

УДК 159.9

DOI <https://doi.org/10.32782/psy-2025-5-3>

Кириченко Віктор

*доктор психологічних наук, доцент,
професор (б. в. з.) кафедри соціальної та практичної психології
Житомирського державного університету імені Івана Франка*

Сардак Андрій

*аспірант кафедри соціальної та практичної психології
Житомирського державного університету імені Івана Франка*

ПСИХОСОЦІАЛЬНІ СКЛАДНИКИ ІМІДЖУ УСПІШНОЇ ЛЮДИНИ

Анотація. У статті представлено результати психосемантичного дослідження смислової структури іміджу успішної людини та здійснено порівняння його відмінностей серед осіб юнацького віку та віку середньої дорослості. Дослідження спрямоване на аналіз соціально-психологічних компонентів іміджу успішної особистості, оскільки він зазнав значних змін під впливом глобалізаційних процесів. У дослідженні взяли участь 87 осіб, серед яких 47 юнаків і 40 осіб середнього віку. Методологія дослідження базувалася на вивченні психосемантичної структури явлень про успіх. Визначено основні атрибути успішної людини, які можуть використовувати в сучасному світі для популяризації соціально значущих досягнень особистості. Соціально-психологічний образ успішної особи – узагальнений портрет особистості, яка досягає значущих результатів у житті та визнається суспільством як приклад для наслідування. Такий образ формується на основі сукупності внутрішніх якостей, які є бажаними в процесі налагодження соціальної взаємодії. У сучасному суспільстві успіх є багатовимірним феноменом, який охоплює не тільки особистісні якості, а й соціальні досягнення. Дослідження уявлень про успішну особистість дає змогу виявити цінності, що домінують у соціальній свідомості. Асоціативне дослідження допомагає реконструювати структуру уявлень про успіх на основі спонтанних відповідей респондентів. У результаті порівняння отриманих результатів психосемантичної структури іміджу успішної людини можна зробити такі висновки. Для осіб раннього дорослого віку успіх не є процесом; пересічна особа може ідентифікувати лише окремі атрибути успішності, які мають статичні властивості, зокрема кількісні. Особи юнацького віку вважають, що імідж успішної людини складається з окремих соціально-психологічних рис, які сприяють досягненню результатів (є запорукою успіху). Найбільш виразні риси в структурі іміджу успішної людини стосуються соціальної кооперації та міжособистісної взаємодії. Виявлено два основні підходи до уявлень про успіх: процесуально орієнтований та орієнтований на результат. Обидві моделі співіснують у свідомості респондентів і можуть відбивати соціально-культурні установки щодо образу «успішної людини», що підтверджує існування відмінностей у картинах світу представників різних культурних поколінь.

Ключові слова: імідж, образ світу, особистісні риси, особистість, успішність, мислення.

Kyrychenko Viktor

*Doctor of Psychological Sciences, Associate Professor,
Professor at the Department of Social and Practical Psychology
Zhytomyr Ivan Franko State University*

Sardak Andriy

*Postgraduate Student at the Department of Social and Practical Psychology
Zhytomyr Ivan Franko State University*

PSYCHOSOCIAL COMPONENTS IMAGE OF A SUCCESSFUL PERSON

Abstract. The article presents the results of a psychosocial study of the semantic structure of the image of a successful person and compares its differences in individuals of adolescent and middle adulthood ages. Our research is aimed at analyzing the social-psychological components of the image of a successful personality, as it has undergone significant changes under the influence of globalization processes. The study involved 87 participants, including

