

МЕТОД РЕКОНСТРУКЦИИ СМЫСЛА

© 2019г. П.К. Власов*, А.А. Киселева**

**Доктор психологических наук, Институт Прикладной Психологии,
г. Харьков, Украина;*

E-mail: pkhuce@gmail.com

***Кандидат филологических наук, Институт Прикладной Психологии,
г. Харьков, Украина;*

E-mail: aahuce@gmail.com

Обсуждается проблема прогнозирования разномодальных проявлений человека при взаимодействии с внешней средой в условиях неопределенности. Цель исследования: определение тезауруса понятий, описывающих отношения людей к социальной группе предпринимателей. Метод исследования: реконструкции смысла как последовательную реконструкцию уровней описания объекта на основе его вербального отражения субъектами. Показано, что социальные представления имеют как инвариантные, так и вариативные составляющие. В восприятии респондентов в 1995-1998 годах на Украине категория «предприниматель» имела выраженную многоплановость. К составляющим положительного образа «предпринимателя» относятся следующие описания: рачительный и рациональный хозяин, умеет правильно распорядиться финансами, делает вклады в базовые отрасли промышленности, производство и добычу; работает с размахом и мощью; его деятельность направлена на пользу государству; она открыта, честна, доступна, надежна и долговечна; во взаимодействие с ним могут вступать все. К составляющим отрицательного образа «предпринимателя» относятся: организация занимается не престижным делом, типа перепродажи, перемыванием денег; она проста и нерациональна, у нее нет размаха, если есть успех, то только за счет обмана, жульничества, шарлатанства; она замкнута и обособлена; у нее ограничен финансовый ресурс (она ненадежна, недолговечна); компания ничего не делает для окружающих; если и делает, то в целях саморекламы) и т.п. В целом, отрицательный образ «предпринимателя» в восприятии людей более представлен и дифференцирован, чем положительный; он, в отличие от положительного образа, чаще строится на логически обоснованных умозаключениях и понятийном дифференцировании.

Ключевые слова: метод реконструкции смысла, организация, образ, ситуации, объект, субъект, предприниматель.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

В настоящий момент проблема прогнозирования разномодальных проявлений человека при взаимодействии с внешней средой в условиях неопределенности, кроме теоретического, имеет остропрактическое значение. К примеру, прогнозирование поведения потребителей при взаимодействии с новым продуктом, анализ отношения клиентов или сотрудников к компании при исследовании организационной культуры, поведения избирателей по отношению к тому или иному кандидату и т.д.

Особый интерес представляют ситуации взаимодействия человека с объектом, у которого нет реальных референтов в действительности и опыте. Это, например, отношение студента к будущей профессии, жителей города к политической идее «социальной справедливости», клиентов к «идеальной» организации. Несомненную важность имеет прогнозирование поведения человека в случае, когда реальное взаимодействие с объектом невозможно в силу разрушительных последствий и высокой стоимости, например, прогнозирование действий оператора на новом пульте управления АЭС ввиду очевидных экологических последствий. В этом случае исследователь часто ограничен в возможностях анализа и подчас единственное, что он имеет – это естественные языковые высказывания об объекте: описание, отношение, рассуждения – то, что мы назовем вербальным образом объекта. Поэтому очевидна необходимость поиска системных методов анализа вербального образа с целью поведенческой прогностики.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОСЫЛКИ

Основную функцию в процессе регуляции действий выполняют «системы оперативного отражения», которые представлены в памяти и определяют индивидуальный способ производственной деятельности (Геберт, Розенштиль, 2006). Системы оперативного отражения включают: антиципацию результата работы, знание условий работы (например, знание свойств сырья и функционирования машин), гипотезы о преобразованиях

(операциях), которые необходимы для того, чтобы перейти от фактического состояния к должному. В научной литературе известно понятие *образа будущего действия* как представления о будущем состоянии объекта и способах его преобразования. В основном, системы оперативного отражения выполняют когнитивную функцию формирования ожиданий, и, таким образом, представляют собой поисковую модель, которая определяет действия.

Цепочка «сравнение-изменение-обратная связь» объясняет характер трудовой деятельности как взаимодействия человека и ситуации (рабочей среды). Ситуация порождает некие объективные задания, о которых человек формирует собственное субъективное представление в виде специфических систем оперативного отражения, в процессе воплощения которых он влияет на ситуацию, изменяя ее.

