

**И.М. Дзялошинский,**  
заведующий Лабораторией бизнес-коммуникаций,  
профессор департамента журналистики факультета медиакоммуникаций  
Национального исследовательского университета  
«Высшая школа экономики»

## **ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ЛИЧНОСТИ КАК СУБЪЕКТА КОММУНИКАЦИИ**

Разумеется, несмотря на уникальность каждого человека, всегда можно найти признаки и критерии для выявления неких типов. В настоящее время в психологической литературе представлен богатейший материал, посвященный проблеме типологизации людей. Выделяемые авторами типы зачастую существенно различаются по способам определения, критериям отличий и содержанию, что может указывать, с одной стороны, на локальность подходов отдельных исследователей, а с другой стороны, на различие в понимании самого понятия типа.

В первую очередь следует отметить отсутствие в литературе четкого определения понятия «тип». В большинстве работ это понятие рассматривается как изначально данное и не требующее каких-либо пояснений. В тех же работах, где оно определяется, существует значительное совпадение его с такими понятиями, как класс, художественный образ, типаж, вид, категория и т.п.

Поскольку прагматическая ценность использования понятия «тип» состоит в возможности построения типологий, следует прежде всего отделить его от понятия «класс», служащего для построения классификаций. Анализ применения этих понятий в литературе позволяет сделать вывод о следующем их различии: понятие «тип» используется преимущественно при объединении некоторых элементов (объектов, явлений, свойств и т.п.), а понятие «класс» – преимущественно при делении некоторого множества

элементов. Соответственно, типологии строятся преимущественно индуктивным (композиционным) методом на основе группировки элементов вокруг одного, обладающего эталонными свойствами, выступающими в качестве критерия группировки, а классификации строятся преимущественно дедуктивным (декомпозиционным) методом на основе деления множества элементов путем введения произвольного критерия деления, как правило, наличия или отсутствия какого-либо существенного свойства у элемента данного множества [3].

Но, пожалуй, главное различие между классами и типами состоит в том, что первые строятся на основе определения границ подмножеств некоторого множества и установления возможности включения в эти границы тех или иных элементов. Элементы, характеристики которых выходят за границы данного класса, помещаются в другой класс или выпадают из классификации. При определении же типа границы между типами не устанавливаются, а задается структура типа, с которой соотносятся по признаку подобия или равенства элементы соответствующего множества. Наглядным аналогом процесса типологизации является помещение затравочных кристаллов в среду с множеством химических элементов. На каждом кристалле будут осаждаться элементы соответствующего состава и структуры. Можно также добавить, что границы между типами гораздо менее четки, чем между классами, а определение типа конкретного элемента более трудоемко, чем определение класса.

Другое существенное различие в понимании типа лежит уже внутри самого понятия. Существуют два основных подхода к описанию типа: тип понимается либо как некоторый усредненный элемент (объект, свойство, проявление и т.п.), либо как элемент с крайней, максимальной выраженностью тех или иных характеристик. Нетрудно заметить, принципиальное различие этих двух подходов. Так, в первом случае нетипичным будет элемент с редко встречающимся набором качеств, во втором же случае, наоборот, нетипичным будет элемент с отсутствием каких-

либо ярко выраженных свойств. Например, определение «типичный представитель интеллигенции» или «бесхарактерный» будут относиться к первому пониманию типа, а определения «агрессивный тип» или «типичный сангвиник» — ко второму. Какой же из этих подходов является правильным? Очевидно, и тот и другой, но с учетом области их применения, рассматриваемых объектов и существующих традиций.

Анализ определений типа, данных в различных источниках, приводит к установлению соотношения двух указанных подходов с двумя наиболее употребимыми вариантами использования этого понятия. Первый подход (типичный как средний) используется преимущественно при описании художественных типов в литературе и искусстве, а также в бытовых описаниях. Художественный тип — это результат обобщения характеристик множества представителей той или иной социальной группы или форм проявления тех или иных психологических качеств, представленный в виде усредненного, обобщенного, «нормального» образа человека.

Второй подход (типичный как крайний) используется преимущественно при описании типов в научных исследованиях. Так, в описании темперамента Г. Айзенком темперамент конкретного человека определяется соотношением его с граничными типами. Аналогичное описание можно найти в работе Р. Акоффа и Ф. Эмери при определении степени экстернальности-интернальности и субъектоверсии-объектоверсии [1]. Данными авторами реализован так называемый факторный подход, где в качестве основы описания используются противоположные типы двух ортогональных факторов. Другой вид описания, типологический, строится на нахождении определенных базовых типов или архетипов, служащих в качестве образцов для сравнения с наличными психологическими характеристиками конкретного человека. К таким описаниям относятся, например, конституциональные типологии Кречмера и Шелдона, типы акцентуаций личности Личко, типология личности Леонгарда. Таким образом, научный тип — это результат поиска наиболее ярких,

«рафинированных», уникальных характеристик некоторой группы элементов, в частности группы людей — носителей этих качеств. Такие характеристики или свойства, присущие психологическому типу, существуют не просто в виде определенного набора таковых, а в совокупности: со связями между ними, то есть имеет место структура психологических качеств, своеобразная для каждого типа. Наглядным представлением: такой структуры может быть профиль типа, определяющий состав типологических характеристик и отношения их соподчиненности, дополненный описанием горизонтальных связей между ними.

Обобщая существующие определения типа, и учитывая сказанное, можно сформулировать следующее определение:

**Тип** – это образец, служащий для объединения элементов (объектов, явлений и т.п.) на основе соотношения их существенных свойств, рассматриваемых в совокупности, и обладающий максимально выраженным своеобразием.

Художественный тип можно определить как образец, служащий для объединения элементов на основе сходства совокупности их существенных свойств и обладающий максимально выраженной обобщенностью. Художественный тип характеризуется распространенностью в пространстве и устойчивостью во времени.

Как научный, так и художественный тип субъективно выступают как целостный образ, служащий в качестве эталона для определения принадлежности к типу того или иного конкретного объекта. По своему составу образы художественного и научного типа одинаковы, так как проявляются в виде более или менее отчетливого представления о структуре характеристик типа. Различие же между ними появляется на этапе соотнесения реального объекта или явления с типом. Поскольку научный тип представлен максимальным своеобразием свойств, то, следовательно, значения соответствующей совокупности свойств большинства реальных объектов будут меньше, чем значения типа. Таким образом, при сравнении

реального объекта фактически определяется то, насколько он не доходит, не равен идеальному, эталонному, то есть определяется различие между объектом и образцом. В этом смысле аналогом типа может быть образец для подражания. На поведенческом уровне такими образцами могут быть психологические качества национальных героев, великих поэтов, выдающихся ученых, политиков и т.п.

При соотнесении же реального объекта или явления с художественным, средним типом происходит, наоборот, установление сходства свойств объекта со свойствами образца, меры его типичности, «похожести», близости к типу, причем для определения меры сходства, в сущности, неважно – недостаточно выражены качества объекта или избыточно.

Поскольку установление сходства с одним элементом подразумевает возможность установления различия с другим элементом, в частности, имеющим противоположные свойства, и наоборот, то результат процедуры соотнесения реального объекта как с научным, так и художественным типом может быть одинаковым и выражаться как словами «похож на», так и словами «не похож на». Таким образом, различие научного и художественного типов лежат как в их сути, так и в механизме соотнесения типологических образов с реальными объектами. По составу образов и результату соотнесения они могут быть одинаковы.

При рассмотрении психологических типов можно заметить определенную их специфику. Описание психологических типов носит преимущественно качественный характер, то есть не указывается мера выраженности психологических характеристик, включенных в тип. Зачастую также не указывается приоритет, иерархия признаков типа, степень их существенности для определения типа. Терминология, используемая при описании типа, во многих случаях различна, что ставит дополнительную задачу совместимости различных описаний сходных психологических типов. Указанные особенности приводят к известной трудности отнесения конкретного человека к тому или иному типу, особенно при небольшом (3-5)

количестве типов в типологии. Более того, нестрогость описаний позволяет отнести человека одновременно к нескольким типам, что достаточно ярко выражено в астропсихологических типологиях (гороскопах).

Следует отметить наличие так называемого ореола психологического типа – сопутствующих описаний, не являющихся непосредственно описаниями психологических качеств, а скорее вытекающих из них, являющихся следствием их реализации. Так, описание холерического типа темперамента сопровождается указанием на те сферы деятельности, в рамках которых этот тип может функционировать эффективно или неэффективно. Принадлежность к определенному конституциональному типу предопределяет склонность к развитию определенных соматических или психических заболеваний. Из отнесения человека к тому или иному типу акцентуации личности следует описание его типичных проблем. Наличие такого ореола свидетельствует, с одной стороны, о единстве и связности разнообразных проявлений психики, а с другой, – о наличии единых оснований различных типологий и гипотетической возможности выделения базисных психологических типов.

Исходя из сказанного, описание научного психологического типа должно включать в себя следующие компоненты:

- 1) описание состава психологических характеристик типа;
- 2) описание иерархии типологических характеристик – существенные, малосущественные, несущественные;
- 3) указание максимальной меры выраженности качеств;
- 4) описание взаимосвязей между типологическими характеристиками;
- 5) описание ореола психологического типа – особенности поведения, патологий, проблем, предпочтений и т.п., вытекающих из наличия данной структуры психологических качеств.

В идеале такое описание должно осуществляться на различных уровнях – от генетического до социального и охватывать все аспекты:

субстанционально-атрибутивный, структурно-функциональный, статокинетический, активно-реактивный и эволюционно-экологический.

Разные исследователи предложили множество типологий и некоторые из них использованы в данном исследовании.

