Просвещение	Разум, равенство людей, вселенский порядок, всеобщее счастье, самоконтроль, терпимость
Постиндустриальная эпоха (современность)	Договор между людьми, нахождение точки отсчета, поиск баланса, поиск допустимых пропорций между хаосом и порядком, информация, диалог, поиск смысла жизни

Для проверки были выдвинуты следующие *гипотезы*:

1. Ценностно-смысловое содержание, выработанное в ходе исторического процесса, присутствует в структуре психики современного человека в качестве ценностно-смысловых уровней личности.

2. В нарративе клиентов, описывающих свою жизненную ситуацию, находят отражение индивидуальные особенности ценностно-смысловых уровней человека.

3. Степень сравнительной представленности ценностно-смысловых уровней человека содержательно соотносится со смысловой структурой его жизненной ситуации.

*Эмпирическое исследование*

*Инструментом сбора информации* выступил метод интервью. *Независимые переменные* – наличие/отсутствие структурирования беседы и эмоциональная окраска ситуации (проблемная или позитивно значимая), которую описывал испытуемый. *Зависимая переменная* – вербальная презентация особенностей ценностно-смысловых уровней человека.

*Методика.* Исходя из теоретической модели, было выделено восемь категорий, соответствующих культурно-историческим эпохам и основным базовым ценностям, характерным для этих эпох (см. табл. 1). Для структурированного интервью к каждой культурно-исторической эпохе были сформулированы вопросы, направленные на актуализацию базовых ценностей респондента.

*Процедура.* Исследование с каждым респондентом разбивалось на 2 части по 2 интервью в каждой части. Респондента просили сначала рассказать о своей позитивной жизненной ситуации, а затем о проблемной ситуации. Интервью по каждой жизненной ситуации было разделено на две части: структурированную и неструктурированную. В исследовании приняли участие 15 респондентов.

*Обработка данных.* Тексты протоколов обработаны с помощью контент-анализа (работали три эксперта: психолог, историк и филолог). В результате работы экспертов накапливались частоты отнесения семантических единиц к заданным категориям (культурно-историческим эпохам). Для проверки гипотез проводилось сравнение полученных распределений частот.

Путем комбинирования полученных интервью по признаку структурированности и эмоциональной окраски (табл. 2) были образованы 6 пар для сравнения.

Таблица 2

Типология варьирования независимых переменных

Вид интервью	Неструктурированное (S-)	Структурированное (S+)
Смысловая окраска сюжета (P)		
Позитивно значимая (P+)	1. (S-)(P+)	2. (S+)(P+)
Проблемная (P-)	3. (S-)(P-)	4. (S+)(P-)

*Типология варьирования независимых переменных*

Для каждой пары были подсчитаны Т-критерий Уилкоксона и коэффициент ранговой корреляции Спирмена.

Качественный анализ заключался в расчете семантической насыщенности текстов. Для каждой категории анализа (дочеловеческий период, родоплеменная община, дикость и т.д.) суммировалась семантическая насыщенность (под семантической насыщенностью понималась сумма слов и выражений, которые выражают актуализацию того или иного ценностно-смыслового уровня у респондента) по всем испытуемым во всех 4 видах интервью (табл. 3). После этого проводилось сравнение результатов

суммирования и их интерпретация в рамках заданной теоретической модели.

*Результаты исследования*

Таблица 3

Результаты статистической проверки

Испытуемые	По виду интервью: между (S-) и (S+)		По типу ситуации: между (P+) и (P-)	
	Т-критерий Уилкоксона	Корреляция г-Спирмена	Т-критерий Уилкоксона	Корреляция г-Спирмена
А.Ш.	<b>3,10*</b>	<b>0,92*</b>	<b>2,90*</b>	0,27
И.Б.	<b>2,72*</b>	<b>0,97*</b>	1,60	<b>-0,65*</b>
А.Е.	1,29	<b>0,71*</b>	0,94	-0,34
Н.Р.	<b>2,28*</b>	<b>0,75*</b>	0,60	0,17
О.Т.	<b>2,95*</b>	<b>0,89*</b>	0,75	0,15
М.З.	<b>2,78*</b>	<b>0,90*</b>	0,51	-0,22
Ф.Д.	<b>3,41*</b>	<b>0,90*</b>	0,23	<b>-0,59*</b>
И.Т.	<b>2,84*</b>	<b>0,79*</b>	0,13	-0,42
А.Л.	<b>2,92*</b>	<b>0,85*</b>	0,65	0,24
С.Г-Ф.	<b>3,41*</b>	<b>0,84*</b>	0,65	-0,04
А.С.	<b>2,73*</b>	<b>0,72*</b>	0,03	-0,81
И.О.	<b>2,90*</b>	<b>0,83*</b>	0,37	<b>-0,52*</b>
Е.П.	<b>2,41*</b>	<b>0,94*</b>	0,72	-0,34
Е.Д.	<b>3,04*</b>	<b>0,91*</b>	0,13	-0,15
К.К.	<b>2,20*</b>	<b>0,78*</b>	0,39	-0,29

Обозначения: \*  $p \leq 0,05$

Статистическая оценка результатов контент-анализа показала:

1. Выявлены статистически значимые различия и статистически значимые корреляции. Была обнаружена изоморфность (сопряженность) результатов при сравнении двух типов интервью: неструктурированного и структурированного (см. табл. 3). Наличие такой сопряженности говорит о некоторой внутренней ценностно-смысловой иерархии у респондента (клиента), актуализирующейся в той или иной ситуации и зависящей в первую очередь от интрапсихических факторов самого респондента (клиента), а не от вмешательства исследователя (консультанта).

