

**Л. К. Спиридонова**

кандидат психологічних наук, старший викладач  
Одеського державного економічного університету,  
кафедра мовної і психолого-педагогічної підготовки  
e-mail: lidiyaps@mail.ru

**СОЦІАЛЬНІ АКсіОМИ ЯК РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ СвіТУ**

У статті розглядається концепція соціальних аксіом, запропонована К. Leung і М. Bond. Доводиться, що соціальні аксіоми як своєрідні вербальні знаки, в яких втілюються переконання (вірування) про саму людину, соціальний і фізичний світ або духовний світ, і методика їх дослідження SAS («Соціальні аксіоми» К. Leung, М. Bond) можуть слугувати інструментарієм дослідження образу світу.

**Ключові слова:** образ світу, переконання (вірування), соціальні аксіоми.

Поняття образу світу, концепція якого запропонована О. М. Леонтєвим, вважається достатньо розробленою психологічною категорією. Вона розглядається з різних позицій у працях С. Д. Смирнова, Д. О. Леонтєва, О. Ю. Артем'євої, Ф. Ю. Василюка, В. П. Зінченка, В. Ф. Петренка, С. М. Симоненко, Т. М. Титаренко та інших учених. Однак ряд питань, пов'язаних з даною проблемою, залишається відкритим. Зокрема, це стосується такої суто практичної проблеми, як пошук інструментарію дослідження образу світу в контексті впливу на його формування культури.

Аналіз наукових праць, які стосуються проблеми дослідження образу світу, показав, що більшість науковців, зокрема В. Ф. Петренко, О. Г. Шмельов та інші, у своїх роботах спираються на основну тезу концепції О. М. Леонтєва про те, що образ світу відкривається людині через значення і особистісні смисли, які, у свою чергу, виявляються у вербальних і невербальних знаках.

У контексті даної тези особливої важливості щодо подальшого аналізу набувають, по-перше, ідеї Л. С. Виготського про те, що саме в знаках втілюється своєрідність тієї чи іншої культури. По-друге, роздуми Д. О. Леонтєва про соціальний статус смислу і С. Л. Рубінштейна про те, що семантичний зміст індивідуальної свідомості є суспільним утворенням. На нашу думку, вербальними знаками, які, з одного боку, можуть виявляти культурну специфіку, а з іншого — містять у собі імпліцитно представлений в індивідуальній свідомості «соціальний смисл», тобто у семантичному змісті індивідуальній свідомості виражають, експлікують суспільну свідомість, належать соціальні аксіоми, концепція яких розроблена М. Bond і К. Leung [9; 10].

Концепція соціальних аксіом, яку пропонують М. Bond, американський учений канадського походження, який мешкає в китайському Гонконзі, і

китайський дослідник К. Leung, була сформульована в рамках кроскультурної психології. У ній розглядається така малодосліджена сфера психологічного знання, як (від англійського «believes») вірування, переконання, соціальне мислення тощо.

Аналіз наукової літератури показав, що проблема вірувань (переконань, установок, соціального мислення) розглядається лише в окремих роботах. До них, наприклад, можна віднести досить відоме дослідження Р. Ділтса, одного з теоретиків НЛП, «Фокуси мови. Зміна переконань за допомогою НЛП». Проводяться дослідження ідеологічних вірувань, зокрема дослідження етноцентризму, проведене М. Роковічем. Широко відоме дослідження М. Ленера так званої «віри в справедливий світ», яке увійшло в багато підручників з соціальної психології. Можна відзначити ще деякі роботи, які представлені в аналізі даної проблеми в статті Ж.-П. Деконши [8, с.342–371]. Проте робіт, що стосуються «загальних вірувань», фактично немає. Цей факт наголошується і в оглядовій статті Ж.-П. Деконши, про це пише і М. Bond.

За визначенням авторів концепції — М. Bond, К. Leung і їх колег соціальні аксіоми — генералізовані переконання (вірування) про саму людину, соціальний і фізичний світ або духовний світ у формі твердження про відношення між двома сутностями або концепціями. «Найбільш загальні» вірування визначаються як узагальнене чекання, вищий рівень абстракції, який виявляється в багатьох контекстах і незалежно від часу. Вони є загальними для всіх людей, у них маніфестуються культурні значення і репрезентується картина світу. На думку авторів, соціальні аксіоми є центральними для людського мислення і забезпечують виживання і діяльність особистості у фізичному і соціальному світі.