Некоторые специалисты выделяют три уровня регуляции: сенсомоторный, перцептивно-понятийный и интеллектуальный. Интеллектуальный уровень предшествует двум другим. На этом уровне человек разрабатывает общий план выполнения задания. На перцептивно-понятийном – регулирует отдельные действия, на сенсомоторном – процесс выполнения заданий. Относительно качества деятельности наиболее важным изменением психической структуры специалисты считают интеллектуальное проникновение в суть структуры деятельности.

Психические процессы сенсбилизации, автоматизации, вербализации и интеллектуальной обработки обуславливают качество деятельности. Увеличение вербализации проявляется в том, что условия и элементы деятельности, которые не имеют словесных эквивалентов (не вербализованы) в будущем, выражены в словах и закреплены в особых понятиях.

Таким образом, субъективное представление в виде специфических систем оперативного отражения (концепт или образ будущего действия)

является предиктором результата деятельности. Отсюда можно говорить о качестве концепта: его функциональности и продуктивности, возможности с его помощью описывать, объяснять и прогнозировать изменения и преобразовать реальность. Следовательно, вербальный образ как отражение образа будущего действия является предиктором будущих действий по отношению к объекту, на основе которого можно прогнозировать поведение человека по отношению к объекту.

То, что в языке проявляются представления, отношения и намерения по отношению к объекту нашло отражение в понятии интенционального референта, который лежит в основе языковых высказываний (Брентано, 1996; Гуссерль, 2005). Это означает, что все объекты, к которым отсылает язык, которые подразумеваются или предполагаются в процессе коммуникации, имеют в своей основе интенции человека. Именно интенции образуют его (человека) «мир смыслов», то есть отражают ценность объекта (аксиологию) и фактически являются прообразом действий (праксеологии) по отношению к части внешней среды.

Концепт может иметь разную степень сформированности, это особенно интересно на стадии несформированного концепта, нового ценного концепта, например, замысла будущей деятельности. Замысел – это «ценностно-когнитивно-действенный» паттерн, который и инициирует организационную деятельность. В общем, организационная деятельность на этапе замысла организует четыре основных компонента: потребности (требования физического и психического благополучия); ценности (то, что инициатор расценивает как хорошее или выгодное и начинает действовать, чтобы получить или удержать это); цели и намерения (ситуационно-специфическая форма ценностей, определенный объект или цель действия); и эмоции (форма, при которой человек чувствует изменение значения ресурсов) (Власов, 2004).

В связи с этим особый интерес вызывает возможность проанализировать траекторию существования концепта, предусмотреть его

референцию в деятельности. Таким образом, возникает вопрос о том, как можно изучать концепт деятельности.

Поскольку коммуникация (вербализация) – это способ формирования и осознания концепта деятельности, то вербальное отражение концепта деятельности вполне показательно для описания, изучения концепта деятельности и прогнозирования самой деятельности.

В языке всегда отражена репрезентация объекта, или то, как человек определяет для себя объект (Апресян, 2009). Например, структурный анализ феномена «профессия» и ее компонентов (Толочек, 2018, 2019), метафоры как форма репрезентации объекта (Лакофф, Джонсон, 2004), картина мира (Кошанский, 2009), семантическое пространство (Петренко, 1974). Под определением объекта мы понимаем представления человека о ценности объекта (аксиология), о том, как по отношению к нему действовать (праксеология), из каких элементов он состоит (морфология), как он изменяется и развивается (онтология), как его исследовать (гносеология), по Г.В.Суходольскому (1994). Другими словами, вербальный образ – это когнитивный паттерн, некий ментальный слепок объекта, который существует в виде языковых высказываний, суждений, оценок и имеет понятийное насыщение. Его содержание (семантика) и структура зависят от местоопределения человека по отношению к объекту (по П.К.Власову, 2004). То есть от того, насколько ценным объект представляется человеку, какие действия он считает возможным с ним совершать, как он понимает природу объекта и дифференцирует его структуру. Таким способом, вербальный образ отражает структуру смыслов, связанных с объектом. Следовательно, изучение вербального образа как раз и позволяет сделать выводы о ценностной ориентации человека, о структуре его мотивации, о компетенции и таким образом прогнозировать возможные проявления.

