

УДК 159.923.2

© Д. В. Місенг, 2019

orcid.org/0000-0001-9763-2343

<https://doi.org/10.33989/2226-4078.2019.2.177349>

МІСЕНГ Дар'я Вячеславівна

*аспірантка Інституту соціальної та політичної психології НАПН України
(м. Київ)*

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ Я-КОНЦЕПЦІЇ ТА РОЛІ ЗНАЧУЩОЇ ОСОБИ ЯК ОПОСЕРЕДКОВУЮЧИХ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ НА СТИЛЬ ЖИТТЯ ОСОБИСТОСТІ

У статті запропоновано теоретичну модель впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості. Висвітлено результати емпіричного дослідження ролі Я-концепції та фігури значущої особи як опосередковуючих чинників впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості. Емпірично доведено існування взаємозв'язків між елементами представленої теоретичної моделі, а саме між ціннісними орієнтаціями, Я-концепцією особистості, фігурою значущої особи та стилем життя особистості. Доведено функціональність запропонованої теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості, висвітлено особливості її функціонування вибірок для респондентів 14-24 та 25-35 років.

Ключові слова: *стиль життя особистості, ціннісні орієнтації, Я-концепція, значуща особа, теоретична модель впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя.*

Постановка проблеми. Ціннісна система особистості є складним соціально-психологічним феноменом, що виражає змістовне ставлення людини до соціальної дійсності, самого себе, справляє істотний вплив на усі сторони діяльності особистості, а саме на організацію особистістю життєвих практик, життєвого простору та визначення місця у ньому. При дослідженні впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя постає питання, яким чином та за допомогою яких механізмів, ці два феномени пов'язані між собою. Зважаючи на думку численних дослідників про те, що соціальне життя чинить вагомий вплив на формування життєвого стилю, можна припустити, що ціннісні орієнтації впливають на життєвий стиль особистості не

прямо, а через опосередкування конкретними соціальними факторами. Такими соціальними факторами можуть виступати референтна група та/або фігура значущої особи. Йдеться про те, що людина, особливо в юнацькому віці, може запозичувати певний життєвий стиль або його елементи, характерні для певної особи або соціальної групи. Водночас, орієнтація особистості на стиль життя певної групи або окремої особи передбачає самоідентифікацію особистості з ними, що, логічно, призводить до актуалізації її *Я*-концепції. Відтак, *Я*-концепція особистості може розглядатися як другий можливий опосередковуючий фактор. Втім, залишається незрозумілим питання щодо особливостей впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості, а саме: чи здійснюється такий гіпотетичний вплив напряду, чи опосередковується *Я*-концепцією особистості та включеністю до референтної групи або наявністю значущої особи, а також наскільки визначальним є цей вплив для стилю життя особистості. Недостатня розробленість зазначеної проблеми і зумовлює *актуальність* даної роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових робіт, які охоплювали проблематику *Я*-концепції та самосвідомості особистості, їх роль у регулюванні діяльності особистості, чільне місце посідають роботи Г. Теджфела, К. Роджерса, Р. Бернса, Е. Еріксона, А. В. Петровського, В. В. Століна, І. С. Кона, М. Й. Боришевського, В. А. Роменця, С. Д. Максименко, В. О. Васютинського, Т. М. Титаренко, В. О. Татенко, П. П. Горностая, О. Є. Гуменюк, які забезпечують сприятливе методологічне підґрунтя для вивчення цієї проблеми. Зокрема, С. Д. Максименко зазначав, що пізнавальна, емоційно-вольова діяльність особистості, її потреби, інтереси, ідеали та переконання, самосвідомість перебувають у складній взаємодії і в своїй єдності становлять її *Я*, яке керує усіма аспектами внутрішнього життя та проявами його в діяльності та стосунках з іншими. У результаті теоретичного аналізу напрацювань дослідників феномену *Я*-концепції було визначено, що *Я*-концепція особистості відіграє центральну роль у виробленні ефективних життєвих орієнтацій, розвитку ціннісної системи особистості, виконує адаптивну та детермінуючу роль активності суб'єкта.

Дослідження взаємовідносин особистості з оточенням, референтними групами та значущими особами знайшла своє відображення у роботах Т. Ньюкомба, Г. Келлі, А. Тоффлера, А. В. Брушлінського, А. Реана, Р. Немова, П. П. Горностая, Л. Г. Чорної, Є. Щедріної, Т. Шибутані, Т. М. Кузьменко та ін.. Було виявлено, що наявність значущої особи або приналежність до референтної групи справляє суттєвий якісний вплив на формування і функціонування ціннісної системи особистості, образу себе, вибору конкретних поведінкових, комунікативних, споживацьких практик. Стиль життя, у свою чергу, розроблявся у різних напрямках: соціологічному (М. Вебер, Т. Веблен, П. Бурд'є та ін.), соціально-психологічному (М. Собель, А. Тоффлер, Е. Гідденс, Д. Чені, І. В. Бестужев-Лада, Л. В. Сохань, Л. Бевзенко, Т. М. Титаренко, В. О. Васютинський та ін.), психоаналітичному (А. Адлер, Р. Плутчик, Д. Ломбарді, М. Горовіц та ін.), загальнопсихологічному (К. О. Абульханова-Славська, Д. О. Леонтьєв, Ю. М. Швалб, О. Г. Малина та ін.) (Місенг, 2016).

У результаті теоретичного аналізу було помічено, що, здебільшого, проблема дослідження взаємозв'язків між *Я*-концепцією особистості, ціннісними орієнтаціями, фігурою значущої особи та стилем життя розглядалася, по-перше, фрагментовано та не виступала предметом повноцінного психологічного дослідження; по-друге, вивчалася більшою мірою теоретично, а не емпірично. Відштовхуючись від актуальності розробки питання, на основі аналізу останніх досліджень даної проблематики нами було операціоналізовано поняття стилю життя у рамках загальнопсихологічного підходу, а також запропоновано теоретичну модель впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя, де *Я*-концепція особистості та особистість значущої особи виступають у якості опосередковуючих факторів (рис. 1).

Поняття стилю життя особистості було визначено нами як характеристику життєдіяльності особистості, що проявляється у регулярних патернах поведінки на різних рівнях цієї життєдіяльності.

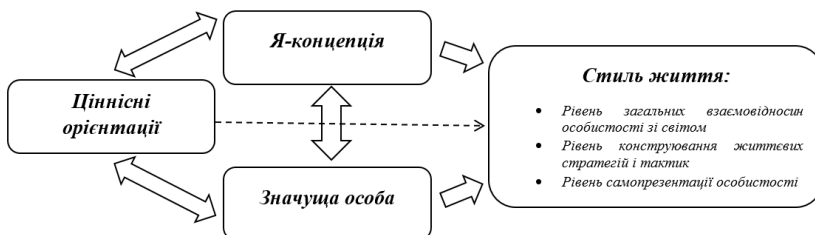


Рис 1. Теоретична модель впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості

Теоретичний аналіз дозволив віднести до таких рівнів наступні: 1) рівень загальних взаємовідносин особистості зі світом; 2) рівень конструювання особистісних стратегій і тактик життєдіяльності; 3) рівень стильової самопрезентації особистості (Місенг, 2018). Перший рівень передбачає визначення особистістю своїх відносин зі світом, своєї ролі та місця у ньому, вибудовування ставлення суб'єкта до оточуючої реальності та системи взаємозв'язків, у той час як на другому рівні відбувається практична реалізація цих взаємовідносин. Третій рівень описує стильову саморепрезентацію особистості, тобто систему виборів на користь тих чи інших предметів одягу, побуту.

Відповідно до теоретичної моделі, ціннісні орієнтації, Я-концепція особистості, наявність або відсутність та особливості референтної групи та значущої особи взаємовпливають один на одного, що спонукає особистість до вироблення певної системи оцінок себе та оточуючих, що, у свою чергу, сприяє формуванню певних стратегій взаємодії з оточенням, конструюванню та реалізації життєвих практик, устаткуванню культурних преференцій, особливостям самопрезентації особистості, специфічним поведінковим виявом чого є стиль життя. З метою вивчення Я-концепції та фігури значущої особи як опосередковуючих чинників впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості, нами було проведено емпіричне дослідження, спрямоване на пошук та вивчення характеру зв'язків між структурними елементами теоретичної моделі, наявність яких надала б змогу теоретичного обґрунтування функціональності представленої нами моделі впливу ціннісних

орієнтацій на стиль життя особистості на різних рівнях життєдіяльності.

