

ИЗУЧЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ СФЕРЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Е.В. Филоненко, Э.В. Галажинский (Томск)

Аннотация: Рассматривается проблема ценностно-смысловой сферы экономических и политических лидеров современной России. Проведено экспериментально-психологическое исследование указанного феномена. Обсуждаются особенности формирования смыслов и ценностей у политика и бизнесмена.

Ключевые слова: ценностно-смысловая сфера, лидер, осмысление, политик, бизнесмен, смысл, жизненная цель, ценность.

Способность осмысливать свою жизнь является родовой особенностью человека. Осознавая уникальность и неповторимость своего жизненного пути и, в то же время, свою принадлежность некоторой общности человечества, человек должен осмыслить свое место в мире и среди других людей, прожитую жизнь и текущий момент, свои цели и ценности.

Ценностно-смысловая сфера является важным структурным компонентом личностной сферы. «поскольку именно от того, каковы психологические механизмы функционирования ценностей, каков нравственный склад личности и ее сознание, зависит, в конечном итоге, ценностно-нравственное состояние современного общества» [1].

На сегодняшний день, когда наша страна переживает переломный, переходный период своего развития, особенно велика роль политических и экономических лидеров, которые привлекают все больше внимание граждан России, являясь «проводниками мировоззрения» [4]. Именно ведущих деятелей политики и бизнеса рассматривают как источник ценностей и норм, с ними связывают духовную и нравственную сохранность общества.

Однако повышенный интерес к внебюджетным социальным группам сочетается с практически полным отсутствием исследований, отражающих специфику ценностных ориентаций российского лидерства в областях политики и бизнеса. Так же необходимо заметить и то, что на сегодняшний момент, несмотря на повышенный интерес к проблематике ценностно-смысловой сферы, существующие работы по данной теме не образуют единого проблемного поля, степень оплодотворения разными подходами друг друга очень и очень невелика. Вследствие этого особую актуальность приобретает изучение и интегрирование имеющегося материала и разработок.

Так, в результате анализа зарубежных работ по данной проблематике, смысл предстает как бы двояким образом: в одних подходах – это производный от мотивов и ряда других факторов, частный структурный элемент деятельности

и созидания индивида, в других – базисное интегральное образование, детерминирующее содержание и направленность всей жизнедеятельности индивида. В рамках последнего направления особенно выделяется теория личности и логотерапия Виктора Франкла [15].

В. Франкл рассматривает феномен смысла как важнейшую жизненную цель или задачу, но каждый человек может и должен найти смысл собственной жизни. Ценности же, в рамках данной концепции, имеют смысловую природу. Это «смысловые универсалии, кристаллизировавшиеся обобщения типичных ситуаций, с которыми обществу или человечеству пришлось сталкиваться» [15].

Теория личности и логотерапия В. Франкла во многом перекликается с общепсихологической концепцией смысла Д.А. Леонтьева [7]. Автор говорит о троичной природе смысла, выделяя онтологический, феноменологический и деятельностный аспекты смысловой реальности. Вследствие этого он определяет смысл как «отношение между субъектом и объектом, или явлением действительности, которое определяется местом объекта (явления) в жизни субъекта, выделяет этот объект (явление) в образе мира и воплощается в личностных структурах, регулирующих поведение субъекта по отношению к данному объекту (явлению)» [7].

Данное определение было принято нами за основу при организации экспериментального исследования особенностей и специфики ценностно-смысловой сферы политиков и предпринимателей.

Методы исследования.

Тест смысловых ориентаций (СЖО), представляющий собой адаптированную версию теста «Цель в жизни» Джеймса Крамбо и Леонардо Махалика, основанную на концепции Виктора Франкла. Наряду с общим показателем осмысленности жизни, эта методика включает пять субшкал, отражающих три смысловых ориентации и два аспекта локуса контроля: цели в жизни, процесс жизни, или интерес и эмоциональная насыщенность жизни, результа-

Кроме того, использовались два теста из ценностно-ориентированной системы методик «Диагностика внутреннего конфликта», разработанной Е.Б. Фанталовой. Первая методика – это «Уровень соотношения «ценности» и «доступности» в различных жизненных сферах» (УСИД). Основной психометрической характеристикой методики является показатель «Ценность-Доступность», отражающий отношения между двумя плоскостями сознания, а именно: между плоскостью, вмещающей в себя осознание ведущих жизненных ценностей, личностных замыслов, дальнейших жизненных целей, и плоскостью всего, что является непосредственно доступным, связанным с осуществлением конкретных, легкодостижимых целей, находящихся в «обозримом психологическом поле», в зоне «легкой досягаемости».

