

ОСОБЕННОСТИ «ПРЕДМЕТНОГО ПОЛЯ» ЗАВИСТИ

Т.В. Бескова (Саратов)

Аннотация. Приводятся результаты эмпирического исследования по выявлению различий в прямых и косвенных способах оценки зависти респондентами; выделяются основные предметы зависти к другим, а также представления о предметах предполагаемой зависти других к себе; предлагается двумерная модель предметов зависти, демонстрирующая неоднородность «предметного поля» этого понятия.

Ключевые слова: зависть; представления; превосходство; предметы зависти; структура; двумерная модель.

Феномен зависти давно привлекал внимание философов, социологов и психологов. Упоминание о нем можно встретить в древнейших текстах человечества. Но в то же время Д. Кэмпос отмечает: «Гордость, стыд, вина, смущение, зависть и ревность всегда были областью поэтов и прозаиков, но не исследователей поведения. У человека с улицы это вызывает недоумение: почему столь распространенные в человеческой жизни эмоции столь редко становятся предметом научного исследования?» [6. С. 296]. Причин этому может быть несколько.

Во-первых, несмотря на то, что зависть рассматривается различными науками еще со времен античности, при ее изучении акцент смещается скорее на моральную оценку данного чувства и его деструктивное воздействие, нежели на психологические механизмы. Возможно, именно то, что зависть является морально перегруженным понятием, имеющим исключительно негативную окраску, и усложняет изучение ее социально-психологической сущности.

Во-вторых, зависть входит в число наименее признанных чувств и почти не упоминается при объяснении собственных установок и реакций, но в то же время достаточно часто приписывается окружающим.

В последние годы в изучении данного феномена активизировались усилия социальных психологов (Л.С. Архангельская, И.Б. Котова, В.А. Лабунская, К. Муздыбаев, Е.Е. Соколова и др.). Однако до сих пор в научной литературе не существует единого подхода к определению понятия «зависть». В зависимости от позиций исследователя она может трактоваться как «социальное чувство», «неприятное, враждебное отношение», «порок», «проявление мотивации достижения», «социально-психологическая характеристика человека». Иначе говоря, сущность феномена зависти, дефиниции и методологическая проработанность этого понятия остаются по-прежнему недостаточными.

К. Муздыбаев, обобщая различные точки зрения, считает, что зависть проявляется на разных уровнях: *на уровне сознания* – как осознание более низкого своего положения; *на уровне эмоционального переживания* – как чувство досады, раздражения или злобы из-за такого положения; *на уровне реального поведения* – как разного рода деструктивные акты, направленные на разрушение, устранение предмета зависти [5].

В соответствии с этим он выделяет следующие компоненты зависти: 1) социальное сравнение; 2) восприятие человеком чьего-либо превосходства; 3) переживание досады, огорчения, а то и унижения по этому поводу; 4) неприязненное отношение или даже ненависть к тому, кто превосходит; 5) желание или причинение ему вреда; 6) желание или реальное лишение его предмета превосходства.

Анализируя представленные К. Муздыбаевым компоненты зависти, Е.П. Ильин находит, что «здесь упущен главный компонент. Ведь зависть возникает не просто к тому, кто располагает тем, чего нет у завидующего. Она возникает только по поводу того, к чему у человека имеется пристальный интерес, что им высоко ценится и в чем у него имеется потребность. Это может быть зависть женщины, желающей, но не имеющей детей, к тем, кто их имеет; зависть человека с карьеристскими наклонностями к другому человеку, успешно продвигающемуся по службе, и т.д.» [1. С. 319]. Таким образом, Е.П. Ильин обращает наше внимание на необходимость более глубокого и детального рассмотрения специфики предметов зависти.