47 young people and 40 individuals of middle age. The methodology of the study was based on the analysis of the psychosocial structure of success-related concepts. We identified the key attributes of a successful person that can be used in the modern world to promote socially significant achievements of an individual. The socio-psychological image of a successful person represents a generalized portrait of an individual who achieves significant results in life and is recognized by society as a role model. Such an image is formed based on a set of internal qualities that are desirable in the process of establishing social interaction. In modern society, success is a multidimensional phenomenon that includes not only personal qualities but also social achievements. The study of representations of a successful person allows for the identification of values that dominate social consciousness. The associative research allows for the reconstruction of the structure of success-related concepts based on the spontaneous responses of the respondents. As a result of comparing the obtained results of the psychosocial structure of the image of a successful person, we can draw the following conclusions. For individuals of early adulthood, success is not a process; an ordinary person can only identify certain attributes of success that have static properties, particularly quantitative ones. Adolescents believe that the image of a successful person consists of separate social-psychological traits that contribute to achieving results (are the key to success). The most prominent traits in the structure of the image of a successful person relate to social cooperation and interpersonal interaction. The study revealed two main approaches to representations of success: a process-oriented approach and a result-oriented approach. Both models coexist in the minds of respondents and may reflect socio-cultural attitudes toward the image of the “successful person”, confirming the existence of differences in worldviews among representatives of different cultural generations.

Keywords: image, worldview, personality traits, personality, success, thinking.

Постановка проблеми та аналіз досліджень.

Успіх як соціально-психологічна характеристика є невід’ємною частиною образу «Я». Він бажаний у системі інтерперсональної взаємодії, оскільки вказує на певні індикативні характеристики суб’єкта соціальних відносин, його соціальну привабливість і статус. Успіх стає властивістю, яка дає змогу іншим членам соціальних відносин вибудувати конструктивну модель міжособистісної та міжгрупової взаємодії. У різні історичні періоди та культурні прошарки успіх як соціально-психологічний атрибут відігравав важливу роль у процесі міжособистісної та міжгрупової інтеракції, оскільки є інтегральною характеристикою здатності особистості до продуктивної діяльності.

На рівні індивідуальної та колективної картини світу є водночас дві системи оцінки успішності особистості (здатності досягати успіху). Одна з них фіксує індивідуальні уявлення особистості, які сформовані в процесі життєдіяльності особистості, на власному досвіді досягнення конкретних результатів та їхньої оцінки з боку цінності. Інша система – це загальнокультурне мірило успіху, яке передається в процесі соціалізації, і має бути відповідником індивідуальним уявленням людини. Як індивідуальні, так і колективні системи оцінки життєвого успіху є наслідком інтеріоризації окремих культурних норм, що стосуються соціально-статусного розвитку особистості, відповідність певним ознакам успішної людини, що слугують своєрідними доказами-атрибутами певних соціально цінних досягнень суб’єкта: фінансових, наукових, культурних, гендерно-рольових тощо.

Щодо цього культура дає змогу обирати прийнятні шляхи досягнення бажаного соціального статусу залежно від внутрішнього рівня домагань і наявних ресурсів особистісного розвитку. У процесі соціалізації особистість має можливість ознайомитися з усіма можливими варіантами соціально-прийнятних форм досягнення успіху. Це можуть бути також форми, які апіорі вважаються протиправними чи антигуманними, залежно від соціальної ситуації розвитку – окремі форми діяльності піддаються оціночній інверсії, тому їх суспільна цінність інколи піддається переосмисленню з погляду норм моралі та права.

Успіх має іміджеві властивості в розумінні атрибуції статусних характеристик особистості. Це стосується як зовнішніх, матеріальних атрибутів (більшою мірою), так і речей, що пов’язані з усталеним способом життя, поведінковими актами, стилем життя. Зовнішня відповідність іміджу успішної людини досягається завдяки простим, досить невибагливим і доступним речам, якщо брати до уваги, що фінансові ресурси є першим атрибутом успішної особи. Зовнішня, матеріальна демонстрація успіху досягається завдяки використанню вартісних атрибутів: дорогі прикраси, одяг, нерухомість, антикварні та ексклюзивні речі. Цей спосіб у різні часи був популярний для осіб, які мали потребу публічно демонструвати успіх, особливо в умовах обмежених інтелектуальних чи суспільних досягнень. У праці «Наодинці із собою» філософ та імператор Римської Імперії Марк Аврелій, розмірковуючи про людські цінності, говорить про те, що