Мета статті: презентація результатів емпіричного дослідження зв'язків між елементами теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості, емпіричне дослідження ролі *Я*-концепції та фігури значущої особи як опосередковуючих чинників впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження. У дослідженні взяло участь 215 респондентів обох статей віком від 14 до 35 років. Дослідження здійснювалося окремо для юнацької (14-24 роки) та дорослої вибірок (25-35 років). Емпіричне дослідження впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості здійснювалося у відповідності з розробленими методичними засадами та включало ряд задач: 1) визначення та аналіз емпіричних показників стилю життя респондентів на трьох рівнях життєвого практикування; 2) дослідження ціннісних орієнтацій, особливостей *Я*-концепції та ролі значущої особи для респондентів 14-24 та 25-35 років; 3) дослідження впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості; 4) дослідження ролі *Я*-концепції та ролі значущої особи як опосередковуючих чинників впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості.

Вивчення ціннісних орієнтацій особистості полягало у виявленні пріоритетних цінностей з використанням особистісного профілю опитувальника Ш. Шварца. З метою вивчення стилезиттєвих особливостей респондентів було використано методи анкетування та написання психодіагностичного есе. Метод психодіагностичного есе був спрямований на дослідження стилезиттєвих особливостей респондентів на рівні загальних взаємовідносин особистості зі світом. Теми психодіагностичного есе, що пропонувалися до написання: «Чим є світ для мене?» та «Ким є *Я* для світу?». Анкета включала запитання, спрямовані на вивчення стилю життя особистості на двох інших рівнях життєдіяльності. Запитання анкети «Які цілі в житті Ви ставите перед собою?» та «Чим Ви плануєте займатися найближчі 10 років?» були спрямовані на дослідження стилезиттєвих особливостей респондентів на рівні конструювання життєвих стратегій і

тактик, у той час як запитання анкети «Ваш улюблений стиль одягу. Підкресліть необхідне» мало на меті дослідження аксесуарного компоненту стилю життя на рівні вибору культурних преференцій. Варіанти відповідей до останнього запитання включали: «Кежуал», «Класичний одяг», «Одяг, що підкреслює жіночність/мужність», «Інше».

Для вивчення особливостей *Я*-концепції респондентам було запропоновано тест «Хто *Я*?» М. Куна, Т. Макпартленда у модифікації Т. В. Румянцевої та запитання анкети: «Яким Ви бачите себе через 10 років?». Тест «Хто *Я*?» був обраний в якості основної методики для вивчення особливостей *Я*-концепції респондентів, у той час як запитання анкети виступало у якості допоміжного засобу для вивчення особливостей *Я*-концепції респондентів. При цьому допускалося, що тест «Хто *Я*?» може відображати модальність *Я*-концепції «*Я*-реальне», у той час як запитання анкети може характеризувати модальність «*Я*-ідеальне» або «*Я*-бажане».

З метою дослідження фігури значущої особи як опосередковуючого чинника впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості досліджуваним було запропоновано відповісти на питання «Назвіть декілька особистостей (зі світу знаменитостей або власного кола спілкування), котрих Ви вважаєте авторитетними для себе. За що Ви їх поважаєте? Що Вам хотілося б перейняти у них?».

Аналіз отриманих текстових даних за результатами анкетування, написання есе та тестом «Хто *Я*?» здійснювався за допомогою методу кількісного контент-аналізу, метою якого стало отримання кількісної характеристики змісту тексту задля можливості здійснення подальшого статистичного аналізу. Під час первинного аналізу текстового масиву було помічено, що переважна більшість суджень респондентів логічно підпадала під опис ціннісно-мотиваційних блоків, визначених Ш. Шварцем. Судження респондентів описували більшою мірою ставлення та відносини респондентів, їх плани, цілі, замисли, що усе разом формує певну ціннісно-смыслову насиченість тексту. Спираючись на це, за одиницю аналізу було обрано ціннісне судження, категоріями аналізу стали десять ціннісно-мотиваційних блоків Ш. Шварца (Конформність, Традиція, Добро, Універсалізм, Самостійність, Стимуляція,

Гедонізм, Досягнення, Влада, Безпека). Проте, використання даних категорій аналізу не могло забезпечити повного змістового охоплення текстового масиву, що зумовило виокремлення додаткових категорій аналізу з метою забезпечення устороннього аналізу відповідей респондентів: «Навчання і Кар'єра», «Саморозвиток», «Переїзд», «Здоров'я» (остання категорія була виокремлена лише для вибірки 25-35-річних респондентів).

На першому етапі дослідження нами було здійснено емпіричне дослідження показників стилю життя респондентів обох вибірок (Місенг, 2018), схарактеризовано їх ціннісні орієнтації (Місенг, 2017), досліджено характер зв'язків між ними (Місенг, 2019), досліджено особливості Я-концепції респондентів та особливостей фігури значущої особи респондентів, здійснено факторний аналіз емпіричних показників стилю життя респондентів 14-35 років. У якості статистичних методів дослідження нами використовувалися метод рангової кореляції Спірмена, метод факторного аналізу, метод порівняння середніх значень за U-критерієм Манна-Уїтні, критерій узгодженості χ^2 Пірсона. Другий етап дослідження полягав у аналізі зв'язків між усіма структурними елементами теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості. З метою вивчення зв'язків між елементами теоретичної моделі нами були використані метод рангової кореляції Спірмена, метод порівняння середніх значень за U-критерієм Манна-Уїтні та критерій узгодженості χ^2 Пірсона.

Результати I етапу дослідження. Вивчення взаємозв'язків між показниками ціннісних орієнтацій та емпіричними показниками стилю життя особистості. На першому етапі дослідження було здійснено факторний аналіз емпіричних показників стилю життя для респондентів 14-35 років. У результаті факторного аналізу було виокремлено ряд факторів, факторна структура яких включала змінні, що представляють емпіричні показники стилю життя на різних рівнях життєдіяльності особистості. Це дало підстави визначити стилі життя респондентів 14-35 років на основі виділеної факторної структури. Відтак, було виокремлено одинадцять стилів життя особистості: «Традиція та Безпека», «Гедонізм», «Добро», «Універсалізм», «Саморозвиток vs Навчання і Кар'єра»,

«Переїзд», «Самостійність vs Безпека», «Влада vs Досягнення», «Стимуляція vs Гедонізм», «Універсалізм vs Самостійність», «Досягнення». Результат показав, що структура кожного виокремленого фактору є подібною до матриці ціннісно-мотиваційних типів Ш. Шварца. Було визначено, що орієнтація на певну цінність проявляється на різних рівнях життєдіяльності у змісті майже кожного фактору, що надало можливість стверджувати існування ціннісного підґрунтя у структурі стилів життя або їх окремих елементів.

У результаті першого етапу дослідження нами було доведено існування статистично значущих зв'язків між показниками ціннісних орієнтацій особистості та емпіричними показниками стилю життя на усіх рівнях життєдіяльності для обох вибірок респондентів 14-24 та 25-35 років, що підтвердило існування впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості. При цьому спостерігалось зростання кількості статистично значущих зв'язків між показниками ціннісних орієнтацій та емпіричними показниками стилю життя від найбільш широкого за змістом рівня життєдіяльності до найбільш вузького для респондентів обох вибірок. А саме, було визначено, що для обох вибірок респондентів найменш пов'язаним із показниками ціннісних орієнтацій є показники стилю життя особистості на рівні загальних взаємовідносин особистості зі світом, у той час як показники стилю життя на рівні конструювання життєвих тактик є найбільш тісно пов'язаними з показниками ціннісних орієнтацій. Було виявлено, що вплив окремих ціннісних орієнтацій присутній як на рівні загальних взаємовідносин особистості зі світом, так і для рівня життєвих стратегій і тактик. Для респондентів 14-24 років ціннісні орієнтації, що мають вплив на стиль життя на вищезазначених рівнях життєдіяльності, є цінності Добро, Самостійність та Влада, у той час як для вибірки 25-35-річних респондентів ці цінності представлені цінностями Добро, Традиція, Влада. Визначено, що кількість виявлених статистично значущих зв'язків між ціннісними орієнтаціями та емпіричними показниками стилю життя, а також сила їх зв'язку є вищою для вибірки респондентів 25-35 років, ніж для вибірки респондентів 14-24 років, що доводить існування більш сильних

зв'язків між показниками ціннісних орієнтацій та показниками стилю життя для респондентів вибірки 25-35 років.