Мы предлагаем рассматривать вербальный образ как совокупный продукт культуры человека, включающей его ценности, знания, действия /

инструменты. В такой реакции проявляется и замысел субъекта по отношению к объекту. Посредством своей вербальной реакции человек интерпретирует объект, как бы встраивает его в свой субъективный контекст. Человек создает свой индивидуальный дискурс объекта, в котором проявляется его индивидуальная конструкция социального мира. Посредством вербальной реакции человек конструирует социальный мир, включающий и данный объект.

С позиции системного подхода, вербальная реакция – это элемент взаимодействия человека и объекта, а смысл такой вербальной реакции – системный эффект, который складывается одновременно из особенностей объекта и особенностей субъекта (Власов, Киселева, 2012). Таким образом, по вербальной реакции мы одновременно можем изучать и сам объект для определенной группы субъектов, и делать выводы о самой группе (ее системе ценностей, отношений, знаний, действий).

Таким образом, для анализа вербального образа, отражающего концепт будущих действий нам необходима структура изоморфная деятельности, с одной стороны, и человек, с другой, которая отражает динамику этих отношений, а также позволяет прогнозировать деятельность.

ПОДХОД И МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

За основу такой структуры мы взяли иерархическую модель описания деятельности Г.В. Суходольского (1998). Она включает:

- составы и структуры, которые определяют морфологию деятельности; потребности,
- удовлетворяющие их ценности и отражающие их оценки определяют аксиологию деятельности;
- развитие и функционирование отражают праксиологию деятельности;
- существование, характеристики и познание выражают онтологический аспект мира деятельности (Суходольский, 1998).

Мы предлагаем подход *и метод реконструкции смысла*. Он состоит последовательной реконструкции уровней описания объекта на основе вербального отражения, согласно Г.В.Суходольскому (Суходольский, 1998).

Для реконструкции всего концепта деятельности мы не можем воспользоваться одним методом, поскольку такой метод нам не удалось выявить в литературе. Поэтому мы решили, что необходим комплекс методов, которые позволят реконструировать концепт деятельности. Структура подхода заключается в следующем.

Морфология вербального образа – это содержание деятельности, ее соотнесенность с конкретной реальностью и включенными в нее объектами. Эти объекты включены в вербальное описание, выбраны человеком для направленной деятельности. Лингвистическим эквивалентом морфологии деятельности является понятия, включенные в описание, их количество. Семантика понятий указывает на содержание деятельности и ее направленность. Количество понятий говорит о когнитивной сложности и дифференцированности и, соответственно, осознанности и доступности концепта и управляемости деятельности.

Лингвистическим эквивалентом *аксиологии и ценностей*, участвующих в деятельности, является вес (частота) понятий и их эмоциональная оценка – то есть акценты в морфологии. Частотная и оценочная структура формируют иерархическую структуру концепта деятельности, и говорят о приоритетах и отношении человека к деятельности.

Праксеологию вербального образа формирует объяснительный паттерн, раскрывающий то, что стоит за данным описанием (причина выбора именно этих элементов деятельности в такой иерархической и оценочной структуре). Он раскрывает мотивы человека, которые приводят в действие концепт. Лингвистическим эквивалентом праксеологии могут быть явные и скрытые логико-смысловые связи понятий, включенных в описание. Они раскрывают интенциональную природу высказываний. Праксеология

раскрывает основной движущий мотив, развитие и функционирование деятельности человека.

Ключевые понятия, формирующие описание, и их иерархия служат параметрическими критериями сравнения и позволяют сравнивать разные концепты или концепты разных людей между собой и изучать их. Что формирует *гносеологический уровень описания деятельности*

Контекст, который делает возможным существование и возникновение такого концепта деятельности, выражает *онтологический уровень описания деятельности*. Этот уровень не имеет прямых лингвистических эквивалентов, то есть тех, что имеют прямое отражение в тексте описания. Он отражается в базовых пресуппозициях, делающих возможным сам контекст описания деятельности. Что может быть выражено в архетипах, этнических стереотипах, объясняющих происхождение и существование концепта.

Опишем этапы проведения анализа методом реконструкции смысла.

1. Изучение разброса высказываний об объекте. Анализ семантической дисперсии, противоречивости и реальности вербального образа.