### Типология по критерию репрезентативной системы

Одна из самых популярных типологий представляет собой попытку распределить людей по типу репрезентативной системы. Этим понятием обозначается комплекс способов восприятия действительности и воспроизведения этих восприятий во внутреннем мире индивида [14].

Считается, что таких репрезентативных систем четыре:

- 1) визуальная;
- 2) аудиальная;
- 3) кинестетическая;
- 4) дигитальная.

Схематически различия между этими типами приведены в *табл. 5*.

**Таблица 5. Типы репрезентативной системы**

<i>Паттерны</i>	<i>Типы людей</i>			
	<i>Визуал</i>	<i>Кинестетик</i>	<i>Аудиал</i>	<i>Дигитал</i>
<b>ПРЕДИКАТЫ</b>	Кажется Взгляд Яркий Перспектива Фокус Красочный	Чувствую Схватывать Касание Прочный Теплый Спокойно	Тон Громкий Отзвук Послышалось Звучит как... Ритмичный	Разумный Логичный Знаю Понимаю Язык цифр Функционально
<b>ПОЗА</b>	Прямая, расправленная, , голова и плечи приподняты.	Расслаблен- ная, голова и плечи опущены. Сидит с наклоном вперед.	Голова набок, «телефонная поза», посадка прямая.	Скрещенные руки, прямая осанка, поднятая голова.

<b>ТИП ТЕЛА</b>	Как «тощий» так и «тучный».	Пухлый, округлый, мягкий.	Четкой зависимости нет.	Мягкое, полное.
<b>ДВИЖЕНИЯ</b>	Скованные, судорожные, на уровне верхней части туловища.	Свободные, плавные, обычно на уровне нижней части туловища.	То зажатые, то свободные, на уровне средней части туловища.	Движения не гибкие, обычно застывшая поза.
<b>ФОРМА ГУБ</b>	Тонкие, узкие	Пухлые, мягкие.	Различная.	Узкие, стянутые.
<b>ДЫХАНИЕ</b>	Высокое, грудное.	Низкое, брюшное.	В полном объеме.	Ограниченное.
<b>ГОЛОС</b>	Высокий, чистый, быстрый, громкий.	Низкий, медленный, хриплый.	Мелодичный, ритмичный, меняющийся.	Монотонный, прерывистый, густой.
<b>НАПРАВЛЕНИЕ ВЗГЛЯДА</b>	Над окружающими.	Под окружающими.	Глаза опущены.	Смотрит над толпой.
<b>ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ</b>	«Посмотри, чтобы услышать».	Скорее прикоснется, нежели посмотрит.	«Чтобы услышать, не смотри».	Никакого зрительного контакта.
<b>ДИСТАНЦИЯ</b>	Большая, чтобы видеть. Прикосновений не любят.	Очень близкая, чтобы коснуться.	Небольшая, но предохраняют от прикосновений.	Отдаленная.
<b>ХАРАКТЕРНАЯ ЧЕРТА</b>	Не хотят быть ниже собеседника.	Из стресса выходят, беря вину на себя.	Очень многословны, нет риторических вопросов.	При стрессе становятся сверхрациональны.
<b>ГЛАВНОЕ СЛОВО</b>	КРАСИВО	УДОБНО	ТИХО	ФУНКЦИОНАЛЬНО

### Типология Эдуарда Шпрангера

Много лет назад Эдуард Шпрангер (1882 — 1963) предложил компактную и достаточно эффективную классификацию типов людей [11]. В качестве критерия Шпрангер использовал доминирующую жизненную



установку. Получилось шесть основных типов людей, отличающихся друг от друга по всем параметрам, включая коммуникативный (табл. 6).

**Таблица 6. Характеристика типов личности**

<i>Тип личности</i>	<i>Описание</i>
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК	<p>Теоретическая установка является собственно лишь тенденцией, которая, так же как и все остальные установки, никогда не встречается у живого человека совершенно изолированно, в абсолютно законченном ценностном соответствии. Чисто теоретический человек — это всего лишь конструкция. В реальном мире его никогда не будет, хотя он обладает своей внутренней логикой... У него с выраженной односторонностью господствует познавательная установка. Какова же эта установка? Теоретический человек в чистом виде знает лишь одну страсть: страсть к проблеме, к вопросу, которая ведет к объяснению, установлению связей, теоретизированию. Его переживания оторваны от реальной жизни: он может отчаяться от невозможности познать, ликовать из-за чисто теоретического открытия, будь это даже то открытие, которое убивает его. Он изнуряет себя ради порождения чисто идеального мира закономерных связей. Для него имеет ценность лишь чистота методов познания — истина любой ценой. Мир для него — это бесконечное порождение сущностей и система отношений зависимости. С помощью этого представления он преодолевает зависимость от момента. Он живет в мире без времени, его взгляд проникает в далекое будущее, иногда охватывает целые эпохи; погружаясь в них, он связывает прошедшее и будущее в один закономерный порядок, создаваемый его духом. В практическое поведение он также вносит систему, которая отсутствует у существ, живущих моментом, руководимых инстинктами.</p>
2. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЧЕЛОВЕК	<p>Экономический человек — это не обязательно человек, связанный с производством. Самое главное то, что основным мотивом, определяющим самые различные сферы личности и характер ее бытия, является мотив полезности.</p> <p>...Экономическим человеком является тот, кто во всех жизненных связях на первое место ставит полезность. Все для него становится средством поддержания жизни, борьбы за существование и наилучшего устройства своей жизни. Он экономит материал, силы, время — только бы извлечь из этого максимальную пользу. Вернее было бы назвать его практическим человеком, так как с понятием экономики связана и вся область техники. Смысл же его действий не в самой деятельности, а в ее полезном эффекте. Греки назвали бы его «делающим», но не деятельным.</p>

<p>3. ЭСТЕТИ- ЧЕСКИЙ ЧЕЛО-ВЕК</p>	<p>Чисто эстетическому поведению не свойственно вожделение. Непосредственное соприкосновение с миром всегда болезненно, связано с борьбой за существование. Но есть второй мир, где боль так же сладка, как и веселье, страдания так же одухотворены, как и радость: это мир фантазии. ...Есть люди, окружающие себя фантазиями, сквозь которые они и воспринимают действительность.</p> <p>Эстетический человек обладает особой способностью предвидения или проникающей интуицией. Для теоретика люди подобного сорта мечтатели, романтики. Принцип полезности и эстетический взгляд противостоят друг другу. Приписывание полезности эстетическому разрушает его сущность. Эстетический человек, так же как и теоретический, беспомощен перед лицом экономических условий жизни.</p> <p>...Мы имеем в виду не столько деятелей искусства, создающих материальные произведения, сколько людей, творящих самих себя, обладающих внутренней структурой эстетического типа.</p> <p>Людей, относящихся к эстетическому типу, можно рассмотреть с точки зрения того, является ли для них наиболее важной красота души, или же их внутренняя жизнь сосредоточена на природе, или же, наконец, они чувствуют красоту только в завершенных формах конкретных произведений искусства.</p> <p>Важным является различие между творящей эстетической натурой и натурой наслаждающейся.</p>
<p>4. СОЦИ- АЛЬНЫЙ ЧЕЛОВЕК</p>	<p>Для социального поведения характерен особый акт, а именно обращенность к чужой жизни и чувство себя в другом. ... Эта потребность в самоотречении ради другого становится ведущей жизненной потребностью. Все духовные акты, имеющие отношение к прагматике, целиком исключаются, так как в них определяющим является не социальный момент, а какие-то другие, например, экономические или политические. Только если социальная установка является организующим принципом душевной жизни, она становится предметом нашей характерологии.</p> <p>Социальная направленность в своем высшем проявлении — это любовь. Она может быть основополагающим чувством, обращенным ко всей жизни. Но она может быть направлена и на отдельный предмет или круг предметов и при этом не терять характера ведущей потребности, определяющей все индивидуальное бытие.</p>
<p>5. ПОЛИТИЧЕС- КИЙ ЧЕЛОВЕК</p>	<p>Власть представляется прежде всего общественной формой, в которой могут быть отражены четыре содержательные сферы ценностей. Один может подчинить другого или благодаря своему уму и знаниям, или экономическим и техническим средствам, имеющимся в его распоряжении, или благодаря внутреннему богатству и законченности своей личности, или, наконец, благодаря религиозной вере, воспринимаемой другим</p>

	<p>как божья благодать. Власть всегда заключается в одной из этих форм. Особый случай, когда человек направлен не на одну из этих ценностей, а главным для него становится могущество само по себе. Власть можно определить как способность, а также стремление делать собственную ценностную направленность ведущим мотивом других людей.</p> <p>Можно говорить об активных и пассивных политических натурах. Одни стремятся к высокому социальному статусу и только тогда, в качестве вождей, в лучах славы чувствуют себя на своем месте. Другие, напротив, не могут ориентироваться в жизни без руководства. Они несамостоятельны в своих вкусах, действиях, суждениях, мировоззрении. ...Потребность в опоре определяет бытие и выражается в служении и подражании другому.</p>
<p>6. РЕЛИГИ- ОЗНЫЙ ЧЕЛОВЕК</p>	<p>Религиозный человек — это тот, чья духовная структура постоянно и вся целиком направлена на достижение высшего переживания ценностей. Три основные формы религиозного типа. Различение проводится на основании того, в каком отношении находятся ценности (четыре содержательные сферы ценностей) к общему смыслу жизни: позитивном, негативном или смешанном. Если все жизненные ценности переживаются как стоящие в позитивном отношении к высшему смыслу жизни, то мы имеем тип имманентного мистика; если же они ставятся в негативное отношение, то возникает тип трансцендентного мистика. Третья — дуалистическая религиозная натура.</p> <p>Ньюком указывает на использование им в качестве объектов ориентации высокообобщенных ценностей (ценности Шпрангера, составляющие основу теста, разработанного Олпортом-Верноном).</p>

Исследования, посвященные анализу предложенной Шпрангером типологии, показали достаточно ее достаточно высокую эффективность [16 - 26].