2. Вместе с тем структурирующее вмешательство исследователя (консультанта) все же позволяет: а) получить дополнительный материал, б) по-иному структурировать дискурс, побуждая респондента (клиента) *рельефнее выразить* свои ценностно-смысловые предпочтения.

3. Выявлено также отсутствие статистически значимых различий и тенденция к обратной корреляции при сравнении результатов интервью о двух разных типах ситуаций – позитивно значимой и проблемной (см. табл. 3). Это свидетельствует о том, что в разных по эмоциональной окраске ситуациях актуализируются разные ценностно-смысловые уровни.

*Качественный анализ* результатов контент-анализа показал:

1. В психике человека поуровнево представлены ценности, которые формировались в ходе культурно-исторического процесса и сейчас присутствуют в психике современного человека.

2. Актуализация ценностно-смысловых уровней зависит от индивидуальных особенностей человека и ценностно-смыслового содержания ситуации, в которую он семантически погружен.

3. В позитивно значимых ситуациях ценностно-смысловые уровни актуализируются (или распаковываются) преимущественно в сторону более современных, более близких человеку по времени культурно-исторических эпох (см. табл. 4). Более актуализированными оказываются такие ценности, как договор, рациональность, творчество, самовыражение, добродетели и т.д.

4. В проблемных ситуациях ценностно-смысловые уровни актуализируются (или распаковываются) преимущественно в сторону более архаичных, древних, более дальних человеку по времени культурно-исторических эпох (дочеловеческий период, родоплеменная община, дикость, античность) (см. табл. 4). Большую актуализированность получают такие ценности, как безопасность, выживание, правила, сила, общественное мнение и т.д.

5. Наибольшая рельефность в ценностно-смысловой структуре респондентов (клиентов) представлена на первых трех уровнях. На этих трех уровнях наиболее ярко выражена тенденция роста семантической насыщенности по факторам структурирования интервью и его эмоциональной окраски (табл. 4), где фактор эмоциональной окраски, по-видимому, имеет большее влияние на семантическую насыщенность. Возможно, это говорит о том, что более архаичные ценностно-смысловые уровни сильнее подвержены эмоциональному влиянию и слабо поддаются осознанию.

6. Уровни 4–8 (античность, средневековье, эпоха Возрождения, эпоха Просвещения, современность) при распределении семантических единиц между разными интервью подчиняются прежде всего фактору структурированности, а уже затем фактору эмоциональной окраски (табл. 4). Вероятно, эти уровни являются более осознаваемыми и лучше поддаются рефлексии.

Таблица 4

Семантическая насыщенность для всех испытуемых

Категории	Дочеловеческий период	Родоплеменная община	Дикость	Античность	Средневековье	Возрождение	Просвещение	Современность
(S–P+)	28	166	138	186	197	214	217	207
(S+P+)	109	241	193	290	247	381	333	355
(S–P–)	207	306	377	153	172	181	124	116
(S+P–)	337	407	571	251	234	295	239	245

*Перспективы практического применения результатов*

Полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы в работе психологов-консультантов. Составление индивидуальных профилей представленности ценностно-смысловых уровней клиента в конкретных ситуациях может использоваться как метод диагностики в процессе психологической консультации. Данный метод позволит определить, какие

ценности клиента получают наибольшую актуализацию в его жизненной ситуации, на каких из ценностно-смысловых уровней клиента локализована его проблема и какие из них можно использовать в качестве ресурсов при построении плана решения проблем клиента и достижения поставленных им задач.

### **Список литературы**

1. Барская А.Д. Психолого-историческая реконструкция особенностей психики гомеровского человека. М., 1998. 207 с.
2. Гуревич А.Я. Исторический синтез и школа «Анналов». М.: Нидрик, 1993. 319 с.
3. Лобок А.М. Антропология мифа. Екатеринбург, 1997. 686 с.
4. Мак-Вильямс Н. Психоаналитическая диагностика: Понимание структуры личности в клиническом процессе. М.: Класс, 1998. 480 с.
5. Мандру Р. Франция раннего нового времени: 1500–1640. Эссе по исторической психологии. М., Территория будущего, 2010; цит. по: В.А. Шкуратов. Историческая психология. М., 1997. С. 114.
6. Некрасова Е.В. Пространственно-временная организация жизненного мира человека. Барнаул, 2005. 484 с.
7. Осипов Н.Е. Генезис и историческая эволюция ментальных ценностей человека от первобытности к Новому времени (западноевропейский контекст) // Философия и общество. 2009. Вып. 1 (53). 136 с.
8. Павлов А.В. Гуманитарная теория как новая рациональность // Социум и власть. 2008. № 2. 2008. С. 89–96.
9. Пятаева Е.Ю. Культурно-исторический анализ развития мотивации личности. М., 2010. 236 с.
10. Толстых Н.Н. Развитие временной перспективы личности: культурно-исторический подход. М.: 2010. 545 с.

### **VALUE-SEMANTIC LEVELS OF PERSONALITY IN THE CONSULTATIVE PROCESS**

**D.N. Fisenko**

Tyumen State University

Value settings are the necessary component of social life, and have a significant impact on modern society. From a psychological point of reference they are implemented in a common strategy to respond to environment and guide the behavior of people on a given scenario. They are one of the fundamental elements of communication of human with another person, human with social institutions, human with the state. This allows us to consider the values developed in social practices as an important element of identity, which can be used in the consultation process. The aim of this study is to model validation value-semantic levels of personality.

**Keywords:** *value-semantic levels, cultural and historical values, internalization, everyday consciousness, sociogenesis.*

*Об авторе:*

ФИСЕНКО Денис Николаевич – аспирант ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет» (625003 г.Тюмень, ул. Володарского, 6), e-mail: Fiss\_Laeda87@mail.ru