для більшості характерна схильність до поцінування матеріального світу, прагнення опанувати матеріальними предметами; з іншого боку, він доходить висновку, що така меркантильна позиція заважає розвиватися, обмежує особу та робить її залежною від своїх низьких бажань [4]. На початку XXI ст. набирає обертів філософський підхід «дауншифтингу», який базується на переосмисленні споживацької моделі ринку, свідомому самоконтролі споживацької поведінки та зосередженні життєвих сил на самопізнанні та інтелектуальному самозбагаченні. Дауншифтинг (від англ. downshifting – пониження передачі швидкості автомобіля) з'являється в розвинених країнах, жителі яких найбільше відчувають економічний тиск із боку ринку. Кругообіг ринкових відносин змушує постійно орієнтуватися на культурні й економічні тренди, вдаватися до переоцінки зовнішньої відповідності образу успішної людини, що виводить безглузде споживацтво на рівень масової культури [8]. У дослідженні M. Eimermann, U. Lindgre та L. Lundmark встановлено, що більшість осіб, які змінюють свій спосіб життя на більш простий, роблять це без кардинальної зміни споживчих звичок. Як правило, це відбувається як вимушені обмеження. Автори зазначають, що хоча деякі зміни в споживанні спостерігаються, загалом суспільство не демонструє широкого переходу до добровільної простоти [7].

У попередніх дослідженнях ми на вибірці осіб юнацького віку встановили, що важливими складниками атрибуції успіху осіб юнацького віку є внутрішні чинники досягнення: уміння та здібності, вольові зусилля, ініціативність та лідерство [2]. Отримані результати важливі для розуміння поведінкових стратегій досягнення успіху, проте вони стосуються лише процесуального складника успіху й не описують успіх як стійку властивість, успіх як досягнення. В інтенсивному соціальному середовищі важко зберігати образ успішної людини, не маючи стійких свідчень успішності. Статус успішної людини набувається за допомогою закріплених в окремій культурі індикаторів успішності. Людство щодо цього пройшло тривалий і складний шлях трансформацій: від прикрас із частин тіла тварин (як свідчення успішності мисливця, підкреслення статусу вождя, правителя або демонстрація статевої привабливості) до складного, проте вільного конструктора образу успішної людини в сучасному цифровому світі. Для більшості складним завданням є збереження власного образу «Я» як образу

успішної людини, бо саме від цього залежатиме подальша інтеракція з іншими членами суспільства. В умовах інформаційного суспільства збільшується простір публічності, простір для цифрового самоконструювання, особливо в просторі цифрових соціальних мереж. З розвитком культури цифрового соціального простору в пересічних осіб збільшується простір для цифрового самоконструювання, де основні тренди самопрезентації задають лідери думок цифрових соціальних мереж – блогери. За даними дослідження Н. О. Ляшенко та В. О. Болотова, для демонстрації успішності сучасна людина має транслювати такі наративи, для довершення образу медійно-популярної особи, що у світі цифрових соціальних технологій є синонімічним особистісному успіху: 1) наративи соціальної активності, залученості до різноманітних сфер життєдіяльності; 2) наративи матеріальної забезпеченості, комфорту; 3) наративи підтримки здоров'я (фізичного та ментального); 4) наративи доброчинної (благодійної) підтримки інших осіб; 5) наративи широкого кругозору, яскравих вражень, розширення досвіду екзотичним подіями [3]. Викликом для більшості стало опанування вміння цифрової популяризації успіху, що породило велику кількість навчального матеріалу зі сторителінгу, цифрової грамотності, соціального підприємництва. Цифрові соціальні мережі є ключовою, достатньо математично об'єктивною, метричною системою оцінки особистісного успіху. Виклик для сучасної людини не просто досягти успіху в певній справі, а необхідність зробити цей успіх публічно очевидним.

Мета статті – здійснити психосемантичну реконструкцію іміджу успішної особистості, проаналізувати її складники та зробити певні припущення щодо особливостей його структури.