### Типология Карла Юнга

Немецкий психолог Карл Юнг — ученик основоположника психоанализа З. Фрейда, порвавший с ним и ставший одним из воинственных его противников, предложил свою классификацию типов людей. Всех людей К. Юнг разделил на экстравертов и интровертов (*рис. 49*) [5].

К экстравертам, по К. Юнгу, относятся люди, потребности которых направлены вовне. Это активные, контактные, с массой знакомых, не терпящие одиночества люди, любящие смену обстановки, путешествия, не интересующиеся своим здоровьем, берущие от жизни все, что она дает в настоящий момент. Экстраверт – это душа компаний, гурман, вечный и неутомимый анекдотчик и тамада, прямой, открытый, всем понятный, в повседневной жизни ориентирующийся на обстоятельства, а не на субъективное мнение.

Интроверт – обращенный внутрь, в себя, замкнутый, отгороженный от окружающих человек, долго и мучительно анализирующий все события, везде ищущий второй смысл, подтекст. Он, как правило, имеет одного-двух друзей, предпочитает одиночество, трудно устанавливает контакты, не меняют свои привычки. Интроверт – тревожный, мнительный человек, прислушивающийся к малейшим болям и неприятным ощущениям в своем теле.

**Рисунок 49. Характеристики интровертов и экстравертов**



К типичным экстравертам К. Юнг отнес Ч. Дарвина и Ж. Кювье, опиравшихся в своей деятельности на факты, стремившихся к «широкому полю объективной действительности».

В противоположность им И. Кант и Ф. Ницше отнесены к интровертам, ибо они обращались к субъективным факторам в решении своих проблем, игнорировали объективную реальность, критиковали познание как таковое.

Между этими крайними типами здоровых людей стоит амбоверт – человек, имеющий в равной степени черты экстра- и интроверта.

Развивая предложенный Юнгом подход, современные исследователи предложили более сложную типологию, которая выделяет 16 типов личностей, каждый из которых имеет свой яркий прототип в культуре [2].

### Типология Карен Хорни

Другая ученица Фрейда – Карен Хорни – также разработала свою классификацию типов людей. Анализируя структуру личности и лежащие в основе ее формирования доминирующие мотивы, **Хорни** приходит к выводу, что два главных мотива возникают на базе двух потребностей, доминирующих в детстве: потребности в **удовлетворении** и потребности в **безопасности**. Потребность в безопасности является главной в развитии ребенка, которая часто невольно или преднамеренно нарушается родителями, что порождает у ребенка установку **базальной враждебности** и на этом фоне амбивалентное отношение к родителям: с одной стороны враждебность, обида, гнев, а с другой – любовь, зависимость, вина. В результате возникает – **базальная тревога**, которая реализуется в отношениях с родителями и другими людьми в детстве, во взрослом состоянии проявляется в ощущении одиночества, беспомощности, отсутствии безопасности, что ведет к формированию невроза.

Хорни выделила десять защитных стратегий, формирующихся в детстве в качестве невротических потребностей:

- 1) в любви и одобрении,
- 2) в руководящем партнере,
- 3) в четких ограничениях,
- 4) во власти,
- 5) в эксплуатировании других,
- 6) в общественном признании,
- 7) в восхищении собой,
- 8) в честолюбии,
- 9) в самодостаточности и независимости,
- 10) в безупречности и неопровержимости.

Каждая порождает свои стили поведения:

- 1) первая потребность порождает ненасытное стремление быть любимым,
- 2) чрезмерную зависимость от других,
- 3) подчинение другим и довольствование малым,
- 4) доминирование над другими,
- 5) боязнь быть используемым другими,
- 6) желание быть объектом всеобщего восхищения,
- 7) потребность в комплиментах и лести,
- 8) стремление выделиться, страх неудач,
- 9) избегание отношений, связанных с ответственностью, дистанцирование от всех,
- 10) попытки быть непогрешимыми.

Изучая эти стратегии защиты, Хорни пришла к трем ориентациям людей и соответственно трем типам людей по ориентации на других. Это **ориентация на людей** (*уступчивый тип*), **ориентация от людей** (*обособленный тип*) и **ориентация против людей** (*враждебный тип*). Для

первого наиболее характерна потребность в любви, для второго – в независимости, для третьего – в силе.

Каждый человек имеет обычно черты всех трех типов и в зависимости от ситуации – разные потребности. Если человек здоров – то он способен к интеграции различных личностных черт и потребностей и будучи адаптивным, может использовать их в зависимости от ситуации, заменяя одну потребность другой. Невротик же, будучи ригидным и имея высокую базальную тревогу, к такой интеграции и взаимозамене не способен и поэтому выбирает (осознает) только одну из тенденций, отрицая или вытесняя остальные, либо пытается неудачно их совместить, создавая образ нереальной «Я-концепции», которой невозможно следовать, либо экстернализует свои внутренние конфликты, вынося их вовне («виноват не я, а внешние обстоятельства»). Конфликты не неизбежны, а возникают как результат трудностей, пережитых человеком в детстве, то есть конфликт является порождением не человеческой природы, а социальных условий» [15].

### **Типология А. Маслоу**

Очень простую и перспективную типологию предложил известный американский психолог А. Маслоу [8]. Исходным пунктом разработанной им гуманистической психологии, являются понятие о мотивации поведения, стремление личности к удовлетворению заложенных в ней потребностей. В сущности, по мнению А. Маслоу, все богатство человеческого поведения обусловлено двумя основными моделями мотивации: стремлением к преодолению дефицита и стремлением к развитию.

Следовательно, есть два типа людей: **дефицитная личность** и **самоактуализирующаяся личность**.

Что такое дефицитная личность? Человек, который непрерывно чувствует неуверенность в своей безопасности, обделенность, испытывающий потребность в любви, в уважении и признании окружающих. Такой человек живет в постоянном сознании, что ему чего-то недодали в жизни. При постоянных неудовлетворенных потребностях возникает невроз – «болезнь обездоленных», как называет его Маслоу. Такие люди испытывают непрерывное желание преодолеть дефицит, «снять напряжение», выйти из стрессового состояния за счет внешних источников – других людей, ситуаций, материальных средств. Такие люди не хозяева своей судьбы, они не могут считаться здоровыми.

Другую мотивацию поведения Маслоу обнаружил и исследовал у людей, которые стремятся к развитию и не испытывают тоски по дефициту. Такую личность ученый называет «самоактуализирующейся», и это – центральное понятие всей его книги. Такие люди не избавляются от напряжения, а напротив, оно необходимо для них как средство достижения определенной цели.

Самоактуализирующаяся или развивающаяся личность, по Маслоу, характеризуется тем, что удовлетворила свои основные потребности в безопасности, сопричастности, любви, уважении, и потому руководствуется в основном высшими потребностями, стремится реализовать свои таланты и способности, потенциальные возможности или совершить свою миссию, свое призвание, судьбу. По Маслоу есть несколько психологических характеристик самореализующейся личности. Ни одна из них в отдельности или несколько черт вместе не определяют психологический рисунок личности – только все в совокупности (*табл. 7*).



**Таблица 7. Психологические характеристики личности**

<i>Обозначение</i>	<i>Описание</i>
1. Высшая степень восприятия реальности.	Она означает повышенное внимание, ясность сознания, сбалансированность всех способов познания действительности.
2. Более развитая способность принимать себя, других и мир в целом такими, какими они есть на самом деле.	Это свойство отнюдь не означает примирения с действительностью, но говорит об отсутствии иллюзий относительно ее. Человек руководствуется в жизни не мифами и не коллективными представлениями, а по возможности научными и во всяком случае диктуемыми здравым смыслом, трезвыми мнениями об окружающем.
3. Повышенная спонтанность.	Иначе говоря, быть, а не казаться. Это означает выявление своей личности, свободное излияние ее, отсутствие комплексов неполноценности, боязни показаться смешным, нетактичным, профаном и т.п. Иначе говоря, простота, доверие к жизни.
4. Более развитая способность сосредотачиваться на проблеме.	Эта способность выражается в упрямстве, упорстве, «вгрызании» в проблему, умении и желании рассматривать и обсуждать ее с другими и наедине с собой.
5. Более выраженная отстраненность и явное стремление к уединению.	Психически здоровому человеку необходима душевная сосредоточенность, он не боится одиночества. Напротив, оно ему необходимо, потому что оно поддерживает его непрерывный диалог с самим собой, помогает внутренней жизни. Человек должен работать «внутри» себя, воспитывать свою душу, должен уметь разговаривать с Богом, если это человек религиозный.
6. Более выраженная автономность и противостояние приобщению к какой-то одной культуре.	Непрерывное ощущение себя частью какой-то культуры, семьи, группы, какого-то общества вообще — по Маслоу — признак психической неполноценности. В целом, в важных жизненных вещах человек не должен никого представлять, не быть ничьим делегатом. Это означает, что он должен черпать из всех источников, быть способным воспринимать все культуры и не быть подчиненным ни одной из них. Регулятором поведения здоровой личности служит не мнение окружающих, не их взгляды, не их одобрение и не их правила, а кодекс поведения, выработанный в диалоге с высшим началом в себе. Короче говоря, не безличная культура стыда, а культура вины, не внешнее принуждение к одинаковому поведению, а многовариантность поведения на основе самостоятельного видения жизни в целом характеризуют психически здоровую личность.