Результати II етапу дослідження. Вивчення взаємозв'язків між елементами теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості. Результати другого етапу проведеного емпіричного дослідження представлені нижче. Для зручності отримані результати будуть подані блочно: 1) дослідження взаємозв'язків між показниками ціннісних орієнтацій та Я-концепції особистості; 2) дослідження взаємозв'язків між показниками ціннісних орієнтацій та показниками ролі значущої особи; 3) дослідження взаємозв'язків між показниками Я-концепції особистості та показниками ролі значущої особи; 4) дослідження взаємозв'язків між показниками Я-концепції та емпіричними показниками стилю життя особистості; 5) дослідження взаємозв'язків між показниками ролі значущої особи та емпіричними показниками стилю життя особистості.

1. Результати дослідження взаємозв'язків між показниками ціннісних орієнтацій та показниками Я-концепції особистості. У даному випадку статистичному аналізу підлягали наступні набори змінних: змінні, сформовані на основі тесту ціннісних орієнтацій Ш. Шварца, та змінні, утворені у результаті контент-аналізу відповідей тесту «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпартленда і відповідей на запитання анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?». Дослідження здійснювалося окремо для обох вибірок респондентів 14-24 та 25-35 років.

Під час емпіричного дослідження було віднайдено статистично значущі зв'язки між ціннісними орієнтаціями та Я-концепцією особистості для вибірок респондентів 14-24 та 25-35 років. Для вибірки *респондентів 14-24 років* за процедурою порівняння середніх значень за критерієм Манна-Уїтні було визначено існування статистично значущих розбіжностей між групами респондентів з високою та низькою вираженістю цінностей Конформність, Традиція, Гедонізм, Стимуляція, Досягнення та Безпека по відношенню ряду змінних, утворених на основі тесту «Хто Я?», що представляють Я-концепцію особистості. За процедурою порівняння середніх значень для респондентів 14-24 років за критерієм Манна-Уїтні було

визначено існування статистично значущих розбіжностей між групами респондентів з високою та низькою вираженістю цінностей Добро, Універсалізм, Досягнення, Влада по відношенню до ряду змінних за запитанням анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?». Кореляційний аналіз змінних, утворених за тестом «Хто Я?» та змінних, що представляють ціннісні орієнтації респондентів 14-24 років, а також змінних, що представляють ціннісні орієнтації респондентів та змінних, утворених на основі контент-аналізу запитання анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?», показав існування великої кількості статистично значущих, проте доволі слабких статистично значущих зв'язків ($\leq 0,3$).

У результаті порівняння середніх значень груп з різною вираженістю ціннісних орієнтацій за U-критерієм Манна-Уїтні для вибірки *25-35-річних респондентів* було виявлено розбіжності лише для однієї змінної за тестом «Хто Я?», а саме для змінної «Хто Я. Добро» між групами з високою та низькою вираженістю цінностей Добро і Влада. У результаті процедури порівняння середніх значень за U-тестом Манна-Уїтні для змінних запитання анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?» для респондентів 25-35 років було виявлено статистично значущі розбіжності між групами з високою та низькою вираженістю цінності Добро по відношенню до двох змінних «Я через 10 років. Добро» та «Я через 10 років. Досягнення», а також між групами з високою та низькою вираженістю цінності Гедонізм по відношенню до змінної «Я через 10 років. Стимуляція».

У результаті кореляційного аналізу змінних, що представляють ціннісні орієнтації, та змінних, що представляють Я-концепцію особистості (змінні за тестом «Хто Я?» та змінні, сформовані за запитанням анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?») було виявлено ряд статистично значущих зв'язків. Кореляційні зв'язки, вище за 0,3 представлені у Таблиці 1.

Як бачимо, виявлені статистично значущі зв'язки є логічними, адже були віднайдені між змінними, що несуть, переважно, *конгруентне* ціннісно-сміслову навантаження відповідно до розташування цінностей на ціннісно-мотиваційному континуумі Ш. Шварца.

Таблиця 1

Коефіцієнти кореляції, визначені для змінних за тестом «Хто Я?» та змінних, що представляють ціннісні орієнтації для респондентів 25-35 років (показники $\geq 0,3$)

	Хто я. Добро	Хто я. Влада	Хто я. Стимуляція	Хто я. Досягнення	Хто я. Конформність	Я через 10 років. Влада	Я через 10 років. Добро	Я через 10 років. Досягнення	Я через 10 років. Універсальні	Я через 10 років. Наявність ідеї/ ера
Традиція	0,418**	0,340**	-	-	-	-	-	-	-	-
Стимуляція	-	-	0,405**	-	-	-	-	-	-	-
Гедонізм	-	-	0,318*	-	-	-	-	-	-	-
Досягнення	-	-	-	0,312*	-	-	-	-	-	-
Влада	-0,451**	0,306*	-	-	0,310**	-	-	-	-	0,370**
Конформність	-	-	-	-	-	-0,320*	-	-	-	-
Добро	-	-	-	-	-	-	0,409**	-0,425*	-	-
Самостійність	-	-	-	-	-	-	-	0,304*	-	-
Безпека	-	-	-	-	-	-	-	-	0,298*	-

* $p=0,05$, ** $p=0,01$

На основі усього масиву отриманих результатів було помічено, що для обох вибірок респондентів було визначено більшу кількість статистично значущих зв'язків різної сили між змінними, що представляють ціннісні орієнтації респондентів, та змінними за тестом «Хто Я?», що представляють Я-концепцію респондентів у модальності «Я-реальне», ніж для змінних, що представляють ціннісні орієнтації та Я-концепцію у модальності «Я-бажане» (змінні за запитанням анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?»).

Дане спостереження дозволяє припускати, що «Я-бажане» особистості визначається ціннісними орієнтаціями меншою мірою, ніж «Я-реальне», а, можливо, є проекцією соціально прийнятих стереотипів та зразків поведінки. Поряд із цим, ми не виключаємо наявність взаємозв'язків ціннісних орієнтацій досліджуваних обох вибірок та модальності Я-концепції «Я-ідеальне», а лише наголошуємо на більшій визначальності ролі ціннісних орієнтацій у становленні реального Я-образу респондентів. Встановлено, що загальна кількість віднайдених статистично значущих показників є більшою для вибірки респондентів 14-24 років, ніж для вибірки 25-35-річних респондентів. Утім, кореляційні зв'язки, визначені для вибірки респондентів 25-35 років, переважають за силою. В цілому, беручи до уваги отримані результати, можемо говорити про існування взаємозв'язків між показниками ціннісних орієнтацій

респондентів та показниками Я-концепції обох вибірок респондентів.

2. *Результати дослідження взаємозв'язків між показниками ціннісних орієнтацій та показниками ролі значущої особи.* У даному випадку статистичному аналізу підлягали наступні набори змінних: номінальні змінні, сформовані на основі відповідей респондентів щодо наявності/відсутності значущої особи або групи осіб; номінальні змінні, що представляють особистісні якості значущої особи, які б респонденти хотіли розвинути у собі; а також номінальні змінні, що відображають ціннісні орієнтації респондентів. Номінальні змінні для цінностей були сформовані шляхом перетворення з метричних змінних шляхом їх поділу на дві групи: група з високою (ранги 1-5) та низькою (ранги 5,5-10) вираженістю цінності. З метою виявлення зв'язків між показниками ролі значущої особи та показниками ціннісних орієнтацій респондентів було обрано критерій узгодженості χ^2 Пірсона.