2. Анализ структуры понятий, включенных в вербальный образ. Выбор ключевых слов и частотных высказываний об объекте, выделение существенных признаков объекта, значимых для человека, определение атрибуции объекта. Определение смысловой структуры вербального образа – структуры атрибуции объекта (иерархия признаков, логико-смысловые связи между атрибутами объекта).

3. Анализ модальности высказываний (положительной или отрицательной по оценке). Выбор положительной и отрицательной атрибуции объекта. Определение смысловой структуры положительной и отрицательной атрибуции объекта.

4. Определение понятийных шкал, объединяющих ключевые слова, атрибуты объекта положительного и отрицательного вербального образов.

5. Определение интенциональных референтов образов, ценностной ориентации, мотивационной структуры человека во взаимодействии с объектом.

6. Выводы о репрезентации объекта человеком, о структуре связанных с ним смыслов; о местоопределении человека по отношению к объекту; о ценностной ориентации человека, о структуре его мотивации. Прогнозирование возможных проявлений во взаимодействии с объектом.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Изучение социальных представлений (в частности – представлений о тех или иных социальных группах) имеют как инвариантные, так и вариативные составляющие. В этом плане изучение образа социальной группы предпринимателей, проведенного методом случайной выборки на 5000 респондентах в 1995-1998 годах в Украине, также обнаружило выраженную многоплановость значения категории «предприниматель». Заметим, что если на первых стадиях становления частной предпринимательской деятельности на постсоветском пространстве на рубеже 1980-1990-х годов представления людей в разных регионах были довольно сходными (Ермолаева, 1996; Позняков, 2018; др.), то лишь годами позже они стали различаться. Основными причинами дифференцирования социальных представлений специалисты называют ранее доминирующие социальные стереотипы, опора на ядерные или периферийные признаки явления, личный опыт взаимодействия с данной социальной группой, стабилизация социальных позиций, сформированность экономических оснований для самокатегоризации (Журавлев, Юревич, Юревич, 2013; Дробышева, 2012; Машкова, 2011; Позняков, 2018; Толочек, 2001, 2019; др.)

В этой связи обстоятельное изучение условий и механизмов формирования социальных представлений людей на первых стадиях исторического становления того или иного социального явления,

представляют собой важные «срезы», своего рода «социальные инварианты», фиксирующие взаимодействия базовых социальных и психологических факторов социального восприятия. Мы хотим проиллюстрировать это на примере эмпирического исследования значения образа социальной группы предпринимателей, проведенного методом случайной выборки на 5000 респондентах в 1995-1998 годах в Украине, которое обнаружило выраженную многоплановость значения категории «предприниматель» (Власов, Киселева, 2012). В выборке респондентов пропорционально представлены основные социальные и половозрастные группы.

Цель исследования. Мы хотели определить тезаурус понятий, описывающих отношения к социальной группе предпринимателей. Мы также хотели синтезировать включенные в описание понятия в общий образ, т.е. определить связи, отношения между ними, а также модальность образа.

Объективная сложность исследования заключалась в том, что образ не имеет непосредственного выражения и скрыт от прямого наблюдения. Для того чтобы его исследовать, необходимо было его эксплицировать.

Кроме того, новые социальные группы и институты еще находятся на стадии формирования, а значит, отношение к ним и их образ еще до конца не сложились и также не имеют четко выраженного и закрепленного в социальном окружении выражения. Эти ограничения нам необходимо было учитывать при планировании и проведении эксперимента.

Концепция исследования была построена на том, что отношение к социально-экономическому пространству складывается на основе образа мира и является синтезом собственных, уже имеющихся знаний о мире и изменений в окружающем пространстве. Мы учитывали склонность субъекта воспринимать объект целиком и называли это целостностью образа. Образ имеет вербальное выражение, существует в виде высказываний,

суждений, оценок и имеет понятийное насыщение. Мету разнообразия понятий, описывающих образ, мы назвали дифференцированностью образа.

Понятия в образе находятся в определенной связи между собой (причина-следствие, род-вид, часть-целое, атрибуция). Это мы назвали связностью образа. Сложившийся образ социальных групп в той или иной мере соответствует действительности, т.е. обладает адекватностью, реальностью. Образ имеет эмоционально-оценочную составляющую, т.е. модальность: положительную, отрицательную и нейтральную. В этом случае проявляется негативное, позитивное или нейтральное отношение к социальной группе.