7. Большая свежесть восприятия и богатство эмоциональных реакций.	Вероятно, данная характеристика не нуждается в дополнительных разъяснениях. Если человек есть единство эмоциональной, интеллектуальной и физиологической сфер, то должен брать лучшее из всех них.
8. Более частые прорывы на пик переживания.	<p>Вот это качество как раз нуждается в комментариях. Пиковыми переживаниями Маслоу называет моменты осознания, озарения, откровения. Это время наивысшей сосредоточенности, когда человек приобщается к истине, к чему-то превышающему его силы и способности. В такие моменты он как бы переходит на более высокую ступень, ему вдруг становятся понятными, открываются тайны и смыслы бытия.</p> <p>К таким переживаниям не обязательно относятся, допустим, научные открытия или радость художественных вдохновений творца. Их может вызывать миг любви, переживание природы, музыки, слияние с высшим началом. Главное, что человек в такие моменты чувствует не отстраненность, а соединенность с высшими силами.</p>
9. Более сильное отождествление себя со всем родом человеческим.	Всечеловечность, чувство единства гораздо больше того, что нас всех разъединяет. Неповторимость и несхожесть людей есть основание для близости, а не для их вражды.
10. Изменения в межличностных отношениях.	Психически здоровая личность самодостаточна и самостоятельна, она менее зависима от других личностей. И это означает, что у нее нет страха, зависти, потребности в одобрении, похвале или привязанности. Она не имеет нужды лгать и приспосабливаться к людям, не зависит от их пристрастий и общественных установлений. Она равнодушна вообще к знакам поощрения и порицания, ее не увлекают ордена и слава, награду они находят внутри, а не вне себя.
11. Более демократичная структура характера.	<p>Самореализующаяся личность не нуждается ни в какой общественной иерархии, в авторитетах и кумирах. Нет у нее и желания властвовать над другими, навязывать им свои мнения. Она устраивает вокруг себя островки сотрудничества, а не исполнения инструкций, коллектив для нее не иерархически построенная организация, а собрание незаменимых специалистов.</p> <p>В общественной структуре такому человеку соответствует демократическое общественное устройство. Вообще, у таких людей, на какой бы «должности» и какое бы общественное место они ни занимали, хоть самое незаметное, нет начальства. Они умеют устраиваться везде так, чтобы не иметь над собой контролеров и зависимых от них материально людей.</p>

12. Высокие творческие способности.	В каком-то высшем смысле понятия «человек» и «творец» — совпадают. Если в наличии этого мы не видим, если вокруг, как нам кажется, серые, незначительные, незаметные люди, значит, это общество дурно устроено, оно не дает человеку возможности, простора для самоактуализации.
13. Определенные изменения в системе ценностей.	Люди, достигшие определенной степени самореализации, имеют очень высокое мнение об окружающих. Они верят в людей, в человечество, в его судьбу, в его лучшее будущее, хотя и не обязательно могут сформулировать это в словах. Иначе говоря, у них положительный настрой, они не только доброжелательны к другим, но обладают определенной и, как правило, твердой положительной жизненной философией, системой взаимосвязанных ценностей.

Как видим, все эти характеристики начинаются со слов: «более», «высокая», «улучшенная», то есть в них заложено не усреднение, а оптимизация свойств и качеств человека. И одновременно они же есть цель или вектор, по которому расположены человеческие надежды и стремления. Большинство людей, сознательно или бессознательно, устремляются туда, хотят стать лучше. Это главная психологическая установка нормального человека. Таким образом, самоактуализация является ценностью глобального масштаба.

Ясно, что ей должно быть подчинено общественное устройство. Если личность является центром либеральной идеи, альфой и омегой общества, то мы вправе спросить, а что это за личность, какова она должна быть. На этот вопрос отвечает психология бытия А. Маслоу: личность есть внутренняя суть, природа человека, направленная на его самоактуализацию.

В некотором смысле это природа божественная, поскольку противоположна естественному эгоизму и инстинкту самосохранения. Недаром, рассказывая о своей собственной эволюции в развитии гуманистической психологии, автор пришел к выводу о космичности сознания и бытия человека, о существовании неясно очерченного, но наиболее ценного для человека высшего, надмирного плана, к которому устремляется самоактуализирующаяся личность. Для его определения не

хватает научного языка, приходится пользоваться религиозными категориями.

Такой личности требуется главная ценность либерализма – свобода как возможность реализации своих устремлений.

### **Психопатологические типологии**

Ряд психологов [13; 6; 10; 4; 12; 7] разработали типологию личностей, приведенную в *табл. 8*.

#### **Таблица 8. Психопатологические характеристики личности**

<b>Обозначение типа</b>	<b>Особенности и признаки</b>
<p><b>1. Истероидный (демонстративный)</b></p>	<p><b>Внутреннее условие формирования:</b> слабая нервная система, долго не выдерживающая состояния возбуждения.</p> <p><b>Внешние условия:</b> воспитание по типу «кумира семьи», гиперопека, не оставляющая возможности для самостоятельного преодоления обычных житейских трудностей. В результате – эгоцентризм;</p> <p><b>Общие характеристики:</b> конфликтная самооценка (с одной стороны, завышенная оценка себя, как личности, преувеличение своей общественной значимости, с другой – постоянная неуверенность в собственных силах при решении актуальных задач); склонность к быстрому и полному уходу от реальных проблем в мир иллюзорного благополучия (вытеснение); избирательное общение (лишь с теми, кто воспринимает демонстративную натуру такой, какой она хочет казаться); стремление быть в центре внимания (чтобы за счет комплиментов или хотя бы заинтересованного порицания компенсировать неустойчивую самооценку и на время уверовать в себя, в свою способность становиться неординарной, масштабной личностью).</p> <p><b>Внешний вид:</b> Основные характеристики оформления внешности: имитаторство, яркость, контрастность. Стремятся выглядеть в соответствии с собственными представлениями о роли, которую, на их взгляд, следует играть в данной ситуации. Если роль предполагает удовлетворенность жизнью, повышенное настроение – подчеркнута веселы, беззаботны, используют одежду ярких разнообразных цветов, множество украшений, в том числе и мужчины, часто надевающие крупные перстни, браслеты, цепочки. Если же роль сопряжена с негативными переживаниями, то, напротив, демонстрируют скорбь, подавленность; одежда мрачная, характерно нарочитое отсутствие каких-либо ярких внешних деталей: у женщин – бижутерии, минимально необходимой косметики, мужчины могут быть подчеркнута неухожены, небриты.</p> <p>Носителей доминирующего истероидного радикала не нужно долго разыскивать среди толпы – они сами предпринимают все меры к тому, чтобы отличаться от других, выделяться своим внешним видом и манерой поведения.</p> <p>Женщины-истероиды любят преувеличивать и внешне подчеркивать свою сексуальность, и часто выглядят с этой точки зрения вызывающе.</p> <p>Мужчины, соответственно, озабочены демонстрацией</p>

мужественности и силы. Например, представители вполне рядовых, мирных профессий носят браслеты или делают себе наколки с указанием группы крови, любят камуфлированную форму, значки, эмблемы и другие наглядные обозначения принадлежности к особым подразделениям и т.п.

Однако дальше имитации дело у истероидов не идет: они играют в «героев», «плейбоев» и т.д., но, очутившись в ситуации, требующей реального проявления декларируемых качеств, часто оказываются несостоятельными и, опять же, довольствуются не собственно результатом, а его иллюзией, пытаясь убедить себя и окружающих, что все, что должно было произойти, произошло.

Внешний вид истероидов изменчив – они значительно чаще других меняют свой облик, стиль одежды. Отличительной чертой их внешности является театральность, ориентированность «на публику».

Истероиды, как правило, несколько «переигрывают» во всем: на вечеринке они самые яркие и веселые, на похоронах – преувеличенно траурные. Устойчиво одно стремление бросаться в глаза окружающим, возбуждать любопытство к своей персоне.

Особенности позы, мимики, жестикуляции: Все носит отпечаток театральности, манерности, наигрыша и подчинено представлениям об исполняемой роли. Поза, жестикуляция, мимика демонстративных натур нередко призваны украсить повествование, придать говорящему (или хранящему многозначительное молчание) истероиду изящество и/или величие.

В относительно спокойном, уравновешенном эмоциональном состоянии наблюдаются манерные движения рук – плечи малоподвижны, прижаты к туловищу, двигаются предплечья и особенно кисти в лучезапястных суставах.

В состоянии возбуждения движения могут становиться более размашистыми, объемными. Это об истероидах говорят: «скорбно заламывают руки, рвут на себе волосы, посыпают голову пеплом».

Театральность проявляется и в обычных бытовых поступках: если курят – то длинные необычные сигареты или сигары, держат их «на отлете», дым стараются выпускать длинной струей или кольцами вверх, если пьют чай или кофе – берут чашку двумя пальцами, отставляя мизинец в сторону и т.п.

Для выражения эмоций – удивления, восторга, внимания, скорби и т.д. – истероиды сознательно или полусознанно пользуются набором мимических масок.

Выражения их лиц в эти моменты в основных чертах напоминают реальную картину переживания, но из-за отчетливой театральности не вызывают в окружающих доверия и сочувствия.