Данная методика дает также возможность выявления внутренних конфликтов (ВК), «внутренних вакуумов» (ВВ) и нейтральной зоны (НЗ) в структуре личности.

Вторая методика – это «Свободный выбор ценностей». Данный тест позволяет более полно охватить «целостное ядро» личности, чтобы в итоге иметь информацию не только о внутренних конфликтах и внутренних вакуумах, но и от функционирующей в ценностно-смысловой сфере системы, наиболее значимых, влияющих на поведение и деятельность и частично взаимосвязанных между собой ценностей.

В качестве испытуемых выступили 27 мужчин, которые составили три группы: 2 экспериментальные: политики (А – 6 человек) и бизнесмены (Б – 11 человек), – и одна контрольная (10 человек). В последнюю группу вошли люди, не относящиеся к двум вышеназванным сферам деятельности. Возраст испытуемых варьировался от 19 до 62 лет. Малочисленность выборки объясняется нежеланием субъектов принимать участие в данном исследовании в связи с имею-

щимися негативным опытом общения с психологами.

Результаты исследования.

Прежде всего, анализ выборки показал низкий уровень дезинтеграции в мотивационно-личностной сфере. Величина индекса расхождения «Ц-Д» у трех групп находится в пределах от 0 до 33: ЭА=20; ЭБ=27,91; К=32.

На основании этих данных мы можем сделать вывод о том, что они удовлетворены текущей жизненной ситуацией, прибывают в гармонии с собой. Это подтверждается и доминированием у всех трех групп испытуемых НЗ (совокупность показателей, где нет заметных ВК и ВВ). Это еще раз доказывает, что ценности и возможности их удовлетворения в основном совпадают. (ЭА=63,87%; ЭБ=41,14%; К=45,95%). Сравнение выраженности ВК и ВВ у испытуемых не дали значимых результатов (рисунок 1).

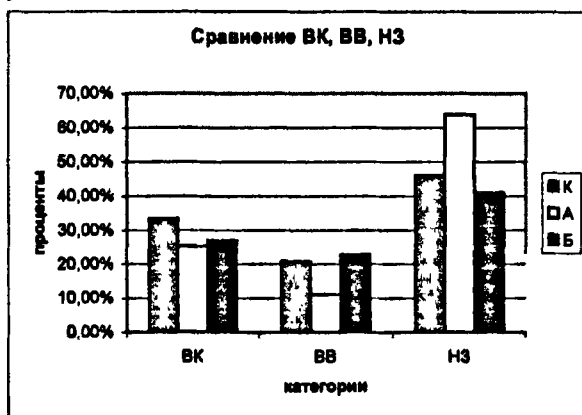
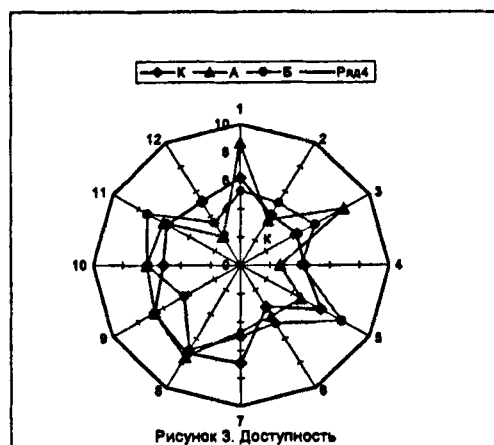
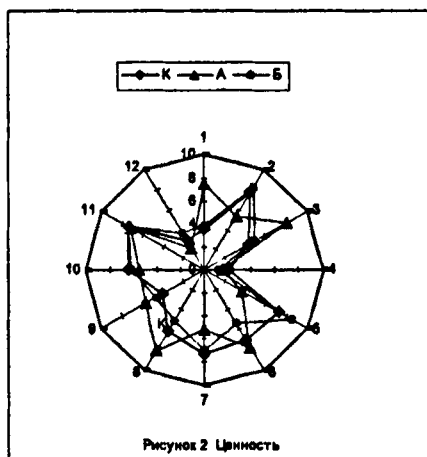


Рисунок 1

Однако была выявлена значимая разница между тремя группами относительно, прежде всего, проверочного списка основных 12 понятий-ценностей (Тест УСИД).