Поэтому для сбора данных мы использовали метод неоконченных предложений, т.к. он позволял участникам эксперимента свободно высказывать свои суждения, независимо от того, что социальная группа предпринимателей была для них новым и незнакомым явлением. Для обработки суждений мы воспользовались методом реконструкции смысла, представленным выше.

Для опроса мы воспользовались методом интервьюирования респондентов. Участников эксперимента просили продолжить предложение: «Что Вы можете сказать о ...?». Ответы интервьюеров фиксировались дословно.

Результаты и обсуждение. Полученные в результате эксперимента суждения мы проанализировали относительно критерия реальности. Мы обнаружили, что большинство из суждений (73%) не были связаны с реальным поведением компании на рынке. Как, например, об этом свидетельствуют следующие утверждения: «Я не знаю, чем она занимается, знаю, что выманивает деньги у доверчивых граждан», «Это просто перекачка денег», «Фирмы открываются для того, чтобы нажиться за счет людей, и не надеются работать вечно, поэтому существуют за счет обмана», «Нужны нормальные законы, будут нормальные компании». Это говорит, с одной

стороны, о недостаточной информированности участников эксперимента, а, с другой – об их активности в высказывании суждений. Наличие суждений, при отсутствии информации, свидетельствует о том, что они стереотипны и нереальны. Следовательно, сложившийся образ «предпринимателей» также нереален и выражает стереотипное отношение к этой социальной группе. Поскольку сложившийся образ нереален, то и включенные в него понятия могут быть нерепрезентативными для описания данной социальной группы.

Мы также проанализировали модальность суждений и получили в результате, что:

- 25% суждений содержат положительную оценку. Как, например: «Думаю, что компания богатая, если бы выпустила акции, можно было бы их брать», «Наверное, у компании есть деньги, значит, работают хорошо», «Главное работать для людей, если она работает для них, значит хорошо».

- 60% суждений имеют отрицательную оценку. Как, например: «Могут обанкротиться в любой момент», «Шарлатаны, которые врут и воруют», «Пытаются, как и все компании, делать деньги из воздуха».

- 9% суждений имеют нейтральный характер. «Отношусь терпимо к любым формам деятельности», «Ничего не имею против, пусть процветает, но без меня», «С ними не взаимодействовал, отношение спокойное».

- 6% суждений не высказали никакого отношения, сославшись на отсутствие информации. То есть стереотипные суждения фиксируют в основном негативное отношение социального окружения к этой группе.

После этого мы выбрали наиболее частотные суждения и получили положительную и отрицательную лингвистическую атрибуцию социальной группы «предпринимателей». Мы выделили тезаурус, который описывает образ этой социальной группы, и определили, что включенные в стереотипы понятия располагаются в зависимости от модальности на полюсах следующих шкал (таблица 1).

Таблица 1. Образ «предпринимателей» как социальной группы

Бесцельность	Наличие цели
Простота	Сложность
Ориентация на круг	Ориентация на социальную общность
Нестабильность	Стабильность
Отсутствие мощи	Финансовая мощь
Нечестность	Честность
Недоступность	Доступность
Отсутствие размаха	Размах
Закрытость	Открытость
Неискренность	Искренность
Неумение вести дела	Умение вести дела
Недолговечность	Долговечность

Следовательно, во второй половине 1990-х годов, образ социальной группы предпринимателей дифференцирован относительно данных понятийных шкал. С помощью них социальное окружение описывает, структурирует и оценивает проявления этой социальной группы.

Поскольку нас интересовали не только понятия, но и структура и связи между ними, а также целостный образ, мы синтезировали их и построили образ группы, пользующейся положительным и отрицательным отношением у социального окружения.

Во второй половине 1990-х годов сложился следующий положительный образ:

Рачительный и рациональный хозяин, который умеет правильно распорядиться финансами, делает вклады в базовые отрасли промышленности, производство и добычу. Работает с размахом и мощью. Его деятельность направлена на пользу государству, в смысле круга, общности людей. Она открыта, честна, доступна; во взаимодействие с ним могут вступать все. Именно поэтому она надежна и долговечна.