**Манера разговаривать (вербальная деятельность, общение):** в основе лежит та же потребность произвести впечатление. Если истероид хочет выглядеть значительным, в его речи появляется апломб, высокомерные, а подчас – властные,

	<p>повелительные интонации.</p> <p>Речевые конструкции претендуют на литературный стиль, изложение изобилует яркими художественными деталями (в письменной речи указанная стилизация сохраняется в полной мере; почерк отличается обилием «украшений» в виде широких петель, росчерков, завитков и т.п.).</p> <p>Рассказывая о себе, истероид увлекается, возбуждается и иногда теряет контроль над содержанием высказываний.</p> <p>Желая поразить собеседника, он в этих случаях может прибегнуть к псевдологии – хвастливому вымыслу, зачастую очевидному, явно противоречащему прежним его заявлениям и описаниям обсуждаемой ситуации.</p> <p>Псевдология отличается от заведомой лжи тем, что появляется лишь на высоте возбуждения, когда говорящий не в состоянии определить грань между вымыслом и реальностью.</p> <p>В эту минуту он убежден и готов настойчиво доказывать и обосновывать свою, даже нелепую, версию, подчас оперируя еще менее правдоподобными аргументами.</p> <p><b>Манера действовать (вербальная и невербальная деятельность):</b></p> <p>при наличии зрителей – или хотя бы уверенности, что за ним наблюдают – истероид склонен руководствоваться не столько содержанием и требованиями деятельности, сколько ожиданиями других (как он их себе представляет).</p> <p>В деятельности - да и в поведении в целом – и процесс, и результат интересуют истероида прежде всего с точки зрения вызываемого ими социального резонанса.</p> <p>Истероиды склонны преувеличивать значение собственных достижений. Нетерпеливы, не выносят рутин, легко уходят от реальной деятельности к созданию ее иллюзии (имитации).</p>
<p><b>2.Эпилептоидный (взрывчатый, застревающий на эмоциях)</b></p>	<p><b>Внутренним условием</b> становления данного типа, по-видимому, является относительно глубокое (но не достигающее до выраженных клинических проявлений, компенсированное) органическое поражение головного мозга.</p> <p><b>Внешнее условие</b> – суровая (если не жестокая) модель воспитания.</p> <p>Эпилептоиды отличаются взрывчатостью – медленным, подспудным накоплением негативных эмоций, резко вырывающихся наружу в неожиданном для самого человека и окружающих поступке, в той или иной степени антисоциальном.</p> <p>Обладают вязким мышлением и избирательной эмоциональной памятью – могут долгие годы помнить и переживать обиды, злопамятны.</p> <p>Мизантропы (человеконенавистники), что во многом определяет глубинную мотивацию их поведения.</p> <p><b>Внешний вид:</b> Телосложение атлетико-диспластичное: при хорошо развитой мускулатуре, типичный эпилептоид тем не менее выглядит неказистым, непропорциональным. Внешний вид, как</p>

правило, неброский.

Одеваются просто, функционально, предпочитают спортивный или рабочий стиль, не уделяют особого внимания украшениям, косметике – про таких говорят: «серая мышка». При этом крайне (болезненно!) чистоплотны, аккуратны. Предпочитают носить короткие стрижки, тщательно выбривают волосы, постригают ногти.

Особенности позы, мимики, жестикуляции: постоянно высокий уровень внутреннего напряжения обуславливает сдержанность, скудость, зажатость двигательных проявлений.

Движения дисгармоничны, лишены плавности, красоты. Походка медлительная, тяжеловесная, скованная.

Если эпилептоид сидит, то весь подобрившись, плотно сжав ноги и прижимая руки к туловищу, корпус наклонен вперед.

Жестикуляция малоразмашистая, невыразительная, нередко вообще отсутствует. На его лице не увидишь широкой улыбки, удивленно поднятых или вопросительно изогнутых бровей – крупные мимические мышцы глаз и рта практически не задействованы. Это не застывшая маска, просто мимика производит впечатление «мелкой».

**Манера разговаривать (вербальная деятельность, общение):**

говорят значительно дольше других. Если беседа, затрагивающая обычный круг оперативно значимых вопросов, занимает в 1,5 - 2 раза больше времени, чем рассчитывал психолог – можно предположить, что его собеседник – эпилептоид.

Им свойственно застревать на малозначительных эпизодах, вязнуть во второ- и третьестепенных деталях, ничего не добавляющих к сути дела. Они с большим трудом переходят с одного этапа повествования на другой. Речь монотонная, скучная, эпилептоиды не стремятся приукрашивать ее, делать более привлекательной для собеседника.

Содержательная сторона отличается чрезмерной открытостью, иногда – цинизмом, они нередко рассказывают о себе то, что по моральным причинам принято скрывать, легко признаются в безнравственных с общепринятой точки зрения поступках.

Часто прибегают к осознанной или малоосознанной, эмоциональной (эпилептоидная псевдология) лжи, чтобы скомпрометировать других. Для письменной речи эпилептоидов, помимо вышеуказанных особенностей, характерно тщательно продуманное, строгое, аккуратное оформление: соблюдение полей, параллельность строк, каллиграфический почерк.

**Манера действовать (вербальная и невербальная деятельность):** медлительны и вязки в работе, занудливы, мелочны, излишне требовательны к окружающим, причем настаивают на выполнении формальных, незначительных правил. В основе этого лежит не беспокойство за качество труда, а



	<p>стремление установить «свои порядки». Особенно придирчивы эпилептоиды к чистоте и упорядоченности расположения предметов на рабочем месте. Работать предпочитают на самостоятельном, индивидуальном участке, без помощников.</p>
<p><b>3. Паранойяльный (застревающий на идеях)</b></p>	<p><b>Внутренние условия</b>, влияющие на формирование паранойяльного радикала: относительно менее выраженное, чем у эпилептоидов, органическое поражение головного мозга, порождающее ригидность.</p> <p><b>Внешние условия:</b> консервативное воспитание; деятельность, предполагающая самостоятельность, реальные (а не мнимые, иллюзорные) достижения.</p> <p>Крайне дорожат собственными идеями, переоценивают их социальное значение. Готовы отстаивать свою точку зрения при любых обстоятельствах. Преследуя обычно узкоэгоистические цели, убеждают себя и окружающих в том, что руководствуются благими намерениями.</p> <p><b>Внешний вид:</b> выглядят собранными, напряженными, целеустремленными, деятельными. Одежде особого внимания не уделяют, но чаще одеваются консервативно (крайне отрицательно – с идейных позиций – относятся к любым проявлениям авангардизма, нонконформизма).</p> <p><b>Особенности позы, мимики, жестикиляции:</b> поза нередко выдает агрессивность, напористость, экспансивность: ноги широко раставлены, руки сжаты в кулаки, уставлены в бока или скрещены на груди.</p> <p>Жесты энергичные, задающие ритм речи, подчеркивающие значимость слов (например, характерными жестами являются постукивание ребром ладони по столу в такт словам, «указующий перст», «рубленные» движения рукой и т.д.).</p> <p>В отличие от истероидов, старающихся увеличить расстояние между собой и партнером по общению, чтобы тот их мог получше рассмотреть, лица с паранойяльными чертами стремятся придвинуться к собеседнику как можно ближе, чтобы заставить его слушать. При этом они удерживают слушателя за пуговицу, тянут за руку, насильно усаживают перед собой и т.п.</p> <p><b>Манера разговаривать (вербальная деятельность, общение):</b> любой разговор «сворачивают» на интересующую их тему. Это о них говорят: «оседлал любимого конька». Если эпилептоиды вязнут в несущественных формальных деталях, то лица паранойяльного склада «застревают» на принципиальных для них идеях, умозаключениях. Отстаивая собственную точку зрения, не ищут каких-то новых, более убедительных аргументов, а лишь упрямо повторяют одно и то же. Для них характерен менторский, поучающий тон.</p> <p>Манера действовать (вербальная и невербальная деятельность): последовательны, сосредоточиваются на том, что</p>

	<p>считают главным, остальному могут не придавать значения. В изменившихся условиях остаются верны раз и навсегда усвоенному стилю деятельности.</p>
<p><b>4. Шизоидный (странный, «не от мира сего»)</b></p>	<p>В основе шизоидного типа лежат врожденные особенности мышления.</p> <p>Шизоиды не в состоянии различить действительно важные и малозначительные, реальные и вымышленные свойства объектов внешнего (и внутреннего) мира. В их сознании эти свойства равнозначны и равновероятны.</p> <p>В результате представления шизоидов о сущности вещей весьма оригинальны, не похожи на общепринятые, малопонятны окружающим. Поскольку это обстоятельство существенно затрудняет общение и взаимодействие с другими людьми, в процессе социализации обладатели шизоидного радикала активно (с рациональных позиций) усваивают (и с большим или меньшим успехом реализуют) стереотипы конформного поведения.</p> <p>Психика шизоида приобретает особый склад: ее внутреннее «ядро» глубоко своеобразно, т.к. в полной мере формируется за счет вышеописанных особенностей мышления; при этом существует и внешняя – относительно, формально социализированная «оболочка», позволяющая адаптироваться в обществе.</p> <p>Подобное расщепление, раздвоение психики и дало название шизоидному радикалу (от греч. схизис – расщепление).</p> <p><b>Внешние условия</b> не столь важны, хотя следует заметить, что воспитание и деятельность, допускающие (а тем более поощряющие) своеобразие, странность поведения, не создают мотивации для усвоения конформных стереотипов.</p> <p><b>Внешний вид:</b> типичное телосложение лишено гармонии, но в отличие от «крепко сшитых», хотя и «не ладно скроенных», эпилептоидов, производит впечатление хрупкости, физической слабости.</p> <p>Наиболее характерная фигура шизоида высокая, нескладная, с длинными конечностями (астеник). Манера одеваться отличается эклектичностью (бессистемным, подчас - парадоксальным, смешением стилеобразующих деталей), чрезмерной, гротескной оригинальностью («клоунская внешность», маскарадность), очевидным несоответствием стиля одежды конкретной социальной ситуации и роли, неряшливостью.</p> <p>Любят капюшоны, высокие воротники (не для украшения, а в качестве символического убежища); часто носят рюкзаки, громоздкие сумки через плечо («все свое ношу с собой»). Если человек сверху одет в пиджак, при галстуке, а снизу – в джинсы и кроссовки, или на официальный прием приходит в потертом свитере и разноцветных брюках, значит в его характере есть черты шизоида. В ярких случаях внешняя дисгармоничность шизоидов настолько велика, что заставляет неискушенного наблюдателя думать об интеллектуальном дефекте.</p>