Виклад основного матеріалу. Образ світу має складну смислову структуру, де кожне явище складається з окремих компонентів, що накопичуються в процесі соціального становлення. Смислові уявлення еволюціонують залежно від умов розвитку особистості та можуть відбивати вікові й культурні відмінності в сприйнятті того чи іншого соціально-психологічного явища. Імідж успішної особи, за нашими припущеннями, трансформується під впливом культурних змін, які є досить швидкими в умовах інформаційного суспільства. Зміни відбуваються й у розумінні передумов успіху, адже саме культура задає межі, у яких відбувається колективне схвалення успіху. Соціально схвалюваною характеристикою успішної людини

залишається прагнення до успіху, що закладається в основу процесу соціалізації. Передання соціального досвіду має на меті опанування просоціальних форм досягнення колективного визнання саме через досягнення в певній сфері життєдіяльності. У різних культурних системах імідж успішної людини має відмінності. Тому те, що в одних культурах (субкультурах) є ознакою успіху, в інших може не сприйматися як високе досягнення.

Наше дослідження спрямоване на вивчення соціально-психологічних складників іміджу успішної людини, адже вона зазнала значних трансформацій під впливом процесів глобалізації. У дослідженні взяли участь 87 осіб (47 осіб юнацького віку та 40 осіб віку середньої дорослості). Методологія дослідження побудована на вивченні психосемантичної структури успіху та популяризації під час процесу соціальної комунікації.

Нами визначено основні атрибути успішної людини, які можуть використовуватися в сучасному світі як засіб популяризації соціально значущих досягнень особистості. Соціально-психологічний образ успішної людини – це узагальнений портрет особистості, яка досягає значних результатів у житті та визнається суспільством як приклад для наслідування. Такий образ формується на основі сукупності внутрішніх якостей, які є бажаними в процесі налагодження соціальної взаємодії. У сучасному суспільстві успіх є багатовимірним феноменом, що містить як особистісні якості, так і соціальні досягнення. Дослідження уявлень про успішну особистість дає змогу виявити цінності, які домінують у соціальній свідомості. Асоціативне дослідження дає змогу рекон-

струювати структуру уявлень про успіх на основі спонтанних відповідей респондентів.

За результатами асоціативного дослідження осіб юнацького віку зібрано 421 асоціацію на словостимул «імідж успішної особистості». На основі частотного аналізу асоціативного дослідження соціально-психологічних рис успішної особистості, до структури іміджу успішної особистості увійшли: 1) комунікабельність (76 асоціацій); 2) лідерські якості та ініціативність (73); 3) мотивація та рівень домагань (65); 4) соціальна активність (58); 5) саморозвиток (47); 6) впевненість у собі (46); 7) інтелектуальні здібності (26); 8) адаптивність (21); 9) критичність до себе та інших (9).

Отримані результати свідчать про орієнтацію осіб юнацького віку на атрибуцію рис, які є важливими складниками соціальної кооперації, взаємодії з іншими людьми. Так, ми припускаємо, що успіх є наслідком колективної діяльності. Успіху важко досягти в індивідуальній діяльності, а лише в системі соціальних зв'язків з іншими людьми.

На основі аналізу кластерного аналізу можемо виокремити групи змістових областей іміджу успішної людини, до яких увійшли: 1) соціальна активність та мотивація досягнення, 2) лідерські якості, ініціативність і комунікабельність, 3) впевненість у собі та саморозвиток, 4) адаптивність та інтелектуальні здібності (Рис. 1). За результатами асоціативного дослідження осіб юнацького віку зібрано 254 асоціації на словостимул «психологічний імідж успішної особистості». На основі частотного аналізу асоціативного дослідження соціально-психологічних рис успішної особистості, до структури іміджу