Продолжая эту мысль, В.А. Лабунская отмечает, что предметное поле зависти практически не имеет границ. Субъект зависти сравнивает и оценивает разнообразные характеристики человека: ум, талант, эстетические параметры внешнего облика, статусы, роли, семью, детей, привлекательность для противоположного пола, достижения, карьеру, здоровье, жизненные перспективы, отношения и взаимоотношения между людьми и т.д. Короче говоря, предметом зависти может стать все то, к чему имеется пристальный интерес и что входит в идеальный конструкт жизни [4].

Анализ социально-психологической литературы показал, что ранее не предпринимались попытки детально исследовать предметное поле зависти – авторы ограничивались простым перечислением предполагаемых предметов.

Целью проведенного нами эмпирического исследования стало изучение особенностей предметного поля зависти. Была разработана авторская анкета, которая включала в себя и блок вопросов, направленный на определение основных предметов зависти. Обработка результатов осуществлялась при помощи факторного анализа и сравнения средних показателей по t-критерию

Студента; математическая обработка полученных данных – при помощи пакета программ SPSS 13.0 for Windows. В эмпирическом исследовании участвовали представители разных социально-демографических групп, всего 421 человек.

Для определения самооценки зависти респондентам предлагалось оценить ее уровень по пятибалльной шкале, минимальное значение которой (1) было обозначено как «никогда никому не завидую», максимальное (5) – «завидую часто и многим». В результате средний балл зависти составил 2,32 и был оценен нами как «ниже среднего». Однако в случае, когда человек оценивает свою зависть прямым способом, он, вероятнее всего, будет непроизвольно занижать ее уровень, т.к. она является одним из самых порицаемых и осуждаемых обществом чувств.

Далее респондентам представляли перечень основных предметов зависти (то, чему чаще всего завидуют люди), выделенный на основе теоретического анализа научной литературы. Данный перечень включал в себя 17 предметов, которые были объединены нами в 9 групп по основанию их отнесенности к различным сферам превосходства другого:

- физические характеристики (внешняя привлекательность, здоровье, молодость);
- социальный статус (карьерный рост; положение в обществе, социальный статус; похвала значимого человека, награды, популярность);
- материальное положение (материальный достаток; дорогие или модные вещи);
- профессиональные успехи (успехи в профессии или учебе);
- интеллект (интеллект, способности);
- личностные качества (любые положительные характеристики человека);
- межличностные отношения (умение общаться; успех у противоположного пола; наличие преданных друзей);
- семейная жизнь (семейное благополучие; дети (их наличие или их успехи));
- досуг (отдых, путешествия, развлечения).

Испытуемые оценивали уровень собственной «предметной зависти» к другим также по 5-балльной шкале (от «не завидую никогда» до «сильно завидую»), после чего вычислялись и ранжировались средние баллы для предметов зависти, а далее и для групп предметов зависти, что и позволило выявить из них наиболее значимые. Ими являются досуг (2,72), материальное положение (2,61) и интеллект (2,59). Далее в порядке убывания следуют профессиональные успехи (2,56), социальный статус (2,53), физические характеристики (2,37), межличностные отношения (2,35), семейная жизнь (2,3) и личностные качества (2,29).

Ранее нами было высказано предположение, что если оценивать зависть прямым способом, ее уровень может оказаться несколько заниженным. Кроме того,

вычислив средний балл каждого испытуемого по его уровню зависти к определенным предметам, мы получим косвенную оценку зависти субъекта, которая, на наш взгляд, будет более близка к истинной по причине того, что на данном этапе внимание респондентов приковано уже не к собственно осуждаемому чувству зависти, а к ее предметам, список которых скорее напоминает перечень ценностных ориентаций человека. Произведя сравнение выявленных разными способами результатов, представляется возможным констатировать, что средний балл зависти, выявленный прямым способом (2,32), статистически значимо ниже среднего балла, измеренного косвенным способом (2,5) ($t = 2,58$; $p \leq 0,01$). То есть если человек оценивает уровень своей зависти прямым способом, то он его занижает.

Исходные данные были подвергнуты факторному анализу (метод главных компонент) с последующим Varimax-вращением и нормализацией Кайзера. В результате факторизации наилучшим было признано трехфакторное решение (табл. 1). Данные факторы описывают 54,3% общей дисперсии.