	<p>Особенности позы, мимики, жестикуляции: движения угловатые, резкие, неловкие, плохо координированные. Их позы кажутся неудобными, нефункциональными. Как правило, не заботятся о контроле за внешними проявлениями чувств – их раздумия, сомнения, переживания отражаются на лице. При этом мимика может напоминать странные гримасы, казалось бы, не связанные с актуальной ситуацией.</p> <p><b>Манера разговаривать (вербальная деятельность, общение):</b> вербальная деятельность нередко весьма продуктивна.</p> <p>Шизоидов отличает контраст между «клоунской» внешностью и разумной серьезной речью (лекцией, иным публичным выступлением).</p> <p>Вместе с тем, пояснения шизоидов, их попытки ответить на проблемные вопросы, разъяснить окружающим научную задачу или учебный материал плохо воспринимаются, выглядят путанными, «не доходят». Нечто подобное наблюдается и при общении: шизоиды часто жалуются на то, что их не понимают.</p> <p>Письменная речь шизоидов отличается (помимо содержательных особенностей, указанных выше) крайне небрежным, неаккуратным, плохо читаемым почерком, наличием бесчисленных помарок и исправлений.</p> <p><b>Манера действовать (вербальная и невербальная деятельность):</b> способны правильно видеть конечную цель, но выбранные ими пути ее достижения выглядят нелогичными.</p> <p>Многие действия с общепринятых позиций представляются излишними, в то время как нужные отсутствуют. Попытки исправить линию поведения шизоидов наталкиваются на сопротивление, непонимание с их стороны, советы ими отвергаются. Особенно это проявляется в творческой, нешаблонной работе.</p>
<p><b>5. Эмотивный (чувствительный)</b></p>	<p><b>Внутренние условия</b> – слабая нервная система со сниженным порогом эмоционального реагирования.</p> <p><b>Внешние</b> – доброжелательное воспитание с акцентом на эмоционально-эстетическом развитии личности.</p> <p>Внимательны к эмоциональным нюансам происходящего, ранимы, впечатлительны. Наделены чувством гармонии.</p> <p><b>Внешний вид:</b> одеваются (оформляют внешность) со вкусом, в единой «стильной» манере. Покрой одежды свободный, избегают излишне ярких цветов, резких линий. Любимая одежда эмотивных натур - трикотаж (пуловер, джемпер).</p> <p>Носят удлиненные прически (в том числе, мужчины), но не пышные театральные «гривы», как истероиды. Галстукам предпочитают шейные платки.</p> <p>Особенности позы, мимики, жестикуляции: как бы лишены «острых углов», движения мягкие, закругленные, плавные. Эмотивные мужчины нередко невольно усваивают элементы женской пластики. Позы функциональные, внешне выигрышные, но без истероидной театральности.</p>

	<p>Характерен «мечтательный» взгляд, мимика чаще печальная, задумчивая. Глаза легко увлажняются, блестят, особенно в эмоциональных моментах беседы. В целом, двигательная экспрессия выразительная и оказывающая адекватное впечатление на окружающих, в отличие от истероидов, которые не заражают других своими эмоциями.</p> <p><b>Манера разговаривать (вербальная деятельность, общение):</b> голос негромкий, хорошо модулированный. Не стремятся доминировать в разговоре, охотно выслушивают собеседника. Речь эмоционально насыщенная, на высоте волнения могут появляться небольшая дрожь в голосе и легкое заикание.</p> <p>Манера действовать (вербальная и невербальная деятельность): тактичны, неназойливы, в обсуждении спорных проблем проявляют гибкость, в непринципиальных вопросах с готовностью уступают. Возражают мягко, не оскорбляя оппонента. Активно взаимодействуют с группой, но и одиночеством не тяготятся. Терпеливы, неторопливы.</p>
<p><b>·6.Гипер-тимный (сверхподвижный)</b></p>	<p><b>Внутренние условия</b> – сильная подвижная нервная система, с некоторым преобладанием процессов возбуждения, постоянно повышенным уровнем активации коры головного мозга.</p> <p>Радикал формируется, как правило, вне зависимости от внешних условий.</p> <p>Энергичные «жвчики» с оптимистической оценкой происходящего, которые всем интересуются, во все вмешиваются.</p> <p><b>Внешний вид:</b> основная черта – вышенная двигательная активность, непоседливость, формирующая внешний облик.</p> <p>Одежда самого разнообразного покроя, но нередко со множеством карманов, наполненных мелкими предметами (материальным выражением обилия интересов и широты круга общения). Может отмечаться небрежность в одежде (следствие торопливости, а не шизоидной неряшливости).</p> <p>Особенности позы, мимики, жестикуляции: движения порывистые, размашистые. Часто меняют позу, жестикуляция обильная, преимущественно поясняющая, иллюстрирующая рассказ. Мимика достаточно выразительная, яркая, живая.</p> <p><b>Манера разговаривать (вербальная деятельность, общение):</b> многословны, легко увлекаются разговором, охотно общаются с собеседником, любопытны, без труда переключаются с одной темы на другую. Улыбчивы, смешливы, нередко выглядят остроумными (т.к. любят слушать и рассказывать анекдоты, обсуждать забавные приключения). Манера действовать (вербальная и невербальная деятельность): не всегда последовательны, отвлекаемы. Высказывают намерения достичь значимой цели, с энтузиазмом берутся за работу, но довольно быстро остывают, переключаются на другие занятия.</p>

<p><b>7. Тревожный</b></p>	<p><b>Внутреннее условие</b> – вышенная личностная тревожность. Формированию тревожного типа способствует негативный жизненный опыт.</p> <p>Тревожность заставляет представителей этого типа постоянно страховаться от любых ошибок, избегать малейшей новизны.</p> <p><b>Внешний вид:</b> выглядят достаточно пропорционально, гармонично. Несколько напряжены, но без оттенка злобы, как у эпилептоидов.</p> <p>В одежде предпочитают спокойные, неброские тона, фасоны (в отличие от истероидов, прикладывающих усилия, чтобы выделиться на общем фоне, тревожные стараются слиться с окружением). Детали одежды как правило немногочисленны и тщательно согласованы по цвету и форме (чтобы не привлечь лишнего внимания и не вызвать нареканий). Подолгу носят одно и то же, привыкают к «любимой» одежде. Любая, даже малозаметная, обнова лишает их душевного равновесия, рождает тягостное чувство «выставленности на всеобщее обозрение».</p> <p>Особенности позы, мимики, жестикуляции: весьма сдержанны в движениях. Поза скованная – сидят «на краешке стула».</p> <p>От эпилептоидной сдержанности – нарочитой, вызывающей, готовой в любую минуту смениться агрессивной двигательной бурей – тревожную отличает мягкость, истинная неуверенность в себе. Тревожные люди склонны постоянно контролировать (обуздывать) свои эмоциональные проявления.</p> <p><b>Манера разговаривать (вербальная деятельность, общение):</b> значительно варьирует в зависимости от окружения: среди хорошо знакомых людей общаются свободно, проявляя нередко высокие способности, остроумие и яркость личности, в то время как незнакомая обстановка (или даже появление нового слушателя) действует на них «парализующее» – заставляет умолкнуть, затеряться среди других.</p> <p><b>Манера действовать (вербальная и невербальная деятельность):</b> педантичны, пунктуальны, сами боятся нарушить привычные условия труда, договоренности и т.п., и бывают крайне обеспокоены, если их нарушают окружающие. В незнакомой обстановке нередко выглядят растерянными.</p>
----------------------------	--

### Типологии по критерию «стиль жизни»

Наконец, можно отметить несколько типологий, выстроены по такому критерию, как «стиль жизни» Наиболее разработанный вид такой

типологизации людей – американская система VALS (values and life styles), разработанная Стэнфордским научно-исследовательским центром (штат Калифорния) [27]. Эта система представляет собой классификацию, которая относит каждого взрослого американского потребителя к одной из восьми (исходно девяти) категорий. Как и все психографические системы стилей жизни, VALS можно критиковать за то, что миллионы людей не подразделяются четко на категории по характеру покупок, а также не остаются в этих категориях в течение жизни. И, тем не менее многочисленные американские компании и рекламные агентства используют систему VALS в своих маркетинговых стратегиях.

Данная типология разделяет население США на следующие группы:

1. Потребители, которыми руководят потребности. Они тратят деньги в связи со своими потребностями, а не предпочтениями. Это беднейшие слои населения, без образования.

2. Потребители, которыми руководят внешние факторы. Совершая покупки, эти люди заботятся о том, что подумают об этом другие.

3. Потребители, которыми руководят внутренние факторы. Для них прежде всего важны собственные потребности и желания.

4. «Интегрированные». Эти потребители составляют самую малочисленную группу. Они представляют индивидуалов, которые сочетают в себе лучшие качества двух предыдущих групп. Хотя их число невелико, данная группа может играть важную роль в качестве законодателей мод, групп, через которые проходят все успешные идеи и товары. Этот сегмент быстро растет.

Перечисленные основные группы подразделяются на девять типов:

1. «Выживающие» – Survivors;
2. «Терпеливые» – Sustainers;
3. «Убежденные» – Belongers;
4. «Подражающие» – Emulators;
5. «Преуспевающие» – Achievers;

6. «Индивидуалисты» – I-Am-Me;
7. «Рискующие» – Experiential;
8. «Социально озабоченные» – Societally Conscious;
9. «Интегрированные» – Integrated.