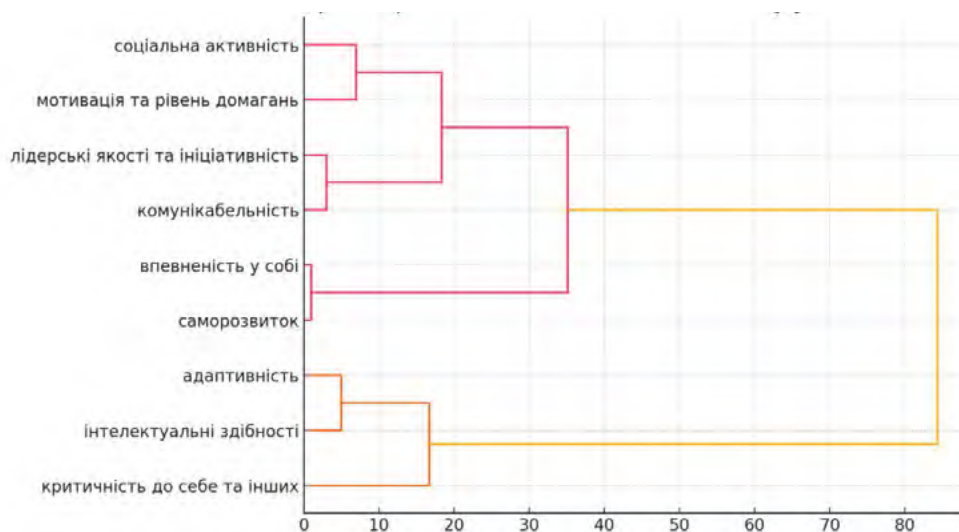


Рис. 1. Кластерна структура психосемантичної моделі іміджу успішної людини (результати дослідження осіб юнацького віку)

успішної особистості увійшли: 1) фінансова незалежність (132 асоціації); 2) працьовитість (42); 3) статус та влада (39); 4) соціальна популярність (31); 5) комунікативність (10).

Особи віку ранньої дорослості зазначили вдвічі меншу кількість асоціацій, які тяжіють більше до зовнішнього матеріального реконструювання іміджу успішної людини, ніж до реконструкції через атрибуцію соціально-психологічних рис. Кластерна структура психосемантичної моделі іміджу успішної людини осіб середньої дорослості містить удвічі менше елементів, які не трапляються в кластерній структурі іміджу успішної людини осіб юнацького віку (Рис. 2). Це свідчить про те, що між світоглядними уявленнями успіху осіб юнацького та дорослого віку є суттєва відмінність, яка проявляється в усвідомленні результатів успішності. Особи юнацького віку сприймають успіх як процес, тому багато атрибутів стосується процесуальних сторін успіху: «соціальна активність», «мотивація та рівень домагань», «лідерські якості та ініціативність». Особи віку середньої дорослості основою успіху вважають результат, який у межах сучасного економічного простору описується як фінансова незалежність (забезпеченість), що дає можливість досягати успіху в інших сферах соціальної життєдіяльності.

Порівняння кластерних структур смислових уявлень про імідж успішної людини свідчить про існування двох різних моделей уявлень про успіх у представників різних вікових груп. Перша модель (гуманістична) базується на внутрішніх якостях особистості, як-от ініціативність, впев-

неність, інтелект, яка властива досліджуваним юнацького віку. Друга модель (прагматична) зосереджена на зовнішніх проявах успіху – фінансовій стабільності, статусі, соціальному визнанні, яка притаманна особам віку середньої дорослості. Побудовані кластерні дендрограми показали, що респонденти формують два різні кластери уявлень про успіх. Соціально-психологічні риси групуються навколо ідей особистісного розвитку, соціальної взаємодії та самореалізації. Соціально-економічні риси утворюють окремий кластер, зорієнтований на матеріальні досягнення, престиж і визнання. У процесі соціального становлення відбувається зміщення фокусу сприйняття успіху: від успіху як процесу (активна форма) та успіху як результату (відчуття стабільності). Так, фіксуємо певну трансформацію образу успішної людини, яка є результатом соціального дозрівання особистості, зміни уявлень та накопичення соціального досвіду. У кінцевому розумінні людина доходить висновку, що успіх є не процесом, а оцінюється як результат, що в межах сучасних соціально-економічних відносин має прагматичну фінансову форму.