Так, в экспериментальной группе лидеров-политиков значимые различия по параметрам «Ценность» и «Доступность» были обнаружены относительно таких ценностей, как (рис. 2, рис. 3):

1. Активная деятельная жизнь (шкала №1).

Ц: ЭА>К $t=3.06$ при $\alpha=0,05$

ЭА>ЭБ $t=3.46$ при $\alpha=0,05$

Д: ЭА>ЭБ $t=2.71$ при $\alpha=0,05$

2. Интересная работа (шкала №2).

Ц: ЭА>К $t=3.62$ при $\alpha=0,05$

ЭА>ЭБ $t=3.85$ при $\alpha=0,05$

Д: ЭА>К $t=2.5$ при $\alpha=0,05$

3. Материально обеспеченная жизнь (шкала №6)

Ц: ЭА>ЭБ $t=2.33$ при $\alpha=0,05$

4. Уверенность в себе (шкала №8).

Ц: ЭА>ЭБ $t=3.04$ при $\alpha=0,05$

5. Любовь (шкала №5):

Ц: ЭА>К $t=3.13$ при $\alpha=0,05$

С другой стороны для бизнесменов большую ценность имеют:

1. Здоровье (психическое и физическое)

Ц: ЭБ>ЭА $t=2.57$ при $\alpha=0,05$

2. Любовь.

Ц: ЭБ>ЭА $t=6.2$ при $\alpha=0,05$

В результате сравнения двух экспериментальных групп очень хорошо прослеживается разновекторная направленность их ценностно-смысловой сферы. Политики ориентированы, прежде всего, на внешний социальный статус, положение, на общественное мнение. В противовес им бизнесмены придают большое значение своей внутренней жизни, состоянию, значимым отношениям.

Все вышеизложенное во многом подтверждается данными, полученными в результате использования методики СЖО.

Значимые различия были обнаружены при сравнении двух экспериментальных групп (политики и бизнесмены) с контрольной (рис. 4).

Так, существенная разница между ЭА и К прослеживается по шкале «Процесс жизни или интерес и эмоциональная насыщенность жизни».

ЭА>К $t=2.83$ при $\alpha=0,05$

Содержание этой шкалы совпадает с известной теорией о том, что единственный смысл жизни состоит в том, чтобы жить. Высокие показатели по этой шкале (Сбшк. №2=37,66 при $X=31,09$) говорят о том, что политики воспринимают сам процесс своей жизни как интересный, эмоционально насыщенный и наполненный смыслом.

Значимые различия были также обнаружены при сравнении ЭА с К по общему показателю ОЖ.

ЭА>К $t=2.37$ при $\alpha=0,05$

Что касается сопоставления ЭБ с К, то здесь существенная разница прослеживается по 4 субшкале «Локус контроля - Я» (Я - хозяин жизни).

ЭБ>К $t=2.67$ при $\alpha=0,05$

Высокие балы (Сбшк. №4=23,09 при $X=21.13$) соответствуют представлению бизнесменов о себе как о «сильной личности», обладающей достаточной свободой выбора, чтобы построить свою жизнь в соответствии со своими целями и представлениями о ее смысле.

Наиболее полно специфические особенности ценностно-смысловой сферы политиков и бизнесменов отразились в ценностных рядах, построенных по данным методики УСЦД.

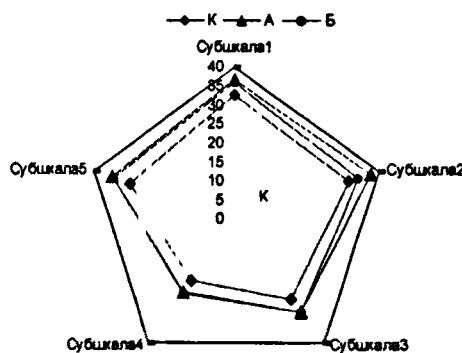


Рисунок 4. Смыслоразностные ориентации

Ценностный ряд политиков		Ценностный ряд бизнесменов
1	Интересная работа, Уверенность в себе	<i>Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)</i>
2	Материально обеспеченная жизнь	Здоровье (физическое и психологическое)
3	Активная деятельная жизнь	Счастливая семейная жизнь
4	Счастливая семейная жизнь	Наличие хороших и верных друзей
5	Познание (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, а также интеллектуального развития)	Свобода как независимость в поступках
6	Свобода как независимость в поступках	Материально обеспеченная жизнь
7	Здоровье(физическое и психологическое)	Уверенность в себе
8	Наличие хороших и верных друзей	Интересная работа
9	Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)	Познание (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, а также интеллектуального развития)
10	Творчество (возможность творческой деятельности)	Активная деятельная жизнь
11	Красота природы и искусства	Творчество
12		Красота природы и искусство

При интерпретации результатов методики «Свободный выбор ценностей» были получены дополнительные данные, касающиеся ценностной иерархии политиков и бизнесменов.