Отрицательный образ – организация занимается не престижным и простым делом, типа перепродажи (коммерческая деятельность), перемывания денег (финансовая деятельность). Поскольку она проста и

нерациональна, поэтому у нее нет размаха, и если есть успех, то только за счет обмана, жульничества, шарлатанства, обдуривания остальных. Такая компания не может присоединять окружающих. Поэтому она не доступна, замкнута и обособлена, не включена в то, что происходит, не является частью общности, чужеродна. Поскольку проста, без размаха, на себя у нее ограничен финансовый ресурс. Т.е. она ненадежна, недолговечна, временна, и все равно разорится. Такая компания не может ничего сделать для окружающих. Если и делает, то в целях саморекламы, чтобы лучше обмануть и скрыть свои интересы.

Важно отметить, что отрицательный образ более представлен и дифференцирован, чем положительный. Следовательно, социальное окружение готово воспринимать проявления данной группы более негативно, чем позитивно.

Стоит заметить, что отрицательный образ, в отличие от положительного, основан на логически обоснованных умозаключениях (утверждениях) и понятийно дифференцирован больше, чем положительный. Это значит, что сейчас в экономической культуре положительное отношение закрепилось к такой форме предпринимательства, как ремесло, которое является прототипом производства. Отрицательное отношение к ростовщичеству и торговле соответственно. К тому же, отрицательный образ в значительно большей степени основан на ценностных убеждениях, чем положительный. Поэтому отрицательный образ предпринимателей и предпринимательских организаций значительно консервативней. В этом случае опять становится очевидна причинная роль ценностей, которая проявляется в действиях через убеждения – ценности отрицательного образа значительно быстрее, чем положительного, активизируют действия по отношению к предпринимателям и их организациям. Следовательно, социальное окружение в настоящий момент готово воспринимать проявления данной социальной группы более негативно, чем позитивно.

Таким образом, последовательное упорядочивание и классификация вербальных реакций позволяет реконструировать вербальный образ и смысл объекта для субъекта.

ЛИТЕРАТУРА

- Апресян Ю.Д.* Исследования по семантике и лексикографии. Т. I: парадигматика. М.: Языки славянских культур, 2009. 568 с.
- Брентано Ф.* Избранные труды. М.: Дом интеллектуальной книги, Русское феноменологическое общество, 1996. 176 с.
- Власов П.К.* Психология замысла организации. Харьков, 2004.
- Власов П.К., Ганчук В.С.* Организационно-психологическое исследование интеграции в организации // Вестник Харьковского Государственного Университета. 1997. Вып. № 395. сер. Психология. С. 34-44.
- Власов П.К., Киселева А.А.* Замысел и организационная реальность. Структура смыслопроизводства в организациях. Харьков: Гуманитарный центр, 2012. 310 с.
- Власов П.К., Маничев С.А., Суходольский Г.В.* Организационная психология. СПб.; Харьков, 2008.
- Геберт Д., фон Розенштиль Л.* Организационная психология. Харьков, 2006.
- Гуссерль Э.* Избранные работы. М.: Территория будущего, 2005.
- Дробышева Т.В.* Представления о бедном и богатом человеке: сравнительный анализ в разных возрастных группах // Психологические проблемы современного российского общества / Отв. ред. А.Л.Журавлев, Е.А.Сергиенко. М: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 385-408.
- Ермолаева Е.П.* Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. М.: Академия, 1996.
- Журавлев А.Л., Юревич А.В., Юревич М.А.* Социально-психологические последствия неравенства доходов // Психологические исследования

нравственности / Отв. ред. А.Л.Журавлев, А.В.Юревич. М: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. С. 266-305.

Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. М.: Наука, 1990.

Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М. 2004

Матезиус В. О так называемом актуальном членении предложения // Пражский лингвистический кружок. М., 1967.

Машкова А.С. Формирование модели компетенций для руководителей среднего звена на основе организации опытно-экспериментальной работы // Известия Уральского государственного университета: Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2011. Т. 89. № 2. С. 197-206.

Петренко В.Ф. Динамика семантического поиска // Исследование речемыслительной деятельности. Алма-Ата, 1974.

Позняков В.П. Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности. М: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. 530 с.

Суходольский Г.В. Введение в математико-психологическую теорию деятельности, 1994.