Для обох вибірок респондентів було виявлено статистично значущі зв'язки між змінними, що представляють ціннісні орієнтації респондентів та змінними, що характеризують коло приналежності значущої особи. Дана знахідка підтверджує припущення, що досліджувані обох вікових категорій можуть обирати значущу особу у відповідності до власної системи цінностей. Було визначено, що *респонденти 14-24 років* з вираженою цінністю Конформність (χ^2 4,220, $r = 0,167$, $p \leq 0,05$ зі змінною «Значущий інший. Відома особистість») схильні обирати відомих особистостей як референтних, рольову модель та авторитет, у той час як респонденти з пріоритетною цінністю Самостійність, навпаки, вказують на відсутність значущої авторитетної особи, більш визначають себе як індивідуальність (χ^2 8,848, $r = 0,242$, $p \leq 0,05$ зі змінною «Значущий інший. Індивідуальність»). Визначено, що респонденти з вираженою цінністю Традиція (χ^2 7,973, $r = -0,231$, $p \leq 0,05$ зі змінною «Значущий інший. Індивідуальність») не схильні визначати себе як індивідуальність, що припускає наявність схильності до запозичення рольових моделей, зразків наслідування. Для вибірки респондентів 25-35 років було виявлено лише один статистично значущий зв'язок між показниками ціннісних

орієнтацій та показниками ролі значущої особи, що характеризують коло її приналежності. Відтак, визначено, що респонденти 25-35 років з пріоритетною цінністю Досягнення схильні обирати референтних осіб з кола найближчого спілкування (χ^2 : 4,539, Конт.: 0,321, $p \leq 0,05$ зі змінною «Значущий інший. Близьке коло спілкування»). Також для обох вибірок респондентів було визначено велику кількість логічних статистично значущих зв'язків між змінними, що представляють ціннісні орієнтації респондентів та змінні, що характеризують особистісні якості і характеристики значущої особи (Таблиця 2), які респонденти визначили як такі, що хотіли б розвинути у собі, що підтверджує існування взаємозв'язку між ціннісними орієнтаціями респондентів та фігурою значущої особи/референтної групи.

Таблиця 2

Результати статистичного аналізу змінних, що представляють ціннісні орієнтації респондентів та особистісні якості значущої особи для вибірок респондентів 14-24 та 25-35 років за критерієм узгодженості χ^2 (при $p \leq 0,05$)

	14-24 роки						25-35 роки				
	Значущий інший. Організація на ств. 60	Значущий інший. Сприятливість	Значущий інший. Насолода життями	Значущий інший. Любовлятьність	Значущий інший. Сила духу	Значущий інший. Досвід	Значущий інший. Професіоналізм	Значущий інший. Людність	Значущий інший. Саморозвиток	Значущий інший. Стиль пошуків	
Конформність	χ^2 4,975 $r=-0,184$	-	-	-	-	χ^2 7,182 $r=-0,221$	χ^2 10,36 $r=-0,489$	χ^2 4,462 $r=-0,318$	-	-	
Традиція	-	-	-	-	-	-	χ^2 6,521 $r=-0,385$	χ^2 17,609 $r=-0,634$	χ^2 4,423 $r=0,311$	-	
Самостійність	-	-	-	-	χ^2 4,908 $r=0,182$	-	χ^2 5,422 $r=-0,351$	-	-	-	
Досягнення	-	χ^2 4,289 $r=0,173$	-	-	-	-	-	-	-	-	
Стимуляція	-	-	χ^2 5,291 $r=0,189$	χ^2 7,292 $r=-0,223$	-	χ^2 4,592 $r=0,176$	-	-	-	-	
Універсальність	χ^2 5,416 $r=0,191$	-	-	-	-	-	-	χ^2 6,036 $r=0,370$	-	χ^2 4,563 $r=0,322$	

На основі отриманих результатів, можемо стверджувати існування зв'язків між ціннісними орієнтаціями респондентів та особливостями вибору значущої особи/референтної групи. При цьому, зв'язки між показниками ціннісних орієнтацій та показниками ролі значущої особи за кількістю вищі для вибірки респондентів 14-24 років, аніж для респондентів 25-35 років, що може свідчити про більш значущу роль референтних осіб у організації життя, формування самоставлення та ставлення до оточення респондентів 14-24 років.

3. Результати дослідження взаємозв'язків між показниками Я-концепції особистості та показниками ролі значущої особи. З метою вивчення взаємозв'язків між показниками Я-концепції та показниками фігури значущої особи нами був використаний критерій узгодженості χ^2 Пірсона. Статистичному аналізу підлягали номінальні змінні, що представляють Я-концепцію досліджуваних (змінні до тесту «Хто Я?») М. Куна та М. Макпартленда та змінні, сформовані за відповідями до запитання анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?») та номінальні змінні, що характеризують значущу особу (змінні за запитанням анкети «Назвіть декілька особистостей (зі світу знаменитостей або власного кола спілкування), котрих Ви вважаєте авторитетними для себе. За що Ви їх поважаєте? Що Вам хотілося б перейняти у них для себе?»)). Статистичний аналіз здійснювався окремо для вибірки респондентів 14-24 та 25-35 років. Результати статистичного аналізу представлені у таблицях 3 та 4.

Таблиця 3

Результати статистичного аналізу змінних, що представляють Я-концепцію особистості, та змінних, що характеризують значущу особу для респондентів 14-24 років

	Дистурсія особи, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, умовна самооцінка	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Класифікація	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання	Дистурсія особи, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання, Якісно оцілювання
Линдл Дібро	χ^2 9,351* ** $p=0,009$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Линдл Діабальнич	-	χ^2 0,050* ** $p=0,147$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Линдл Улікерман	-	-	χ^2 0,940* ** $p=0,191$	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Линдл Габенц	-	-	χ^2 2,331* ** $p=0,123$	χ^2 4,224* ** $p=0,169$	-	-	-	-	-	-	-	-
Линдл Діабальнич	-	-	χ^2 4,639* ** $p=0,119$	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Линдл Савоскібіч	-	-	χ^2 4,225* ** $p=0,154$	χ^2 0,200*	-	-	-	-	-	-	-	-
Линдл Валена	-	-	χ^2 10,444* ** $p=0,002$	χ^2 3,303* ** $p=0,181$	-	-	-	-	-	-	-	-
Линдл Грабюці	-	-	χ^2 4,003* ** $p=0,120$	χ^2 4,623* ** $p=0,209$	-	-	-	-	-	-	-	-
Я через 10 років Габенц	χ^2 4,467* ** $p=0,177$	-	-	-	-	-	-	-	-	χ^2 4,049* ** $p=0,154$	-	-
Я через 10 років Діабальнич	-	-	-	-	-	χ^2 4,493* ** $p=0,213$	-	-	-	-	-	-
Я через 10 років Савоскібіч	-	-	-	-	-	χ^2 1,143* ** $p=0,213$	-	χ^2 0,822* ** $p=0,209$	-	χ^2 4,409* ** $p=0,181$	-	-
Я через 10 років Влада	-	-	χ^2 6,437* ** $p=0,231$	-	-	-	-	-	-	χ^2 8,790* ** $p=0,239$	-	-
Я через 10 років Шейд	-	-	-	-	-	-	-	χ^2 18,294* ** $p=0,233$	-	-	-	-
Я через 10 років Дібро	-	-	-	-	-	-	-	-	χ^2 4,723* ** $p=0,175$	-	-	-
Я через 10 років Валена	-	-	χ^2 6,939* ** $p=0,211$	-	-	-	-	-	-	χ^2 36,493* ** $p=0,442$	-	-
Я через 10 років Нам і Яду сурі	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	χ^2 4,067* ** $p=0,162$	-
Я через 10 років Савоскібіч	-	-	-	-	-	χ^2 6,303* ** $p=0,210$	-	χ^2 6,421* ** $p=0,203$	-	-	-	-
Я через 10 років Улікерман	-	-	-	-	-	χ^2 7,547* ** $p=0,213$	-	-	-	-	-	-

* $p=0,05$, ** $p=0,01$

Таблиця 4

**Результати статистичного аналізу змінних,
що представляють Я-концепцію особистості, та змінних, що
характеризують значущу особу для респондентів 25-35 років**