Первый фактор (22,52% дисперсии) объединил 7 предметов зависти, вошедших в него с максимальной факторной нагрузкой: личностные качества; интеллект и способности; дети (их наличие или успехи); умение общаться; семейное благополучие; наличие преданных друзей, успех у противоположного пола и профессиональные или учебные успехи. Данный фактор можно охарактеризовать как *зависть к высокоразвитой личности с успешными межличностными и семейными отношениями*.

Второй фактор (19,97% дисперсии) определен как *зависть к социальному превосходству человека и его материальным благам*. Он включает в себя положение в обществе, социальный статус; похвалу значимого человека, награды, популярность; положение в обществе, социальный статус; материальный достаток; дорогие или модные вещи; досуг.

Третий фактор (11,83%) – *зависть к физическим данным человека*. Главными предметами зависти являются внешние характеристики другого, его красота, молодость и здоровье.

Обобщая данные факторного анализа, подчеркнем, что три выделенные группы факторов достаточно дифференцированы, а факторная структура приближена к простой.

Поскольку современный человек в силу ряда обстоятельств одновременно выступает в роли как субъекта, так и объекта зависти, следующим этапом исследования стало изучение представлений испытуемых о зависти других людей к себе. Как и в случае самооценки зависти, респондентам предлагалось оценить свои представления об этом по пятибалльной шкале. Если средний балл собственной зависти к другим равен 2,32, то средний балл предполагаемой зависти других к себе значительно выше (3,02) ($t = 12,44$; $p \leq 0,001$), т.е. респонденты

считают, что они завидуют другим меньше, чем другие завидуют им.

Далее испытуемым было предложено субъективно оценить, каким их достижениям, приобретениям и прочему чаще завидуют другие люди. Для этой цели им предлагался список тех же предметов зависти. В результате были выявлены предметы, которым, по их мнению, завидуют другие люди. К ним относятся личностные качества ($M_x = 3,16$),

интеллект (3,07), межличностные отношения (3,04). Далее в порядке убывания значимости идут: профессиональные успехи (2,96), семейная жизнь (2,84), физические характеристики (2,79), материальное положение (2,76), социальный статус (2,73), досуг (2,62). Таким образом, сравнивая представления о предметах зависти других людей к себе с предметами собственной зависти, мы наблюдаем значительные различия, которые детально будут обсуждаться ниже.

Т а б л и ц а 1

Факторные нагрузки предметов зависти

Предметы зависти	Компонента		
	1	2	3
Внешняя привлекательность (красота, фигура, рост, вес)			,702
Здоровье	,400		,666
Молодость			,630
Карьерный рост		,732	
Положение в обществе, социальный статус		,785	
Похвала значимого человека, награды, популярность		,741	
Материальный достаток		,684	
Дорогие или модные вещи		,549	,423
Профессиональные (учебные) успехи	,540	,430	
Интеллект, способности	,723		
Личностные качества	,739		
Умение общаться	,679		
Успех у противоположного пола	,493		
Наличие преданных друзей	,651		
Семейное благополучие	,666		
Дети (их наличие или их успехи)	,691		
Отдых, путешествия, развлечения		,487	

Сравнение средних баллов собственной зависти и предполагаемой зависти других к себе по выделенным нами предметным областям показало, что только уровень зависти человека к отдыху (досугу) статистически значимо не отличается от его представлений об уровне зависти к нему других людей. Несмотря на отсутствие значимых различий, лишь в этом случае средний балл собственной зависти превышает предполагаемый уровень зависти других. По отношению к остальным группам предметов зависти респонденты считают, что другие им завидуют чаще и сильнее, чем завидуют они (р-уровень от 0,5 до 0,001). Данный результат является вполне ожидаемым, и основанием такой его предсказуемости послужили описываемые выше статистически значимые различия между уровнем собственной зависти и предполагаемым уровнем зависти к себе других (если в наших представлениях другие нам завидуют больше, чем мы им, то различия распространяются и на большинство предметов зависти).