Автори підкреслюють, що соціальні аксіоми не є цінностями, оскільки цінності містять компонент «добре / погано». Вони не є і так званими нормативними оцінними віруваннями, такими як «війни — це погано» або «здоров'я — це добре». Переконання людини спираються на відмічені нею взаємини між об'єктами. Тому типова соціальна аксіома має структуру «А пов'язано з Б», де А і Б можуть бути будь-якими сутностями, зв'язок між якими може бути причинним або кореляційним. Наприклад, «війни призведуть до загибелі цивілізації» або «здоров'я сприяє успіхам у роботі». Такі взаємини є характерними для суспільної свідомості і можуть трансформуватися в індивідуальній свідомості залежно від особливостей образу світу індивіда [9].

Зупинимось детальніше на описаних положеннях концепції соціальних аксіом.

Отже, соціальні аксіоми — це вірування. У них виявляється вищий рівень абстракції, вони існують у багатьох контекстах і поза часом. «За межі тимчасових вимірів» виходить і міф. У міфах виявляються духовні координати часу як первинні коди символів, смислів, світоглядних уявлень, чи, за термінологією К. Г. Юнга, архетипів. Проведена аналогія наводить на думку про те, що соціальні аксіоми є стислою, концентрованою формою, за якою ховається міфологічний зміст.

Архаїчне світосприймання, схильність до міфотворчості, як наголошується в роботах багатьох дослідників, властиві і буденній свідомості сучасної людини незалежно від того, чи є вона мешканцем сільської місцевості або міста.

Міфи як «форми колективної пам'яті», в яких закріпилося уявлення архаїчної людини про навколишній світ, дозволяють пізнавати глибинні, первинні властивості психіки людини. Видатний французький етнограф К. Леві-Строс відзначає, що міф належить одночасно і до явищ мови і до явищ, які знаходяться поза сферою мови. Незалежно від мови, на якій створений міф, він розуміється у всьому світі саме як міф. К. Леві-Строс бачить причину цього не в особливостях мови, а в особливостях тієї історії, яка розповідається в міфі. Розглядаючи міф як мову, він відзначає, що це мова, яка працює на дуже високому рівні, де суті вдається відірватися від словесної основи, яка служить їй опорою [4, с. 198–199].

Соціальні аксіоми є загальними для всіх людей, і в них так само, як в міфах, маніфестуються культурні значення і репрезентується картина світу. Можна сказати, що будь-яке вірування несе в собі міфічний зміст.

М. Bond і К. Leung проводять чітку грань між соціальними аксіомами, цінностями і нормативними переконаннями і пропонують чітко визначену структуру соціальних аксіом: «А пов'язано з Б», де А і Б можуть бути будь-якими сутностями, зв'язок між якими може бути причинним або кореляційним.

У зв'язку з цим відзначимо, що подібні конструкції були описані ще Арістотелем. Аналізуючи способи, за допомогою яких можна впливати на людей, геніальний грек разом з силогізмами, прикладами, притчами виділяє таку форму переконання, як ентимеми (вірування).

Ентимема, за визначенням Арістотеля, — це твердження, яке відноситься не до окремих випадків життя, а «має загальне значення» [1, с. 902]. У ній втілено знання, яке, можливо, не усвідомлюється, але присутнє у свідомості людей як загально визнаний факт. Ентимема — це силогізм, який *здається* силогізмом, але не є ним. У такому «якби силогізмі» «з наявності будь-якого факту виводять, що завжди або здебільше наслідком наявності цього факту буває наявність іншого» [1, с. 755]. Арістотель наводить такий приклад ентимеми: «Благородний муж гідний пошани». Порівняємо: «А» — «наявність якогось факту» («благородний муж»); «наслідком наявності цього факту буває наявність іншого» — «пов'язано з Б» («гідний пошани»). Арістотель вважає ентимеми одним з найбільш дієвих способів впливу на людей, оскільки вони «містять у собі суть доказу» [1, с. 745].

Можна помітити, що ентимеми Арістотеля і соціальні аксіоми близькі за своїм змістом, за формою і за силою впливу на людей.

Як вказувалося вище, значення знаходять своє вираження у вербальних і невербальних знаках, але мова залишається тією знаковою системою, в якій значення і смисли проявляють себе в найбільш експліцитній формі. Саме вербальні значення і знаки як носії культурно-історичного досвіду людей, розглядаються в працях Л. С. Виготського і як «складна система кодів» вони аналізуються в роботах О. Р. Лурії.