	Значуща особа. Впевненість у собі	Значуща особа. Сторожливість	Значуща особа. Насолодується життям	Значуща особа. Чужа людина	Значуща особа. Дружба	Значуща особа. Організація на ст. ю	Значуща особа. Діагностика емоцій	Значуща особа. Життєва позиція	Значуща особа. Зовнішність	Значуща особа. Сторубежність
Хто я. Традиція	χ^2 4,348* $r=0,332$	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Хто я. Конформність	χ^2 7, 239* $r=0,415$	χ^2 5, 815* $r=0,372$	-	-	-	-	-	-	-	-
Хто я. Гедонізм	-	-	χ^2 5, 918* $r=0,357$	-	-	-	-	-	-	-
Хто я. Досвідченість	-	-	-	χ^2 8, 976* $r=0,420$	-	-	-	-	-	-
Хто я. Стигматизація	-	χ^2 4, 685* $r=0,317$	-	-	-	-	-	-	-	-
Хто я. Влада	χ^2 19, 385** $r=0,562$	-	χ^2 5, 815* $r=0,349$	-	-	-	-	-	-	-
Я через 10 років. Добро	-	χ^2 4, 490* $r=-0,304$	-	-	χ^2 3, 885* $r=0,285$	χ^2 11, 733** $r=0,459$	-	-	-	-
Я через 10 років. Універсальність	-	-	-	-	-	-	χ^2 6, 200* $r=-0,347$	-	-	-
Я через 10 років. Досвідченість	χ^2 4, 017* $r=0,289$	-	-	-	χ^2 4, 815* $r=-0,314$	-	-	-	-	-
Я через 10 років. Влада	-	-	-	-	-	-	-	χ^2 4, 490* $r=0,304$	-	-
Я через 10 років. Гедонізм	-	-	-	χ^2 8, 046* $r=0,393$	-	χ^2 8, 386** $r=0,400$	-	-	-	χ^2 5, 246* $r=0,326$
Я через 10 років. Здоров'я	-	-	-	χ^2 4, 243* $r=0,297$	-	-	-	-	-	-
Я через 10 років. Переїзд	-	χ^2 9, 977** $r=0,403$	-	-	-	-	-	-	-	-

* $p=0,05$, ** $p=0,01$

Відповідно до результатів статистичного аналізу для вибірки респондентів 14-24 років можемо засвідчити існування великої кількості статистично значущих зв'язків між показниками Я-концепції особистості та показниками значущої особи. При цьому, за кількістю було віднайдено більше статистично значущих зв'язків між показниками особистісних характеристик значущої особи та показниками Я-концепції, що відображають образ Я-бажане, респондентів. Змістовно віднайдені зв'язки є логічними та добре інтерпретованими, та теоретично можуть засвідчувати вплив фігури значущої особи на формування Я-концепції респондентів, при чому, більш суттєво такий вплив справляється на модальність Я-концепції «Я-бажане».

Для вибірки респондентів 25-35 років було виявлено меншу кількість статистично значущих зв'язків, ніж для вибірки респондентів 14-24 років, що свідчить про менш тісний зв'язок Я-концепції респондентів старшої вибірки із фігурою значущої особи.

Зв'язки, виявлені для вибірки респондентів 25-35 років є логічними та піддаються інтерпретації. Для обох вибірок

респондентів було помічено зростання кількості статистично значущих зв'язків між показниками особистісних характеристик значущої особи та показниками Я-концепції, що відображають образ Я-бажане, респондентів. Таким чином, можемо засвідчити існування статистично значущого зв'язку між Я-концепцією особистості та фігурою значущої особи, допускаючи існування взаємовпливу між цими двома елементами теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості.

4. Результати дослідження взаємозв'язків між показниками Я-концепції та показниками стилю життя особистості. З урахуванням того, що стиль життя особистості був визначений нами як складне багатокomпонентне утворення, ми розглядали існування зв'язків між Я-концепцією та окремо кожним рівнем стилю життя респондентів. До змінних, що підлягали аналізу належали змінні, що представляють Я-концепцію особистості (змінні, сформовані за тестом «Хто Я?» та у результаті контент-аналізу відповідей на запитання анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?»), а також змінні, що представляють стиль життя особистості на різних рівнях життєдіяльності, та які сформовані у результаті контент-аналізу есе «Чим є світ для мене?» і «Ким є Я для світу?»; змінні до запитання анкети «Які цілі в житті Ви ставите перед собою?» та «Чим Ви плануєте займатися найближчі 10 років?»; змінні, сформовані на основі відповідей запитання анкети «Ваш улюблений стиль одягу».

Для вибірки респондентів 14-24 років у результаті кореляційного аналізу змінних за тестом «Хто Я?» та змінних за есе «Чим є світ для мене?», змінних за тестом «Хто Я?» та «Ким є Я для світу?» було визначено існування великої кількості статистично значущих, проте слабких статистично значущих зв'язків ($\leq 0,3$). Сила віднайдених кореляційних зв'язків є недостатньою, щоб стверджувати про визначальність зв'язку між Я-концепцією та стилем життя на рівні загальних взаємовідносин особистості зі світом для вибірки респондентів 14-24 років, проте і заперечувати цей зв'язок ми не можемо. Кореляційний аналіз змінних до запитання анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?» та змінних есе «Чим є світ для мене?», а також кореляційний аналіз змінних запитання анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?» та змінних за есе «Ким є

Я для світу?») для вибірки респондентів 14-24 років показав існування меншої кількості статистично значущих зв'язків порівняно з попередньою процедурою кореляційного аналізу. Подібним чином, сила виявлених кореляційних зв'язків не перевищує значення 0,3. Відповідно до кількості віднайдених статистично значущих зв'язків можемо припускати, що *Я*-концепція особистості у модальності «*Я*-реальне» має більш тісні зв'язки зі стилем життя на рівні загальних взаємовідносин особистості зі світом, проте беручи до уваги силу виявлених зв'язків, такі зв'язки не можуть бути схарактеризовані як визначальні.

З метою вивчення взаємозв'язків між емпіричними показниками стилю життя респондентів 14-24 років на рівні конструювання життєвих стратегій та показників їх *Я*-концепції було здійснено кореляційний аналіз між змінними, сформованими за тестом «Хто *Я*?», та змінними, утвореними на основі контент-аналізу відповідей запитання анкети «Які цілі в житті Ви ставите перед собою?», а також змінних за запитанням анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?» та «Які цілі в житті Ви ставите перед собою?». У результаті було виявлено статистично значущі, однак слабкі ($\leq 0,3$) коефіцієнти кореляції, що свідчить про існування слабого зв'язку між показниками *Я*-концепції респондентів даного віку з показниками стилю життя на рівні конструювання життєвих стратегій. Подібним чином, вивчалися взаємозв'язки між показниками *Я*-концепції та показниками стилю життя респондентів 14-24 років на рівні конструювання життєвих тактик. Аналізу підлягали наступні пари змінних: змінні за тестом «Хто *Я*?» та змінні, сформовані на основі запитання анкети «Чим Ви плануєте займатися найближчі 10 років?», а також змінні до запитань анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?» та «Чим Ви плануєте займатися найближчі 10 років?». У першому випадку подібним чином було визначено ряд статистично значущих, проте слабких зв'язків ($\leq 0,3$), що може свідчити про слабкість та дифузність зв'язку *Я*-концепції у модальності «*Я*-реальне» із життєвими стратегіями 14-24-річних респондентів. У другому випадку встановлено значення, вищі за показник 0,3 для змінних «*Я* через 10 років. Добро» та «Займатися 10 років. Добро» ($r=0,376$, $p\leq 0,01$), «*Я* через 10 років. Безпека» та «Займатися 10 років. Безпека»

($r=0,345$, $p \leq 0,01$). Спираючись на отримані результати, можемо говорити про наявність сильнішого зв'язку між показниками стилю життя на рівні конструювання життєвих тактик респондентів 14-24 років з показниками Я-концепцією у модальності «Я-бажане», ніж з Я-концепцією у модальності «Я-реальне».