Ценностный ряд политиков		Ценностный ряд бизнесменов
1	Уважение к людям	Любовь как чувство мужчины к женщине
2	Целеустремленность и дружелюбие	Порядочность
3	Деньги	Целеустремленность
4	Практический склад ума	Чувство юмора
5	Твердая воля, мудрость, доброта, щедрость, порядочность, наличие детей, семьи, самокритичность	Наличие семьи
6	Незлопамятность, работоспособность	Оптимизм
7	Доброжелательность	Доброта
8	Философский склад ума	Любовь к детям, Деньги, жизнерадостность
9		Общительность
10		Прямота, терпение

Также особенности ценностно-смысловой сферы политиков и бизнесменов прослеживаются и в рядах доступности, построенных по данным методики УСЦД.

Ряд доступности политиков		Ряд доступности бизнесменов
1	Активная деятельная жизнь	Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)
2	Интересная работа	Счастливая семейная жизнь
3	Уверенность в себе	Уверенность в себе
4	Познание (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, а также интеллектуального развития)	Свобода как независимость в действиях
5	Свобода как независимость в поступках и действиях	Интересная работа
6	Счастливая семейная жизнь	Активная деятельная жизнь

7	Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком). Наличие хороших верных друзей	Здоровье
8	Материально обеспеченная жизнь	Наличие хороших и верных друзей
9	Здоровье	Материально обеспеченная жизнь
10	Красота природы и искусства	Познание (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, а также интеллектуального развития)
11	Творчество	Красота природы и искусство
12		Творчество

Вышеназванные данные, во многом подтверждаются рядами доступности, построенными в результате использования методики «Свободный выбор ценностей».

Ряд доступности политиков		Ряд доступности бизнесменов	
1	Уважение к людям	Любовь как чувство мужчины к женщине	
2	Дружелюбие	Порядочность	
3	Практический склад ума. Целеустремленность	Чувство юмора	
4	Деньги	Целеустремленность	
5	Доброта. Наличие детей. Наличие семьи.	Наличие семьи	
6	Самокритичность. Доброжелательность. Порядочность.	Оптимизм	
7	Твердая воля	Доброта. Деньги	
8	Незлопамятность	Любовь к детям. Прямота. Откровенность	
9	Мудрость. Щедрость. Философский склад ума.	Общительность. Жизнерадостность	

На основании результатов, полученных в ходе эксперимента, были сделаны следующие выводы:

1. Исследование первой категории испытуемых (А) показало, что для политиков наибольшую значимость приобретают такие ценности, как: интересная работа, активная деятельная жизнь, уверенность в себе, уважение к людям, материально обеспеченная жизнь, целеустремленность. Эти результаты соотносятся с высокими показателями по второй субшкале (процесс жизни или интерес и эмоциональная насыщенность жизни) и шкале ОЖ (осмысленность жизни).

Полученные данные указывают на то, что сфера деятельности политиков изначально направлена во внешних проявлениях на общество, а во внутренних – на собственное благо, что отражается в выборе ценностей, ориентированных на социальный статус, положение, общественное мнение.

2. Исследование второй категории испытуемых (Б) показало, что для бизнесменов наибольшую значимость приобретают такие ценности, как: любовь, здоровье, счастливая семейная жизнь, порядочность. Все это соотносится с высоким показателем по четвертой субшкале (Лocus контроля – Я (Я – хозяин жизни)). Таким образом, можно сказать, что в отличие от политиков, бизнесмены придают большое значение

своей внутренней жизни, состоянию, значимым отношениям.

3. Имеющиеся данные подтверждают наличие специфических особенностей ценностно-смысловой сферы политиков и бизнесменов.

В завершении хочется отметить выявленное нами неожиданное высокое значение ценностей любви и счастливой семейной жизни в группе предпринимателей при явной незначимости ценностей денег и материальной обеспеченности. Более глубокому анализу выявленного противоречия будет посвящено наше дальнейшее исследование.