У своїх роботах О. Р. Лурія розглядає фактично всі елементи, що входять до складу мови. Важливим уявляється те, що О. Р. Лурія звертається до аналізу не лише слова як «основного елемента мови», яка «кодує наш досвід» [6, с. 32], але і до більш складно організованих її компонентів, таких як фраза, речення.

Окреме слово, як вказує О. Р. Лурія, не виражає цілісної думки. Фраза ж «не просто позначає якийсь предмет або явище, але і виражає певну думку, повідомляє про певну подію» [6, с. 184]. Цей факт дозволяє говорити про первинність вислову щодо слова, про що пишуть і такі авторитетні у сфері мовознавства вчені, як В. А. Звегінцев, Ф. де Соссюр, Т. П. Ломтєв і деякі інші. Думка, яка лежить в основі породження фрази, визначає її будову і цілісність. У свою чергу «смислова єдність» речення дозволяє говорити про таке синтаксичне утворення в контексті знаку і значення. Про знаковість висловів пишуть у своїх роботах Ф. де Соссюр, О. О. Леонтєв і Т. П. Ломтєв. Останній з них, звертаючись до проблеми лінгвістичних явищ, писав, що їхня сутність «полягає в конвенціональності між знаком і значенням», і далі вказував, що в реченні, так само як і в слові, виявляється єдність знаку і значення [5, с. 126–127]. Якщо слово має характерну форму слова, то формальне виявлення речення — модель. Спираючись на дані положення, відзначимо, що вербальна форма соціальних аксіом — речення, яке має чітко визначену модель: «А пов'язано з Б». Тобто соціальні аксіоми можуть розглядатися як своєрідні вербальні знаки.

Знаки, в яких вони знайшли своє вербальне втілення, відіграють не останню роль у тому впливі на людей, про яке пишуть і автори концепції соціальних аксіом, і Арістотель. Соціальні аксіоми — це своєрідний знак, про який можна сказати, перефразовуючи слова М. М. Бахтіна, що його форма є вираженням активного ціннісного відношення автора-творця і того, хто сприймає (і тому є співавтором форми) до змісту. Соціальні аксіоми імпліцитно представлені у свідомості (точніше у несвідомому) людини. Під час їх актуалізації у свідомості (при звучанні мови кого-небудь, у написаному тексті, у результаті дії будь-якого стимулу, тобто — «автора») і відбувається це єднання ціннісних орієнтацій автора, у ролі якого виступає в даному випадку колективний суб'єкт, і того, хто сприймає, про яких писав М. М. Бахтін [3, с. 314].

Нарешті, зупинимось безпосередньо на визначенні, яке дають соціальним аксіомам автори концепції: соціальні аксіоми — це генералізовані переконання (вірування) про саму людину, соціальний і фізичний світ чи духовний світ у формі твердження про стосунки між двома сутностями або концепціями.

У зв'язку з даною тезою помітимо, що узагальнений аналіз поглядів на проблему образу світу С. Д. Смирнова, В. В. Петухова, О. Ю. Артем'євої, С. М. Симоненко, Т. М. Титаренко, В. П. Зінченка, Ф. Ю. Василюка і багатьох інших учених, дозволив нам пропонувати своє визначення даної категорії. Це визначення ґрунтується на основному положенні концепції О. М. Леонтєва про те, що образ світу у свідомості людини виступає як «означений», тобто відкривається через систему значень, а також на три-

шаровій моделі образу світу, пропонуваній О. Ю. Артем'євою. Образ світу розуміється як представленість у психіці людини цілісного, багатовимірного світу — фізичного, предметного, соціального, природного і надприродного — у всіх його взаємозв'язках, включаючи і саму людину як «річ серед речей» (її внутрішній, духовний світ), який відкривається людині через систему значень і смислів. Поняттям «багатовимірність» у даному визначенні ми позначаємо, з одного боку, складну категоріальну організацію значень у поверхневих шарах образу світу, які можуть змінюватися під впливом обставин життя. З іншого боку, цим поняттям ми визначаємо складну ієрархію смислів і значень у глибинних ядерних структурах образу світу, яких набувають уявлення, переконання, вірування, архетипи, міфи тощо й які слабко піддаються усвідомленню і змінам і містять культурно-історичний досвід, який має загальнолюдський зміст, і зміст, закладений своєрідністю розвитку того чи іншого народу.