Для вибірки респондентів 14-24 років було встановлено статистично значущі зв'язки між показниками Я-концепції особистості та емпіричними показниками стилю життя на рівні самопрезентації особистості (аксесуарний компонент). Мова йде про існування статистично значущих зв'язків між змінними за тестом «Хто Я?» та змінними, утвореними на основі контент-аналізу запитання анкети «Ваш улюблений стиль одягу», а також змінними до запитань анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?» та «Ваш улюблений стиль одягу». Виявлені статистично значущі зв'язки між змінними за тестом «Хто Я?» та змінними до запитання анкети «Ваш улюблений стиль одягу» для респондентів 14-24 років представлені у Таблиці 5.

Таблиця 5

Результати статистичного аналізу змінних, що представляють Я-концепцію особистості, та змінних, що відображають стиль життя досліджуваних 14-24 років на рівні самопрезентації особистості за критерієм узгодженості χ^2

	Хлоп. Влада	Хлоп. Добро	Хлоп. Універсалізм	Хлоп. Самостійність	Хлоп. Безпека	Хлоп. Стимуляція	Я через 10 років. Влада	Я через 10 років. Досвідченість	Я через 10 років. Самостійність
Класичний одяг	-	-	-	-	-	χ^2 6,162 $r=0,192$	χ^2 9,431 $r=0,240$	-	-
Кежуал	-	χ^2 4,291 $r=0,160$	-	-	-	-	-	-	-
Брендовий одяг	-	-	χ^2 15,298 $r=0,302$	χ^2 6,756 $r=0,195$	χ^2 5,710 $r=0,177$	-	-	χ^2 5,649 $r=0,186$	-
Комфортний одяг	-	-	-	-	-	-	-	-	χ^2 16,067 $r=0,313$
Під настрій і обставини	χ^2 12,652 $r=0,202$	-	-	-	-	-	-	-	-
Яскравий одяг і свій стиль	χ^2 8,265 $r=0,205$	χ^2 5,353 $r=0,178$	-	-	-	-	-	-	-
Вподобання відсутні	χ^2 6,378 $r=0,177$	-	-	-	-	-	-	-	-

$\#p=0,05$, $**p=0,01$

Подібна процедура дослідження зв'язків між показниками Я-концепції та емпіричними показниками стилю життя особистості була здійснена і для вибірки 25-35-річних респондентів. Статистично значущі коефіцієнти кореляції, вище за показник 0,3, віднайдені для вибірки респондентів 25-35 років

між змінними за тестом «Хто Я?» і запитанням анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?» та змінними за есе «Чим є світ для мене?», а також між змінними за тестом «Хто Я?» і запитанням анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?» та змінними «Ким є Я для світу?» представлені у Таблиці 6. Виявлені коефіцієнти кореляції, переважно, несуть подібне ціннісно-смісловне навантаження, що свідчить про узгодженість та логічність зв'язків між показниками Я-концепції респондентів та показниками їх стилю життя на рівні загальних взаємовідносин зі світом.

Таблиця 6

Результати кореляційного аналізу змінних, що представляють Я-концепцію особистості, та змінних, що представляють стиль життя на рівні загальних взаємовідносин особистості зі світом, для вибірки 25-35-річних респондентів

	Хто я. Добро	Хто я. Гедонізм	Хто я. Влада	Хто я. Традиція	Хто я. Досягнення	Я через 10 років. Досягнення	Я через 10 років. Стимуляція	Я через 10 років. Переїзд	Я через 10 років. Універсалізм	Я через 10 років. Здоров'я
Есе 1. Традиція	-	0,308*	-	-	-	-	-	-	-	-
Есе 1. Універсалізм	-	-	0,360*	-	-	-	-	-	-	-
Есе 1. Досягнення	-	-	0,496**	0,421	-	-	0,386*	-	-	-
Есе 1. Гедонізм	-	-	-	-	0,323*	-	-	-	-	-
Есе 1. Влада	-	-	-	0,324**	-	-	-	0,681**	-	-
Есе 1. Добро	0,463**	-	-	-	-	-0,306*	-	-	-	-
Есе 2. Безпека	-	-	0,363**	-	-	-	-	-	-	-
Есе 2. Стимуляція	-	-	-	-	-	-	0,415**	-	0,494**	-
Есе 2. Влада	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,474**

* $p=0,05$, ** $p=0,01$

Для вибірки респондентів 25-35 років у результаті кореляційного аналізу змінних, що представляють Я-концепцію особистості (змінні до тесту «Хто Я?» та змінні до запитання анкети «Яким Ви бачите себе через 10 років?»), та змінних, що представляють стиль життя особистості на рівні конструювання життєвих стратегій і тактик (змінні до запитань анкети «Які цілі в житті Ви ставите перед собою?» та «Чим Ви плануєте займатися найближчі 10 років?») було виявлено найбільшу кількість кореляційних зв'язків, сила яких коливається від 0,3 до 0,6. Коефіцієнти кореляції, вищі за значення 0,3 представлені у Таблиці 7. Як видно з таблиці 5, найбільшу кількість

статистично значущих зв'язків між змінними, що представляють Я-концепцію та стиль життя особистості, було віднайдено на рівні конструювання життєвих стратегій і тактик життєдіяльності. При цьому, конструювання життєвих тактик пов'язано з Я-концепцією особистості найтісніше.

Виявлені зв'язки між показниками Я-концепції та показниками стилю життя на вищезазначених рівнях життєдіяльності є логічними, адже виявлені між змінними, що несуть конгруентне ціннісне навантаження..

Таблиця 7

Результати кореляційного аналізу змінних, що представляють Я-концепцію особистості, та змінних, що представляють стиль життя особистості, для вибірки 25-35-річних респондентів

	Я через 10 років Добро	Я через 10 років Саморозвиток	Я через 10 років Здоров'я	Я через 10 років Самостійність	Я через 10 років Стимуляція	Я через 10 років Досвідченість	Я через 10 років Влада	Я через 10 років Гармонія	Я через 10 років Няч. і Кар'єра	Я через 10 років Легкість	Шлях і Траєкторія	Шлях і Владка	Шлях і Стимуляція	Шлях і Добро	Шлях і Універсальність	Шлях і Комфортність	Шлях і Досвідченість
Цінні в есхімі. Добро	0,475*																
Цінні в есхімі. Досвідченість	-0,446*																
Цінні в есхімі. Саморозвиток		0,430*															
Цінні в есхімі. Гармонія			0,327*														
Цінні в есхімі. Здоров'я										0,327*							
Цінні в есхімі. Самостійність											0,482**					0,368**	
Цінні в есхімі. Влада													-0,355**				
Цінні в есхімі. Добро													0,496**				
Цінні в есхімі. Самостійність														0,383	0,348*		
Цінні в есхімі. Досвідченість															0,316		
Займатися 10 років. Саморозвиток				0,338*												0,310*	
Займатися 10 років. Досвідченість							0,436*										0,246
Займатися 10 років. Влада														-0,310*			
Займатися 10 років. Добро	0,681**		0,309*														
Займатися 10 років. Самостійність				0,400**													
Займатися 10 років. Універсальність					0,400**												
Займатися 10 років. Няч. і Кар'єра						-0,371**			0,333								
Займатися 10 років. Самостійність					0,360*												
Займатися 10 років. Здоров'я		0,561**						0,309*									
Займатися 10 років. Перець									0,385**	0,300**							

* $p=0,05$, ** $p=0,01$

У результаті процедури аналізу змінних, що представляють Я-концепцію особистості, та змінних, що представляють стиль життя на рівні самопрезентації особистості (аксесуарний компонент) для вибірки 25-35-річних респондентів статистично значущих зв'язків виявлено не було. Вцілому, можемо свідчити про існування статистично значущих зв'язків між показниками Я-концепції та емпіричними показниками стилю життя для вибірок респондентів 14-24 та 25-35 років. Однак, зауважуємо

той факт, що для вибірки 25-35-річних респондентів зв'язки є більш сталими та сформованими.