В 1989 г. в систему VALS были внесены изменения, призванные подробнее осветить потребительское поведение, благодаря чему была создана новая методика определения стиля жизни американцев – VALS 2. Ее суть состоит в том, что согласно ответам на вопросы анкеты о мнениях респондентов, население США подразделяется на три общие потребительские группы, а затем на восемь типов. Потребительские группы образуются в зависимости от ориентации человека на принцип, статус или действие.

Потребители, ориентированные на принцип при выборе определенных товаров основываются на личных убеждениях, а не на мнениях других.

Потребителям, ориентированным на статус, важно одобрение других людей.

Потребители, ориентированные на действие, руководствуются желанием социальной и физической активности, разнообразием и чувством риска.

Кроме ориентации, потребители отличаются и наличием (уровнем) ресурсов. Ресурсы – это психологические, физические, социо-экономические факторы, которые влияют на выбор и принятие решения о покупке каждого потребителя (человека). В частности, это такие факторы как образование, доход, уверенность в себе, умственные способности, покупательская активность.

**Реализующие (Actualizers)** – это успешные, с хорошим вкусом, активные, люди, не боящиеся брать на себя ответственность, с высоким чувством собственного достоинства. Они заинтересованы в собственном росте и развитии. Собственный имидж для них очень важен, но не как доказательство или свидетельство их положения и власти, а как выражение

собственного вкуса и независимости и характера. Это чаще всего лидеры в бизнесе, они занимают определенные посты в правительстве. У них широкий круг интересов, они беспокоятся о социальных проблемах, легко воспринимают изменения. Их покупки говорят об утонченном вкусе и тяготении к дорогим продуктам высшего качества, предназначенным определенной потребительской группе.

**Осуществляющие / выполняющие (Fulfilleds).** Это люди в зрелом возрасте, обеспеченные и довольные жизнью, любят проводить время в раздумьях и созерцании. В большинстве это хорошо образованные люди, возможно недавно вышедшие на пенсию. Они следят за событиями в стране и в мире, используют возможность расширить свой кругозор. Удовлетворенные своей карьерой, семьей, свой досуг они проводят дома. Их вкусы консервативны, в товаре ценят прочность, функциональность и ценность.

**Преуспевающие (Achievers)** – Это люди преуспевающие, делающие карьеру, главное для них – работа. Они разделяют мнение большинства, предпочитают стабильность риску. Работа обеспечивает им ощущение «нужности», материальной обеспеченности и престижа. Они сконцентрированы на семье, карьере и церкви. В политике они придерживаются консервативных взглядов (консерваторы). Имидж для них также важен. Выбирают престижный товар, который напоминает коллегам об успехах владельца.

**Рискующие (Experiencers)** – Молоды, полны энтузиазма, импульсивны. Они ищут разнообразия и впечатлений. Они находятся в процессе формирования ценностей и моделей поведения. Быстро загораются новыми возможностями, но также быстро и охлаждаются. В этот период жизни «рискующие» не интересуются политикой, и не имеют устоявшихся взглядов. Большую часть доходов направляют на покупку одежды, посещение ресторанов, кинотеатров.



**Убежденные (Believers)** – Консерваторы, привержены традициям, ничем не примечательны. У них четкие, конкретные, непоколебимые убеждения основанные на традициях, основных ценностях: семья, церковь, общество, нация. Большую часть времени проводят дома, в семье, в религиозных или благотворительных организациях, которым верят. Отдают предпочтение знакомым товарам и маркам.

**Старающиеся (Strivers)** – Неуверенные в себе, ощущают незащищенность, ищут одобрения своим действиям, их возможности ограничены. Деньги для «старающихся» означают успех, так как их всегда им не хватает. Часто испытывают чувство, что жизнь к ним несправедлива. Предпочитают стильные товары, которые покупаются людьми с большим, чем у них материальным достатком.

**Практики (Makers)** – Практичны, самодостаточны, традиционны, ориентированны на семью. В политике также придерживаются консервативных взглядов. Покупают только то, что может иметь практическую или функциональную ценность (инструменты, рыболовные принадлежности и т.д.)

**Сопrotивляющиеся (Strugglers)** – Люди в возрасте с ограниченными возможностями, нуждающиеся. Заботятся о своем здоровье, зачастую пассивны. Это осторожные покупатели, предпочитающие любимые марки.

Относительно недавно (в 1997 г.) появилось еще одно направление изучения стилей жизни потребителей, на этот раз пользователей Internet – iVALS (Internet VALS). Данная методика была также разработана SRI International. SRI разработала iVALS для того, чтобы повысить эффективность и качество «on-line»-среды для пользователей и помочь провайдерам.

Кратко охарактеризуем психографические типы пользователей Интернет, выделенные с помощью этой методики [9].

**Гуру (Wizard)** – это наиболее активные и обладающие профессиональными навыками в области Internet пользователи. Компьютеры

– ключевой момент их стиля жизни и знания технологии делают их выдающимися личностями. Больше чем 80% Гуру пользуются Internet более трех лет. Хотя Гуру познакомились со многими в интернете на протяжении этих лет, все же скорее всего эти знакомые так и остаются лишь виртуальными. Гуру не ищут друзей (людей) специально, в традиционном понимании.

Примерно половина из них принимают участие в MUD (Multi-Users Dungeon/Dimension – многопользовательские ролевые игры) или MOO (Multiple User Dungeon - Object Oriented) это разновидность MUD с большими возможностями). Многие имеют собственные веб-странички и у всех есть много игр или мультимедийных программ, особенно для взрослых. Почти все Гуру – это мужчины, причем относительно молодые, им меньше 30 лет. Несмотря на свой возраст, многие работают менеджерами среднего звена, консультантами, аналитиками, и поэтому их доход не очень высокий. Wizard – это целевая группа для специализированной технической информации, тестирования бета-версий программных продуктов, конференций по компьютерам и программному обеспечению и др. профессиональным темам. Им нравятся программы с большим количеством возможностей.

**Пионеры (Pioneers)** – пользователи такого типа составляют приблизительно 10% от опрошенных. Пионеры – в общем позитивно настроенный и активный сегмент пользователей. Они проводят много времени в интернете, часто посещают такие конференции, как например, Usenet. Пока большинство «пионеров» чувствуют себя уверенно и в техническом аспекте интернета. В целом они чувствуют свое превосходство над остальными пользователями интернета. Как и Surfers (Странники), они увлечены интернетом умеренно. Рассматривая данную группу, можно отметить, что в большинстве это мужчины разного возраста и с низким доходом. Пионеры (Pioneers) включают в себя технический персонал, студентов.

**Странники (Surfers)** – это быстро обучающийся, но не очень технически образованный сегмент, они уверенно чувствуют себя в интернете. Причем интернет для них – это развлечение и место проведения досуга. Хотя они и относятся к глобальной Сети положительно, готовы тратить деньги за услуги интернета больше, чем любой другой тип пользователя, («Странники» имеют больше двух ящиков электронной почты), они несколько негативно относятся к чатам и конференциям. Этот тип составляет самая старшая возрастная группа, причем с доходом домохозяйства выше среднего. «Странники» в основном – это менеджеры среднего звена, ученые, специалисты, консультанты. Это активные пользователи почтовых каталогов и интернет-магазинов. Они стали меньше смотреть телевизор, с тех пор, как стали пользоваться интернетом. Пользователи интернета данного типа тратят много времени путешествуя, бродя по интернету. Они стремятся узнать как можно больше о «Сети». Они увлечены не только информацией, но и общением с людьми, или работой.

**Основная масса (Mainstreamers).** Такие пользователи обращаются к Интернету для работы или решения личных вопросов, но не более. Чаще всего они используют Интернет с места работы и сконцентрированы лишь на получении полезной для себя информации. Значительную часть своего времени они просто бродят по Глобальной Сети. При этом они чувствуют себя в Интернете довольно уверенно, поэтому у них нет желания прикладывать большие усилия, чтобы овладеть определенными профессиональными навыками в этой области. Пользователи этого типа имеют доход выше среднего, высшее образование, это - специалисты по компьютерам, ученые, менеджеры высшего звена, студенты. Это один из наиболее интеллектуальных в iVALS сегментов. Надо отметить, что их профессиональные интересы не включают в себя компьютерное обеспечение и поэтому их активность в Интернете обусловлена более личными интересами, нежели служебными. Следовательно, они и являются целевой группой для «потребительского» Интернета.

**Опытные пользователи (Upstreamers).** Они составляют около 14% от опрошенных в исследовании. Наиболее близкий к ним психографический тип – это Mainstreamers. Для них, как и для большинства пользователей Интернет – это возможность удовлетворить как личные потребности, так и решить вопросы, связанные с работой или профессиональной деятельностью. Хотя Upstreamers отличаются от Mainstreamers тем, что более творчески подходят к Интернету (больше экспериментируют, пробуют). Они также проводят больше времени в Сети, чем «основная масса», у них больше электронных адресов и они подписываются на большее количество новостей. Они уверенно обращаются с компьютером, хотя не имеют технического образования. Пользователи этого типа – мужчины, ученые, консультанты, маркетологи и менеджеры по продажам. Для Upstreamers Интернет своеобразный мостик для получения недостающих им знаний в какой-либо области.

**Рабочие лошадки (Workers)** - это люди, использующие Интернет исключительно в утилитарных целях. Большинство из них имеет больше двух электронных почтовых адресов, они принимают участие и посещают такие конференции, как например Usenet несколько раз в неделю. Workers тщательно планируют посещение Интернета, они четко ограничивают время, проводимое ими в Интернете для решения рабочих вопросов, поиска информации. Они могут чувствовать себя в Сети недостаточно комфортно, но нетерпимы к допускаемым там фривольностям. Интересы «Рабочих лошадок» сконцентрированы вокруг специальной, специфической информации и поиска решения определенных вопросов. Они могут, однако принимать участие в некоторых конференциях, общаться с людьми, если это принесет им определенную пользу или решит их проблемы. Workers - это в подавляющем большинстве - мужчины со средним и выше среднего доходом. Консультанты, студенты, технический персонал, преподаватели. Этот целевой сегмент - для информации (например, доставленной по электронной почте).