Шляхом зіставлення результатів психосемантичної структури іміджу успішної людини можемо дійти таких **висновків**:

1. Для осіб віку ранньої дорослості успіх не є процесом; пересічна особа може ідентифікувати лише окремі атрибути успішності, які мають статичні властивості, наприклад, кількісні.

2. Особи юнацького віку вважають, що імідж успішної людини складається з окремих соціально-психологічних рис, які допомагають

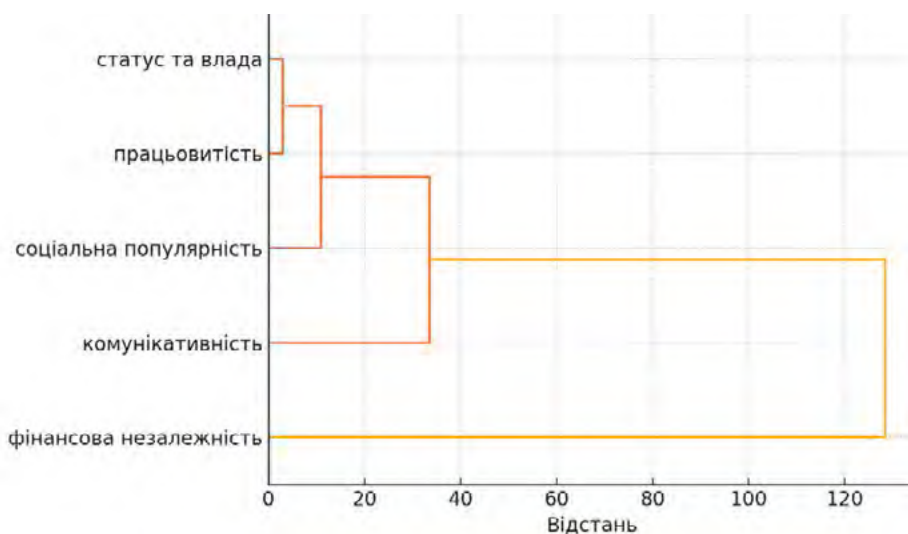


Рис. 2. Кластерна структура психосемантичної моделі іміджу успішної людини (результати дослідження осіб віку ранньої дорослості)

досягти результатів (є запорукою успіху); найбільш виразні риси в структурі іміджу успішної людини стосуються соціальної кооперації та міжособистісної взаємодії.

Виявлено два основні підходи до уявлення про успіх: процесуально орієнтований та орієн-

тований на результат. Обидві моделі співіснують у свідомості респондентів і можуть відбивати соціально-культурні установки щодо образу «успішної людини», які підтверджують існування відмінностей у картині світу представникам різних культурних поколінь.

Список використаних джерел

1. Гуляс І. А. Життєвий успіх як соціально-психологічний феномен. Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології». 2018. № 41. С. 69–78.
2. Кириченко В. В. Смысловая концептуализация житевого успеха у осіб юнацького віку. *Психологічні студії*. 2024. № 4. С. 45–49.
3. Ляшенко Н. О., Болотова В. О. Гендерні особливості формування іміджу успішної людини блогерами Instagram та TikTok. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2024. Випуск 104. С. 25–41.
4. Марк Аврелій. Наодинці з собою. Роздуми. Львів : Літопис, 2007. 212 с.
5. Нохріна І. Теоретичні аспекти понять «успіх» та «успішність» особистості. *Ввічливість. Humanitas*. 2024. № 3. С. 100–105.
6. Романовський О. Г. Філософія досягнення успіху. Харків : НТУ «ХПІ», 2007. 592 с.
7. Eimermann, M., Lindgren, U., Lundmark, L. Nuancing Holistic Simplicity in Sweden: A Statistical Exploration of Consumption, Age and Gender. *Sustainability*. 2021. № 13(15). URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/15/8340>.
8. Kozmenko O., Mykhailiuk V., Chernetska-Biletska N. Theoretical and Methodological Model of Downshifting as an Alternative Resource of Self-Realization of a Successful Person in Dimensions of Social Transformations. *Insight: The Psychological Dimensions of Society*. 2023. № 10. P. 251–273.