5. *Дослідження взаємозв'язків між показниками фігури значущої особи та емпіричними показниками стилю життя особистості.* Визначення та аналіз зв'язків між показниками стилю життя та показниками ролі значущої особи для вибірок респондентів 14-24 та 25-35 років здійснювалося нами поетапно. Перш за все, нами було проаналізовано зв'язки між змінними, що представляють стиль життя респондентів на таких рівнях життєдіяльності як 1) рівень загальних взаємовідносин особистості зі світом та 2) рівень конструювання життєвих стратегій і тактик. Змінні, що представляють стиль життя на двох вищезазначених рівнях життєдіяльності, є метричними та були утворені у результаті контент-аналізу відповідей респондентів на другу частину запитання анкети «Назвіть декілька особистостей (зі світу знаменитостей або власного кола спілкування), котрих Ви вважаєте авторитетними для себе. За що Ви їх поважаєте? Що Вам хотілося б перейняти у них для себе?» за основними категоріями контент-аналізу (категорії за Ш. Шварцем). Окрім того, для даного запитання анкети було утворено ряд номінальних змінних, що характеризують особистісні якості значущих осіб, щ обули зазначені респондентами. По-друге, було досліджено зв'язки між змінними, що представляють стиль життя на рівні самопрезентації особистості, та змінними, що представляють коло приналежності (змінні: «Значуща особа з найближчого кола спілкування», «Значуща особа – відома особистість», «Значуща особа відсутня / Я – індивідуальність») та особистісні характеристики значущої особи. На даному етапі дослідження нами було використано метод кореляційного аналізу Спірмена та критерій χ^2 Пірсона.

Для вибірки респондентів 14-24 років у результаті кореляційного аналізу змінних обох есе «Чим є світ для мене?», «Ким є Я для світу?» і метричних змінних, що характеризують значущу особу, було визначено низку кореляційних зв'язків, які за силою не перевищують значення 0,3. Єдиний виняток складає коефіцієнт кореляції між змінними змінних «Есе 1. Традиція» та «Значущий інший. Традиція» ($r = 0,497$, $p \leq 0,01$), що перевищує значення 0,3. За результатами кореляційного аналізу змінних

запитання «Які цілі в житті Ви ставите перед собою?», що представляє стиль життя особистості на рівні конструювання життєвих стратегій, та змінних, що представляють якості та характеристики значущої особи, для респондентів 14-24 років, було виявлено ряд слабких статистично значущих коефіцієнтів кореляції, які не перевищують значення 0,3. Для змінних до запитання анкети «Чим Ви плануєте займатися найближчі 10 років?» та змінних, що характеризують значущу особу, визначено існування невеликої кількості статистично значущих кореляційних зв'язків, однак майже усі вони є нижчими за 0,3, окрім: «Значущий інший. Традиція» та «Займатися 10 років. Безпека» ($r=0,342$, $p\leq 0,01$), «Значущий інший. Гедонізм» та «Займатися 10 років. Безпека» ($r=0,347$, $p\leq 0,05$).

Результати статистичного дослідження зв'язків між змінними, що представляють стиль життя на рівні самопрезентації особистості, та змінних, що представляють роль значущої особи для респондентів 14-24 років представлені у таблиці 8.

Для вибірки 25-35-річних респондентів кореляційний аналіз змінних, що представляють стиль життя особистості, та змінних, що характеризують фігуру значущої особи, показав наявність помірних ($\geq 0,3$) за силою статистично значущих зв'язків, що представлені у таблиці 9. Для вибірки 25-35-річних респондентів у результаті статистичного аналізу змінних, що представляють стиль життя на рівні самопрезентації особистості, та змінних, що характеризують значущу особу, виявлено майже не було. Виняток складають два статистично значущі зв'язки між змінними «Значущий інший. Цілеспрямованість» та «Класичний одяг» ($\chi^2:7,700$, $K_{конт}: 0,418$, $p\leq 0,01$); «Значущий інший. Зовнішність» та «Класичний одяг» ($\chi^2:4,243$, $K_{конт}: 0,311$, $p\leq 0,05$).

Відповідно до отриманих результатів ми можемо стверджувати існування статистично значущих зв'язків між показниками стилю життя особистості та показниками ролі значущої особи. Статистично значущі зв'язки були виявлені на прикладі обох вибірок 14-24 та 25-35 років. Помічено, що для вибірки 25-35-річних респондентів сила виявлених зв'язків суттєво переважає силу зв'язків між змінними, сформованими для вибірки 14-24-річних респондентів. Прямі зв'язки були

виявлені між змінними, що несуть конгруентне ціннісно-сміслове навантаження; зворотні зв'язки, відповідно, виявлені між змінними з конфліктуєчим ціннісно-смісловим навантаженням. Дані знахідки підтверджують наше припущення щодо стабілізації та закріплення моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості з віком.

Таблиця 8

Результати статистичного аналізу змінних, що представляють фігуру значущої особи та змінних, що відображають стиль життя досліджуваних 14-24 років на рівні самопрезентації особистості за критерієм узгодженості χ^2

	Значуща особа з найбільшого кола спілкування	Значуща особа. Віддала особистість	Значуща особа. Сила волі та фізичу	Значуща особа. Досвід життя	Значуща особа. Дипломатична особа	Значуща особа. Унікальне спілкування	Значуща особа. Впевненість у собі	Значуща особа. Довільна людина	Значуща особа. Професіоналізм
Класичний одяг	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2: 4,462^*$ $r = 0,171$	-
Кажуат	$\chi^2: 7,183^*$ $r = 0,247$	$\chi^2: 7,620^*$ $r = -0,221$	$\chi^2: 4,749$ $r = 0,179$	-	-	-	-	-	-
Комфортний одяг	-	-	-	-	$\chi^2: 3,925^*$ $r = 0,160$	$\chi^2: 5,797^*$ $r = 0,195$	-	-	-
Брендовий одяг	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Одяг що підкреслює жіночність / мужність	$\chi^2: 4,635^*$ $r = 0,172$	-	-	-	-	-	-	-	-
Під мастрії і обставини	-	-	-	-	-	-	$\chi^2: 6,249^*$ $r = 0,202$	-	-
Яскравий одяг і свій стиль	$\chi^2: 4,490^*$ $r = -0,170$	$\chi^2: 5,159^*$ $r = 0,182$	-	-	-	-	-	-	$\chi^2: 6,363^*$ $r = 0,204$
Конкретні впадобання відсутні, список речей	-	$\chi^2: 10,464^{**}$ $r = 0,259$	-	$\chi^2: 7,875^*$ $r = 0,227$	-	-	-	-	-

* $p=0,05$, ** $p=0,001$

Помічено, що для респондентів старшої вибірки існує менша кількість статистично значущих зв'язків між показниками ціннісних орієнтацій та стилем життя на рівні самопрезентації особистості порівняно з вибіркою 14-24-річних респондентів. Відповідно, можемо стверджувати, що 25-35-річні досліджувані меншою мірою схильні пов'язувати значущу особу з власним вибором стилю одягу. У той самий час, віднайдені зв'язки між показниками ролі значущої особи та стилем життя на рівні самопрезентації особистості для вибірки 14-24-річних респондентів є логічними та добре інтерпретованими, і можуть виступати проявом вікової специфіки респондентів.

Висновки та перспективи подальших розвідок. У результаті емпіричного дослідження нами було продемонстровано існування статистично значущих зв'язків між елементами теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на

стиль життя, де Я-концепція особистості та фігура значущої особи виступають опосередковуючими чинниками цього впливу.