**Общительные (Sociables)** - для этого типа пользователей Интернет наиболее важны социальные аспекты Интернета. По сравнению с наиболее близким типом по своим характеристикам - Socialites, Sociables тяготеют к менее структурированным встречам в киберпространстве - таким, как например, чаты, конференции. В он-лайне этот тип встречается, и знакомится с большим количеством людей, причем с мужчинами и женщинами они общаются по-разному. Одним из наиболее приятных звуков с утра для них является сигнал электронной почты, о том, что им пришли письма от друзей. «Общительные» оценивают Интернет наиболее благосклонно, чем другие типы, особенно в отношении развлечений и ценности для детей. Развлечения это ключевой аспект личного интереса в Интернете. «Общительные» любят фильмы и кабельное ТВ, у них есть много игр и мультимедийных программ. При возникновении технических проблем они полагаются прежде всего на друзей или доску объявлений в Интернете. Социально-демографические характеристики данного типа пользователей в основном отражают картину в целом по «Сети». 70% из них это мужчины, в основном молодые с различным доходом. Это учителя, юристы, менеджеры, студенты и служащие. Sociables - это прежде всего целевая группа для персональных продаж, новостей, связанных с развлечениями или сплетнями, домашних страничек и специфических новостей, которые связывают людей с одинаковыми интересами и сходным стилем жизни.

**Социально активные, «общественники» (Socialites)** – это пользователи, строго ориентированные на социальные аспекты Интернета, их часто можно встретить на конференциях, где обсуждаются социальные вопросы, актуальные проблемы, например, возможность введения повременной оплаты за телефонные переговоры, прослушивание, прочтение всех сообщений в Интернете разведслужбами и т.д. У них много почтовых адресов, они часто получают и шлют почту на конференции. С удовольствием участвуют в различных обсуждениях. Для них Интернет – это прежде всего игра, развлечение, поэтому у них много игр и мультимедийных

программ. Этот тип пользователей наиболее молодой – меньше 30 лет с доходом от низкого до среднего. В основном это студенты и технический (компьютерный персонал). Так как у них невысокий доход – это не перспективный сегмент для традиционных продаж в Интернете. Однако, они прекрасные кандидаты для развлечений подобных MUD и MOO, так как они сочетают в себе многие аспекты - творческие и социальные.

**Искатели (Seekers)** – это группа, ориентированная на получение информации рабочего характера. Компьютеры они используют в основном для того, чтобы более эффективно и быстро работать, решать вопросы. Поэтому для них интернет также является прежде всего инструментом для получения очень специальной и профессиональной информации. Однако после того, как они закончат работу, они могут «полазать» по интернету в поисках развлечений, для отдыха. Так как для них прежде всего интересна бизнес-тематика, деловая информация, это перспективные потребители такого рода информации, они готовы за нее платить. Это самый старший сегмент. У них выше уровень образования, чем в среднем по интернету и доход – выше среднего. Это преподаватели, менеджеры высшего и среднего звена, менеджеры по продажам, маркетологи.

**Чужаки (Immigrants)** – они относительно недавно начали пользоваться интернетом, поэтому знакомы лишь с ограниченным числом областей Сети. Эти пользователи не будут платить свои деньги за интернет, если у них не будет бесплатного доступа на работе или в школе. У них, как правило, один электронный адрес. Они считают, что у них есть более важные дела, нежели изучение киберпространства методом проб и ошибок, они не хотят становиться экспертами в данной области. Они мало времени уделяют развлечениям в интернете, мало общаются в чатах, конференциях или переписываются с людьми по электронной почте. Они скептически настроены к интернету, но при этом понимают всю полезность этого инструмента для своей работы и решения проблем, ясно осознают

прогрессивные достоинства его использования. «Иммигранты» – это мужчины и женщины разного возраста: от 12-летних детей до студентов.

Соответствующие исследования психографических типов российских потребителей показали, что отчетливо выделяются следующие психографические группы [9]:

**Новаторы (Innovator)** – обладают прогрессивными взглядами, современным мышлением, высокой потребительской и покупательской активностью, они хотят и могут покупать новые продукты, товары и услуги, как правило, делают это раньше других.

**Благополучные (Successful)** – тип, близкий к «новаторам», но более разумно и серьезно относящийся к финансовым вопросам. Можно сказать, что «благополучные» – это повзрослевшие «новаторы», довольные своим положением, достигнутым благополучием и достаточно высоким уровнем жизни.

**Оптимисты (Optimist)** – энергичные, легкие в общении, стремятся произвести впечатление веселого, удачливого человека.

**Рассудительные (Reasonable)** – люди, которым надо во всем разобраться, все взвесить, прежде чем принять решение, они осторожны в финансовых вопросах, склонны скорее экономить, чем импульсивно тратить деньги; хотят быть уверены, что купленный товар стоит тех денег, которые за него платят; склонны покупать менее дорогие, а также российские товары, лояльны к выбранной марке.

**Ориентированные на фирменные, качественные товары (High quality, Brand-name oriented)** – главное для них при выборе товара – его качество, при этом они знают, что товары известных фирм отличаются высоким качеством и стоят дороже, готовы переплатить, но купить товар известной фирмы.

**Западник (West oriented)** – ориентирован на западный образ жизни, престижные, валютные магазины, импортные, фирменные товары, западную музыку.

**Молодой (Young)** – к этому типу принадлежат активные, общительные люди, которые проявляют живой интерес ко всему новому, необычному, веселые, часто безрассудные.

**Фаталист (Fatalist)** – пассивно относится к своему положению, своей судьбе, болезненно воспринимает критику и замечания в свой адрес, нередко негативно относится к происходящим переменам, консервативен, присуще повышенное состояние тревожности.

**Мужской (Masculine)** – отражает не принадлежность к мужскому полу – женщины также могут относиться к этому типу, если они обладают сильными патриархальными взглядами на роль мужчины в обществе, традиционно «мужскими» интересами и предпочтениями (более лояльны к алкоголю, интересуются техникой, поддерживают привилегии мужчины в обществе).

**Не вписавшиеся в рыночные условия – аутсайдеры (Not accustomed to market economy)** – те, кто не нашел свое место при изменившихся обстоятельствах, они не принимают перемен, так как не видят возможности улучшения своего положения в будущем, пассивны, имеют низкий уровень жизни, ориентированы на дешевые товары, покупку только самого необходимого.

#### **Список литературы.**

1. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. - М., 2008.
2. Букалов А.В., Бойко А.Г. Соционика: тайна человеческих отношений и биоэнергетика. – К., 1992.
3. Ганзен В.А. Фомин А.А. О понятии типа в психологии. Вестник Санкт-Петербургского университета. 1933. Сер. 6. Вып. 1. Психология.
4. Ганнушкин П.Б. Избранные труды. - М., 1964.
5. Карл Густав Юнг и аналитическая психология. – URL: <http://www.jung.psy4.ru/pst.htm>
6. Левитов Н.Д. Психология характера. – М.: Владос, 1997.



7. Личко А.Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков. - М: Просвещение, 1963.
8. Маслоу Абрахам. Психология бытия. – М., 1997.
9. Мухина М.К. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка на основе психографических типов. – URL: <http://dis.ru/library/detail.php?ID=22163>
10. Немов Р.С. Психология.- М.: Владос, 1997.
11. Основные идеальные типы индивидуальности // Психология личности. Тексты. - М., 1982. С. 55-59.
12. Петухов В.В. Типология индивидуальности. – URL: [psihologia.net](http://psihologia.net)
13. Психология индивидуальных различий. Тексты / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.Я. Романова. - М.: Изд-во МГУ, 1982.
14. Сеймор Д. Репрезентативные системы. – URL: [http://www.syntone.ru/library/books/content/1670.html?current\\_book\\_page=3](http://www.syntone.ru/library/books/content/1670.html?current_book_page=3)
15. Хорни Карен. Невротическая личность нашего времени. - М., 1993.
16. Allport G.W., 1943. The Productive Paradoxes of William James Psychological Review, 50, 95-120.
17. Allport G.W., 1955. Becoming: Basic Considerations for a Theory Personality (Yale University Press).
18. Allport G.W., 1960. The open system in Personality Theory; Personality and Social Encounter (Beacon).
19. Allport G.W., 1961. Pattern and Growth in Personality (Holt, Rinehard Winston).
20. Allport G.W., 1962. The Unique and the General in Psychological Science Journal of Personality, 30, 405-422.
21. American Psychological Association, 1959. Ethical Standards Psychologists, American Psychologist, 14, 279-282;
22. Cantril H., and Free L.A., 1962. Hopes and Fears for Self and Country American Behavioral Scientist, 6, Supplement.

23. Holt R.R., 1962. Individuality and Generalization in the Psychology Personality, *Journal of Personality*, 30, 377-404.
24. Meehl P.E., 1954. *Clinical versus Statistical Prediction* (University; Minnesota Press).
25. Sarbin T.R., Taft R., and Bailey D.E., 1960. *Clinical Inference and Cognition Theory* (Holt, Rinehart & Winston).
26. Shapiro M.B., 1961. The Single Case in Fundamental Clinical Psychology Research, *British Journal of Medical Psychology*, 34, 255-262.
27. VALS                   и                   VALS2.                   –                   URL:  
[http://www.mbaplus.info/text/rynok/celi/vals\\_vals2](http://www.mbaplus.info/text/rynok/celi/vals_vals2)