Як бачимо, семантичний зміст такого досить широкого визначення містить уявлення про саму людину, оскільки людина як «річ серед речей» включена до образу світу, уявлення про соціальний і фізичний світ і духовний світ людини. Тобто наше визначення образу світу і визначення соціальних аксіом у роботі М. Bond і К. Leung збігаються своїм семантичним змістом.

Крім того, самі автори концепції неодноразово вказують, що соціальні аксіоми — це вірування, закріплені в «картині», в «образі світу» як окремої людини, так і колективного суб'єкта, які представляють ту чи іншу культуру.

Численні кроскультурні дослідження з вивчення соціальних аксіом дозволили авторам концепції скласти опитувальник «Соціальні аксіоми» (SAS) і виділити п'ять типів соціальних аксіом, які, на їхню думку, існують в індивідуальній і суспільній свідомості:

- соціальний цинізм (Social Cynicism) — негативний погляд на людську природу і соціальний світ;
- нагорода зусиль (Reward for Application) — зусилля приведуть до позитивних результатів;
- соціальна гнучкість (Social Complexity) — множинність вирішень проблем і невизначених ситуацій;
- духовність або релігійність (Spirituality) — віра в існування надприродних сил і функціонування релігійних вірувань;
- контроль долі (Fate Control) — погляд на соціальні ситуації як контрольовані фатумом.

К. Leung і М. Bond описують зміст виділених факторів таким чином:

1. Соціальний цинізм (Social Cynicism) — негативний погляд на природу людини, недовіра до соціальних інститутів, уявлення про те, що люди живуть у жорстокому світі, в якому виживає сильний, що одні люди експлуатують інших, що найбільш ефективним засобом досягнення успіху є маніпулювання тими, хто їх оточує. До психологічних характеристик націй, в яких даний фактор має більшу міру вираженості, К. Leung і М. Bond і їх колеги відносять розчарованість життям, замкнутість, ненадійність,

прагнення до суперництва, агресивність і в той же час пасивність. Як показали дослідження авторів концепції і їхніх колег, цей фактор виявився найбільш потужним як показник, що характеризує особливості стану культур.

2. Соціальна гнучкість (Social Complexity) — припущення про те, що не існує суворих правил, а є багато варіантів досягнення результатів і що непослідовність (суперечність) людської поведінки, залежність її від ситуації — звичайне явище. Важливість цього фактора, на думку К. Leung і М. Bond, полягає в тому, що людина повинна знати, чи може вона будувати свою поведінку в тій чи іншій ситуації за вже знайомими зразками, чи їй необхідно виробляти нову стратегію поведінки.

3. Нагорода зусиль (Reward for Application) — загальні вірування про те, що зусилля, знання і ретельне планування приведуть до позитивних результатів. Цей фактор, крім того, включає тему справедливого світу.

4. Духовність (Spirituality) — фактор, пізніше перейменований у «релігійність», припускає існування надприродних сил і позитивний вплив релігії на поведінку людини.

5. Контроль долі (Fate Control) — включає переконання, що життєві події зумовлені, але у людей є деякі способи впливати на прояви законів долі.

К. Leung, М. Bond припустили, що соціальні аксіоми є універсальними (панкультурними) внаслідок їх функціональності й універсальності проблем, що вирішуються людьми в процесі виживання [9]. Іншими словами, люди, які є носіями тієї чи іншої культури, часто вирішують схожі проблеми, важливі для їхнього виживання і діяльності. Спільність цих проблем повинна привести до появи схожих соціальних аксіом в буденній свідомості представників різних культур. Проте міра прихильності цим соціальним аксіомам у різних культурах може бути різною, що визначається особливостями культури того чи іншого етносу. Крім того, особливості образу світу в різних культурних групах можуть привести до існування в буденній свідомості представників цих груп власних соціальних аксіом, в яких виражається унікальність даної культури в порівнянні з іншими культурами.

В останніх публікаціях К. Leung і М. Bond висловлюють припущення про те, що соціальні аксіоми відповідають універсальним потребам розвитку компетентності в соціальній і практичній сферах. Вимір «Цинізм» є відповіддю на варіанти людської здібності до шахрайства і обману; вимір «Контроль долі» — когнітивний спосіб, що дозволяє упоратися з різними рівнями негативних подій; «Нагорода зусиль» — припущення про подяку за вклад у фізичний і соціальний навколишній світ; «Соціальна гнучкість» — навчання орієнтації щодо проблем адаптації, яка зазвичай встає перед суспільством і підкріплюється (або не підкріплюється) використанням рішень, досягнутих за допомогою дивергентного мислення; «Релігійність» — відповідь на питання про космологічний порядок, значення і сенс існування людини у світі.