Литература:

1. Абульханова К.А. Психология и сознание личности (проблемы методологии, теории и исследования реальной личности): Избранные психологические труды. - М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: НПО «МОДЕК», 1999.
2. Блондель Ж. Политическое лидерство // Психология и психоанализ власти. Хрестоматия / Под ред. Д.Я. Райгородского. – Самара: БАХ-РАХ, 1999.
3. Додонов Б.И. Эмоция как ценность – М.: Политиздат, 1978.
4. Емельянов Ю.Н. Лидерство и групповая динамика // Психология и психоанализ власти. –

Хрестоматия / Под ред. Д.Я. Райгородского – Самара: БАХРАХ, 1999.

5. Завершиева А.Ю. Превращение формы в теории архетипов К.Г. Юнга // Вопросы психологии. - 1999. - № 6.

6. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности – М.: Политиздат, 1986.

7. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – М.: Смысл, 1999.

8. Леонтьев Д.А. Тест смысложизненных ориентаций (СЖО). – М.: Смысл, 1992.

9. Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции // Вопросы философии. - 1996. - № 3.

10. Малахов Культура и человеческая ценность. – Киев: Наукова думка, 1984.

11. Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы / Пер. с англ. - М.: Смысл, 1999.

12. Розов Н.С., Ценности в проблемном мире: философские основания и социальные приложения конструктивной аксиологии. – Новосибирск: Изд-во Новосибирского университета, 1998.

13. Смирнов Л.М. Анализ опыта разработки экспериментальных методов изучения ценностей. // Психологический журнал. – 1996. - № 1. - Т. 17.

14. Тихомандритская О.А., Дубовская Е. М. Особенности социально-психологического изучения ценностей как элементов когнитивной и мотивационно-потребностной сферы. (Методологические аспекты) // Мир психологии. – 1999. - № 3.

15. Франкл В. Человек в поисках смысла: сборник: пер. с англ. и нем. / Общ. ред Л.Я. Гозмана и Д.А. Леонтьева. – М.: Прогресс, 1990.

16. Чавчавадзе Н.З. Культура и ценности. – Тбилиси: Мецниереба, 1984.

17. Штунина Т.А. Новое измерение феномена политического лидерства // Психология и психоанализ власти. Хрестоматия / Под ред. Д.Я. Райгородского. – Самара: БАХРАХ, 1999.

18. Яценко А.И. Целеполагание и идеалы. – Киев: Наукова думка, 1977.

Experimental-Psychological study of the peculiarity of the value-sense sphere of the political and economical leaders of the modern society

E.W. Filonenko, E.W. Galazhinsky

Summary: The Problem of Value-Sense Sphere of Political and Economical Leaders of the Modern Russia is considering. An Experimental-Psychological Research these Phenomena were conducting. Discussed the Peculiarity of Formation of the Senses and Values by Politics and Businessmen.

Key words: Value-Sense Sphere, Leader, Understanding, Politic, Businessman, Sense, Life Purpose, and Value.

МАТЕРИАЛЬНАЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ

М.Ю. Семенов (Омск)

Аннотация: В статье проведен содержательный анализ понятия «материальная удовлетворенность» с психологической точки зрения. Предложено определение материальной удовлетворенности. Кроме того, выделены факторы, определяющие материальную удовлетворенность, куда вошли уровень личного благосостояния, уровень материальных потребностей, направленность личности, опыт предыдущего удовлетворения материальных потребностей, положительная высокая оценка вероятности удовлетворения материальных потребностей в будущем.

Ключевые слова: материальная удовлетворенность, удовлетворение, диспозиция, направленность, благосостояние, опыт удовлетворения, вероятность удовлетворения в будущем.

Данная статья посвящена описанию феномена материальной удовлетворенности. Результаты исследований В.Д. Рубинштейн позволили классифицировать людей на две существенно различающиеся группы: «материально удовлетворенных» и «материально неудовлетворенных». Первые контролируют свои финансы, тогда как вторые позволяют деньгам управлять их поведением. Так, если возникает желание купить что-нибудь слишком дорогое, то представители первой группы постараются либо накопить достаточно денег, либо забыть об этой ве-

щи. Неудовлетворенные же чаще всего попытаются взять деньги в долг. Во второй группе также значительно выше частота эмоциональных расстройств и психосоматических заболеваний [7]. Мы поставили перед собой задачу провести психологический анализ феномена материальной удовлетворенности-неудовлетворенности.

Ранее [5] нами были рассмотрены факторы, определяющие удовлетворенности человека. Было показано, что удовлетворенность зависит от силы потребности, типа потребности, от величины соотношения желаемого и имеемого