Сравнение уровней предполагаемой зависти других людей по отношению к самому субъекту, выявленных прямым и косвенным методами, позволило установить, что средний балл предполагаемой зависти других, который определялся респондентами прямым методом (3,02), оказался статистически значимо выше усредненного значения предполагаемой зависти, определенного косвенно по ее предметам (2,86) ($t = 2,97$; $p \leq 0,01$). В случае сравнения собственной зависти, как было указано ранее, ситуация прямо противоположная. Таким образом, эмпирически доказано существование зако-

номерности занижения уровня собственной зависти и завышения предполагаемой зависти других.

Далее группы предметов зависти, объединенных общими основаниями, были проранжированы, после чего определялся разрыв между рангом предметов собственной зависти и рангом предметов предполагаемой зависти других (табл. 2).

Дальнейшая классификация предметов зависти осуществлялась по следующим признакам: а) величина разрыва и его знак; б) собственная величина рангов (высокий – низкий) или соотношение рангов между группами предметов собственной зависти и группами предметов предполагаемой зависти других (выше – ниже).

На основании различных сочетаний данных признаков была построена двумерная модель, одна из осей которой – собственная зависть, вторая – представления о зависти других к себе (предполагаемая зависть других); каждая из четырех четвертей отличается от других на содержательном уровне (рис. 1).

Первая четверть (минимальный разрыв (0 или 1), а также высокие значения обоих рангов) представляет «универсальные» предметы зависти – те, которые одновременно являются предметами собственной зависти и предполагаемой зависти других к себе. В нее входят интеллект и профессиональный (учебный) успех. Эти группы предметов зависти в сознании людей в определенной мере коррелируют между собой (предполагается, что субъект, имеющий высокий уровень интеллекта и способностей, как правило, имеет более высокие профессиональные или учебные успехи). Вероятнее всего,

Ранги предметов собственной зависти и предполагаемой зависти других

Предметы зависти	Ранг собственной зависти	Ранг предполагаемой зависти других	Разрыв
Физические характеристики	6	6	0
Социальный статус	5	8	-3
Материальное положение	2	7	-5
Профессиональные успехи	4	4	0
Интеллект	3	2	1
Личностные качества	9	1	8
Межличностные отношения	7	3	4
Семейная жизнь	8	5	3
Досуг	1	9	-8