Таблиця 9

Результати кореляційного аналізу змінних, що представляють стиль життя особистості, та змінних, що характеризують значущу особу, для вибірки 25-35-річних респондентів

	Значуща особа. Корисність	Значуща особа. Гедонізм	Значуща особа. Стимуляція	Значуща особа. Дослідження	Значуща особа. Гедонізм	Значуща особа. Дослідження	Значуща особа. Стигматизація	Значуща особа. Добро	Значуща особа. Універсалізм	Значуща особа. Влада
Есе 1. Традиція	1**	0,681**	-	-	-	-	-	-	-	-
Есе 1. Стимуляція	-	-	0,317*	0,411**	-	-	-	-	-	-
Есе 1. Гедонізм	-	-	-	-	0,382*	0,351	-	-	-	-
Есе 2. Універсалізм	0,349*	-	-	-	-	-	-0,356	-	-	-
Есе 2. Стимуляція	-	-	0,493*	-	-	-	-	-	-	-
Есе 2. Безпека	-	-	-	-	-	-	-	0,324*	-	-
Есе 2. Гедонізм	-	-	-	-	-	0,351	-	-	-	-
Ціні в житті. Добро	-	-	-	-	-	-	-	0,378*	-	-
Ціні в житті. Здоров'я	0,332*	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ціні в житті. Навч. і кар'єра	0,352*	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ціні в житті. Перейд	-	-	-	-	-	-	-	-	0,375*	-
Ціні в житті. Саморозвиток	-	-	0,403**	-	-	-	-	-	-	-
Ціні в житті. Стимуляція	-	-	-	0,691**	-	-	-	-	-	-
Ціні в житті. Дослідження	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,387**
Займатися 10 років. Дослідження	-	-	-	-	-	-	0,386**	-	-	-
Займатися 10 років. Гедонізм	-	0,350*	-	-	-	-	-	-	-	-
Класичний одяг	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* $p=0,05$, ** $p=0,01$

Нааявність та логічність зв'язків між усіма елементами теоретичної моделі дозволяє стверджувати про її функціональність та припускати, що ціннісні орієнтації, Я-концепція особистості, фігура значущої особи взаємно впливають один на одного, що спонукає особистість до вироблення певної системи оцінок себе та оточуючих, здійснення поведінкових виборів на їх основі, що сприяє конструюванню життєвих стратегій взаємодії з оточенням, створенню та реалізації життєвих практик, устаткування культурних преференцій, специфічним поведінковим виявом чого є стиль життя. Проте, базуючись на отриманих результатах емпіричного дослідження, ми стверджуємо неможливість виключення впливу зовнішніх факторів на особливості функціонування моделі, що якісно відображається на стилі життя особистості.

Також, при аналізі зв'язків між елементами теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя були виявлені відмінності у функціонуванні моделі між двома вибірками респондентів 14-24 та 25-35 років. З урахуванням того, що, зв'язки між елементами теоретичної моделі впливу

ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості, що були виявлені для респондентів 14-24 років, не характеризуються високою силою, ми можемо стверджувати, що для респондентів 14-24 років зв'язки між елементами теоретичної моделі є менш сталими, ніж для респондентів 25-35 років. Для досліджуваних вибірки 25-35-річних респондентів існуючі зв'язки між усіма елементами теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя, є помітно вищими, що свідчить про більшу сталість представлені нами моделі, і дає можливість припускати, що з віком процеси стилізації та запозичення соціальних практик отримують меншу вагу при динамічних процесах впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя. У той самий час, респонденти 14-24 років є більш схильними свідомо, частково свідомо або несвідомо запозичувати життєві практики з найближчого оточення, малої соціальної групи, до якої належать.

За результатами проведеної роботи можемо зробити наступні висновки:

1. Емпірично доведено існування статистично значущих зв'язків між Я-концепцією особистості, ціннісними орієнтаціями та роллю значущої особи на прикладі вибірок респондентів 14-24 та 25-35 років. Виявлено, що змінні, які представляли структурні елементи теоретичної моделі, за своїм змістом майже завжди відповідали одна одній або ж несли конгруентне ціннісне навантаження (на основі ціннісно-мотиваційного континуума Ш. Шварца). Даний факт свідчить про логічність та узгодженість зв'язків між структурними елементами представлені теоретичної моделі.

2. Відтак, підтверджена загальна гіпотеза дослідження, щодо здійснення впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості як напряму, так і за актуалізації опосередковуючих чинників: Я-концепції особистості та фігури значущої особи, що, у свою чергу, доводить правомірність існування теоретичної моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості.

3. Визначено, що зв'язки між елементами теоретичної моделі для респондентів 14-24 років характеризуються меншою силою, порівняно із вибіркою респондентів 25-35 років. Відповідно, можемо стверджувати, що на ряду з процесами самоідентифікації особистості зі значущою особою або референтною групою, стиль життя респондентів старшого

підліткового та юнацького віку перебуває під більшим впливом оточуючого середовища, ніж стиль життя респондентів 25-35 років. Для вибірки 25-35-річних респондентів існуючі зв'язки між усіма елементами моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя, є помітно вищими, що свідчить про більшу сталість представлені нами моделі, і дає можливість припускати, що з віком процеси запозичення соціальних практик отримують меншу вагу при динамічних процесах впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя. Відтак, стійкість та функціональність моделі впливу ціннісних орієнтацій на стиль життя особистості залежить від вікових особливостей досліджуваних, маючи тенденцію закріплюватися та демонструвати більш сильні зв'язки між її елементами з віком.

Список використаних джерел

- Місенг Д. В. Емпіричне дослідження зв'язків ціннісних орієнтацій та стилю життя особистості. *Актуальні проблеми психології : збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. 2019. Т. XI: Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. Вип. 19. С. 288–307.
- Місенг Д. В. Стиль життя особистості: основні наукові підходи і концептуалізація поняття. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2016. Вип. 38. С. 30–39.
- Місенг Д. В. Стиль життя особистості: операціоналізація поняття. *Актуальні проблеми психології : збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. 2018. Т. XI: Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. Вип. 18. С.165–184.
- Місенг Д.В. Ціннісні орієнтації сучасного українського юнацтва. *Психологічні виміри культури, економіки, управління*. 2018. Вип. XI. С. 198–206.
- Місенг Д. В. Цінності та ціннісні орієнтації особистості: розмежування понять. *Теорія і практика актуальних наукових досліджень: матеріали IV наук.-практ. конф., м. Дніпро, 22-23 лют. 2019 року*. Ч. 2. Дніпро, 2019. С. 12–15 с.

References

- Miseng, D. V. (2019). Empirical study of the connection of the value orientations and person's life-style. *Actual problems of psychology : Collection of the scientific works of G. S. Kostyuk Institute of psychology NAPS of the Ukraine*.

- Psychology of personality. Psychological assistance to personality*], 11(19), 288-307 [in Ukrainian].
- Miseng, D. V. (2016). Styl zhvttia osobvstosti: osnovni naukovi pidhody i kontseptualizatsiia poniattia [Personality's life-style: main scientific approaches and operationalization of the notion]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykhologii* [Scientific studies of social and political psychology], 38, 30-39 [in Ukrainian].
- Miseng, D. V. (2018). Styl zhvttia osobvstosti: operatsionalizatsia poniattia [Personality's life-style: operationalization of the notion]. *Aktualni problem psykhologii: zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykhologii imeni H. S. Kostiuka NAPN Ukrainy. Psykhologhiia osobvstosti. Psykhologichna dopomoha osobvstosti* [Actual problems of psychology : Collection of the scientific works of G. S. Kostiuk Institute of psychology NAPS of the Ukraine. Psychology of personality. Psychological assistance to personality], 11(18), 165-186 [in Ukrainian].
- Miseng, D. V. (2018). Tsinnosti suchasnoho ukrainskoho vumatstva [Contemporary Ukrainian Youth's value orientations]. *Psykhologichni vymiry kultury, ekonomiky upravlinnia* [Psychological dimensions of the culture, economy and management], 11, 198-206 [in Ukrainian].
- Miseng, D. V. (2019). Tsinnosti ta tsinnisni orientatsii osobvstosti: rozmezhuвання poniat [Values and value orientations of the personality: division of the notions]. In *Theory and Practice of actual scientific research: IV Scientific-Practical Conference*, (pp. 12-13). Dnipro [in Ukrainian].

D. Miseng

EMPIRICAL STUDY OF SELF-CONCEPT AND SIGNIFICANT OTHER AS MEDIATING FACTORS OF INFLUENCE OF VALUE ORIENTATIONS ON INDIVIDUAL'S LIFESTYLE

The article represents the theoretical model of influence of value orientations on individual's lifestyle and highlights the results of empirical study of self-concept and significant other as mediating factors of influence of value orientations on individual's lifestyle. The existence of connections between the elements of the presented theoretical model, namely between value orientations, self-concept, role of significant other and individual's lifestyle is empirically proven. The functionality of the presented model is substantiated, the peculiarities of its functioning for respondents aged 14-24 and 25-35 years old is highlighted.

Key words: individual's lifestyle, value orientations, self-concept, significant other, theoretical model of influence of value orientations on individual's lifestyle.

Надійшла до редакції 26.04.2019 р.