Суходольский Г.В. Введение в математико-психологическую теорию деятельности. СПб., 1998.

Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков, 2009. С. 253-291.

Толочек В.А. Асимметрия восприятия партнеров по управленческой деятельности // Акмеология. 2001. № 1. С. 36-41.

Толочек В.А. Феномен «профессия»: составляющие и структуры // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2018. Т. 3. № 2. С. 54-79.

Толочек В.А. Психология труда. 3-е изд. доп. СПб.: Питер, 2019. 480 с.

Статья поступила в редакцию: 29.07.2019. Статья опубликована: 30.09.2019.

METHOD OF MEANING RECONSTRUCTION

© 2019 Peter K. Vlasov*, Anna A. Kiselyova**

*Doctor of Psychology, Institute of Applied Psychology, Kharkiv, Ukraine;
E-mail: pkhuce@gmail.com*

*Candidate of Philological Sciences, Institute of Applied Psychology, Kharkiv,
Ukraine;
E-mail: aahuce@gmail.com*

The problem of prediction of different-modal human manifestations in human interaction with the environment under uncertainty is discussed. The purpose of the study: the definition of a thesaurus of concepts that describe the relationship of people to the social group of entrepreneurs. Research Method: reconstruction of meaning as a sequential reconstruction of the levels of description of an object based on its verbal reflection by subjects. It is shown that social representations have both invariant and variable components. In the perception of respondents in 1995-1998 in Ukraine, the category of "entrepreneur" had a pronounced diversity. The components of a positive image of an "entrepreneur" include the following descriptions: a prudent and rational owner, knows how to properly manage finances, makes contributions to the basic industries, production and production; works with scope and power; its activities are aimed at the benefit of the state; she is open, honest, accessible, reliable and durable; everyone can interact with him. The components of the negative image of the "entrepreneur" include: the organization is not engaged in a prestigious business, such as resale, money laundering; it is simple and irrational, it has no scope, if there is success, it is only due to deception, cheating, quackery; it is closed and isolated; she has limited financial resources (she is unreliable, short-lived); the company does nothing for others; if it does, then for the purposes of self-promotion), etc. In general, the negative image of the "entrepreneur" in the perception of people is more represented and differentiated than the positive; unlike a positive image, it is often based on logically sound conclusions and conceptual differentiation.

Keywords: the method of reconstruction of meaning, organization, image, situations, object, subject, entrepreneur.

REFERENCES

Apresyan, Yu.D. (2009). *Issledovaniya po semantike i leksikografii* [Studies on semantics and lexicography]. [T. I: paradigmatics:]. Moscow: Languages of Slavic cultures

- Brentano, F. (1996). *Izbrannyye trudy* [Selected Works]. Moscow: House of Intellectual Books, Russian Phenomenological Society.
- Vlasov, P.K. (2004). *Psikhologiya zamysla organizatsii* [Psychology of the organization's plan]. Kharkov.
- Vlasov, P.K., Ganchuk, V.S. (1997). *Organizatsionno-psikhologicheskoye issledovaniye integratsii v organizatsii* [Organizational-psychological study of integration in organizations]. *Vestnik Khar'kovskogo Gosudarstvennogo Universiteta* [Bulletin of Kharkov State University. Psychology]. 395, 34-44.
- Vlasov, P.K., Kiseleva, A.A. (2012). *Zamysel i organizatsionnaya real'nost'. Struktura smysloproizvodstva v organizatsiyakh* [Concept and organizational reality. The structure of semantic production in organizations]. Kharkov: Humanitarian Center.
- Vlasov, P.K., Manichev, S.A., Sukhodolsky, G.V. (2008). *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organizational psychology]. Sankt-Petersburg: Piter
- Gebert, D., fon Rozenshtil', L. (2006). *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organizational Psychology]. Kharkov.
- Drobysheva, T.V. (2012). *Predstavleniya o bednom i bogatom cheloveke: sravnitel'nyy analiz v raznykh vozrastnykh gruppakh* [Representations of a poor and rich person: a comparative analysis in different age groups]. *Psikhologicheskiye problemy sovremennogo rossiyskogo obshchestva* [Psychological problems of modern Russian society]. In: A.L. Zhuravlev, E.A. Sergienko (Eds.) Moscow: Publishing house «Institute of Psychology RAS», 385-408.
- Ermolaeva, E.P. (1996). *Predprinimatel'stvo: samodiagnostika i preodoleniye psikhologicheskikh bar'yerov* [Entrepreneurship: self-diagnosis and overcoming psychological barriers]: Moscow: Academy.
- Zhuravlev, A.L., Yurevich, A.V., Yurevich, M.A. (2013). *Sotsial'no-psikhologicheskiye posledstviya neravenstva dokhodov* [Socio-psychological consequences of income inequality] *Psikhologicheskiye issledovaniya npravstvennosti*