Таким чином, виявлено:

1. Соціальні аксіоми, концепція яких пропонує К. Leung і М. Bond, являють собою своєрідні складноорганізовані вербальні знаки, в яких маніфестується культура того чи іншого народу і семантичний зміст яких співвідноситься з семантичним змістом образу світу, оскільки включає вірування про фізичний, надприродний, соціальний світи і про внутрішній (духовний) світ людини.

2. Соціальні аксіоми можуть розглядатися як операціональний аналог семантичного змісту образу світу, а методика їх дослідження (SAS) може використовуватися для визначення особливостей образу.

## Література

1. Аристотель. Риторика // Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории / Аристотель. — Мн.: Литература, 1998. — С. 739–1012.
2. Артемьева Е. Ю. Основы психологии субъективной семантики / Е. Ю. Артемьева. — М.: Наука; Смысл, 1999. — 350 с.
3. Бахтин М. М. Собр. соч. / М. М. Бахтин — М.: Русские словари, 2003. — Т. 1: К вопросам методологии эстетики словесного творчества. Проблема формы, содержания и материала в словесном художественном творчестве. — С. 265–325.
4. Леви-Строс. Структурна антропология / Леви-Строс, Клод; [ пер. з фр. З. Борисюк]. — К.: Основи, 2000. — 387 с.: [ил.]. — [Бібліогр.: С. 361–375].
5. Ломтев Т. П. Об абсолютных и реляционных свойствах синтаксических единиц: (о понятии позиции в теории синтаксиса) / Т. П. Ломтев // Общее и русское языкознание: изб. работы. — М.: Наука, 1976. — С. 124–140.
6. Лурия А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия — [Под ред. Е. Д. Хомской]. — Ростов н/Д: Феникс, 1998. — 416 с. — [Бібліогр.: с. 394–412].
7. Петренко В. Ф. Основы психосемантики: уч. пособ. / В. Ф. Петренко. — М.: Изд. Моск. ун-та, 1997. — 400 с. — [Бібліогр.: с. 377–397].
8. Социальная психология. / под ред. С. Московичи. — 7-е изд. — СПб.: Питер, 2007. — 592 с.: [ил.]. — (Серия : «Мастера психологии»).
9. Social Axioms: The Search for Universal Dimensions of General Beliefs About How the World Functions/K. Leung, M. Bond [and others ]// Journal of Cross-Cultural Psychology. — 2002. — Vol. 33: [Number 3, May]. — P. 286–302.
10. Culture-Level Dimensions of Social Axioms and Their Correlates Across 41 Cultures / K. Leung, M. Bond [and other.] // Journal of Cross-Cultural Psychology. — 2004. — Vol. 35: [Number 5, September]. — P. 548–576.

**Л. К. Спиридонова**

кандидат психологических наук, старший преподаватель,  
Одесского государственного экономического университета,  
кафедра языковой и психолого-педагогической подготовки

**СОЦИАЛЬНЫЕ АКСИОМЫ КАК РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА МИРА**

**Резюме**

В статье рассматривается концепция социальных аксиом, предложенная К. Leung и М. Bond. Показывается, что социальные аксиомы как своеобразные вербальные знаки, в которых воплощаются убеждения (верования) о самом человеке, социальном и физическом мире или духовном мире, и методика их исследования SAS («Социальные аксиомы» К. Leung, М. Bond) могут служить инструментарием исследования образа мира.

**Ключевые слова:** образ мира, убеждения (верования), социальные аксиомы.

**L. K. Spiridonova**

senior teacher, Cand. of Sc.  
Odessa State Economics University

**SOCIAL AXIOMS AS REPRESENTATION OF THE IMAGE  
OF THE WORLD**

**Summary**

The concept of social axioms offered K. Leung i M. Bond is considered in the article. It is shown that social axioms, as peculiar verbal signs in which beliefs about the person, the social and physical world or an inner world are embodied, and a technique of their research SAS («Social axioms» K. Leung, M. Bond) can serve as toolkit of research of an image of the world.

**Key words:** an image of the world, beliefs, social axioms.