- [Psychological studies of morality]. In: A.L. Zhuravlev, A.V. Yurevich (Eds.) Moscow: Publishing house «Institute of Psychology RAS», 266-305.
- Husserl, E. (2005). *Izbrannyye raboty* [Selected Works]. Moscow: Territory of the future.
- Kolshansky, G.V. (1990). *Ob'yektivnaya kartina mira v poznanii i yazyke* [Objective picture of the world in cognition and language]. Moscow: Science.
- Lakoff, D., Johnson, M. (2004). *Metafory, kotorymi my zhivem* [Metaphors we live by]. Moscow.
- Matezius, V. (1967). *O tak nazyvayemom aktual'nom chlenenii predlozheniya* [On the so-called actual division of the sentence]. Moscow: Prague linguistic circle
- Mashkova, A.S. (2011). *Formirovaniye modeli kompetentsiy dlya rukovoditeley srednego zvena na osnove organizatsii opytno-eksperimental'noy raboty* [The formation of a competency model for middle managers based on the organization of experimental work]. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta: Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* [News of the Ural State University: Series 1: Problems of education, science and culture]. 89 (2), 197-206.
- Petrenko, V.F. (1974). *Dinamika semanticheskogo poiska* [Dynamics of semantic search]. *Issledovaniye rechemyslitel'noy deyatel'nosti* [The study of verbal and cogitative activity]. Alma-Ata.
- Poznyakov, V.P. (2018). *Psikhologicheskiye otnosheniya individual'nykh i gruppovykh sub'yektov sovmestnoy ekonomicheskoy deyatel'nosti* [Psychological relations of individual and group subjects of joint economic activity]. Moscow: Publishing house «Institute of Psychology RAS».
- Sukhodolsky, G.V. (1994). *Vvedeniye v matematiko-psikhologicheskuyu teoriyu deyatel'nosti* [Introduction to the mathematical-psychological theory of activity]. Sankt-Petersburg.

- Sukhodolsky, G.V. (1998). *Vvedeniye v matematiko-psikhologicheskuyu teoriyu deyatel'nosti* [Introduction to the mathematical-psychological theory of activity]. Sankt-Petersburg.
- Ticher, S., Meyer, M., Vodak, R., Wetter, E. (2009). *Metody analiza teksta i diskursa* [Methods for analyzing text and discourse]. Kharkiv, 253-291.
- Tolochek, V.A. (2001). *Asimetriya vospriyatiya partnerov po upravlencheskoy deyatel'nosti* [Asymmetry of the perception of management partners]. *Akmeologiya* [Akmeology]. 1, 36-41.
- Tolochek, V.A. (2018). *Fenomen «professiya»: sostavlyayushchiye i struktury* [The phenomenon of "profession": components and structures]. *Institut psikhologii Rossiyskoy akademii nauk. Organizatsionnaya psikhologiya i psikhologiya truda* [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational psychology and psychology of labor]. 3(2), 54-79.
- Tolochek, V.A. (2019). *Psikhologiya truda* [Psychology of Labor]. Sankt-Petersburg: Peter.

The article was received: 29.07.2019. Published online: 30.09.2019

Библиографическая ссылка на статью:

Власов П.К., Киселева А.А. Метод реконструкции смысла // *Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда*. 2019. Т. 4. № 2. С. 38-57.

Vlasov P.K., Kiselyova A.A. (2019). *Metod rekonstrukcii smchsla* [Method of meaning reconstruction]. *Institut Psikhologii Rossiyskoy Akademii Nauk. Organizatsionnaya Psikhologiya i Psikhologiya Truda* [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Psychology of Labor], 4 (2), 38-57 .

Адрес статьи: <http://work-org-psychology.ru/engine/documents/document478.pdf>