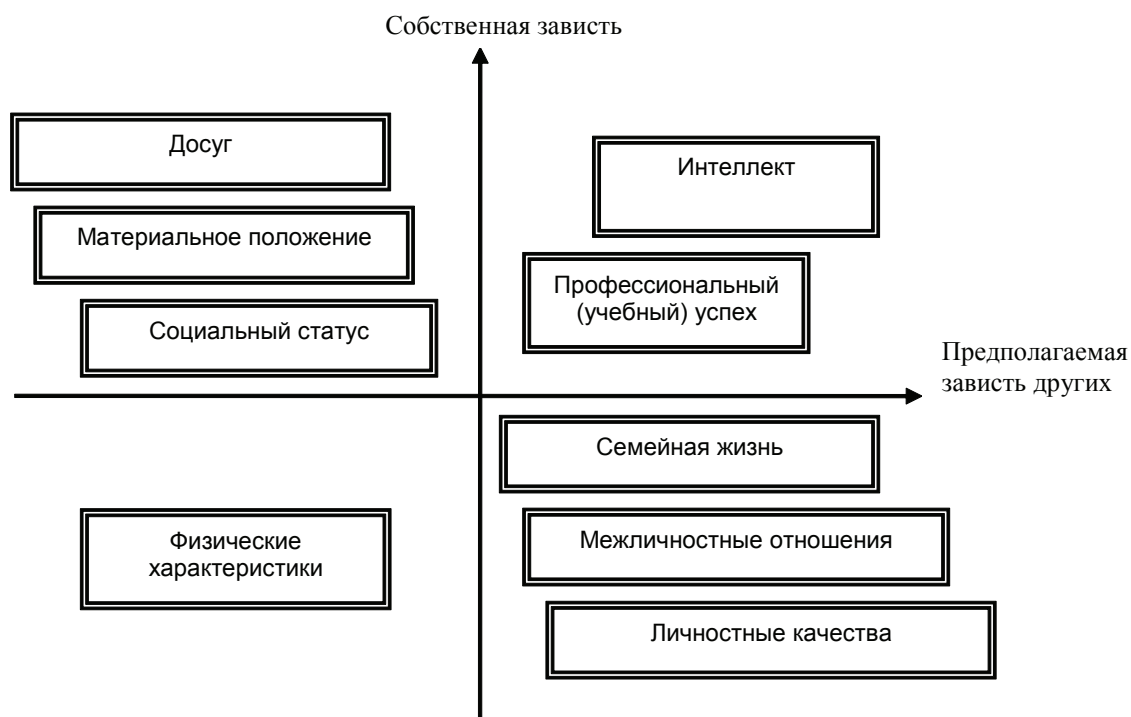


Рис. 1. Двумерная модель предметов зависти

в представлениях людей они образуют некий идеальный конструкт, что и является основной причиной, вызывающей зависть к данным категориям. Тот факт, что респонденты предполагают, будто другие завидуют им в этом же, может говорить о том, что они достаточно высоко оценивают у себя эти характеристики (объективно или субъективно – это уже второй вопрос).

Вторая четверть (разрыв между рангами максимальный и ранги групп предметов собственной зависти выше рангов групп предметов предполагаемой зависти других; в таблице – высокие отрицательные значения) – это «*насущенные*» *предметы зависти* – зависть к тому, в чем сам субъект испытывает недостаток, иначе другие завидовали бы (хотя бы на уровне собственных представлений). В данную четверть включены досуг, материальный достаток, карьера и положение в обществе. Все эти предметы зависти достаточно конкретны – они или есть у человека, или их нет, т.е. их наличие или отсутствие у себя субъект оценивает достаточно объективно. Исходя из предположений человека о том, в чем другие ему завидовать не должны, можно сделать вывод

об отсутствии или недостатке у него вышеперечисленного. В этом случае зависть приобретает классические очертания и выражается как чувство, возникающее когда индивид не имеет того, чем обладает другой человек, и страстно желает иметь этот предмет [2. С. 225].

Третья четверть (минимальный разрыв между рангами и низкие значения обоих рангов) – «*малоценные*» *предметы зависти* (отсутствие собственной зависти к ним и предполагаемой зависти других). К ним относятся внешняя привлекательность, молодость и здоровье. Рассматривая внешнюю привлекательность как предмет зависти, обратим внимание на то, что ее ценность подвергается сомнению даже на уровне народного фольклора: «не родись красивым, а родись счастливым», «с красивого лица воды не напиться», «не гонись за красотой, гонись за разумом», «красота сердца дороже красоты лица» и т.п. Что касается здоровья, то, вероятно, его ценность понимается, только когда его нет; но даже тогда оно достаточно редко становится предметом зависти (лишь 1 респондент ответил, что самое сильное чувство зависти он испытал по отношению к здоровью

других). Возраст же воспринимается человеком как некая данность, не поддающаяся изменениям. Возможно, именно по этим причинам зависть к физическим характеристикам другого человека минимальна, а также не предполагается, что другие будут в этом завидовать им. Предполагаем также, что в женской выборке эта группа предметов может переместиться в другую четверть.

Четвертая четверть (максимальный разрыв между рангами и ранги групп предметов собственной зависти ниже рангов групп предметов предполагаемой зависти других; в таблице – высокие положительные значения) – это так называемые «малоценные, но демонстрируемые» *предметы зависти* (человек не завидует им сам, но считает, что для других именно они являются предметами зависти по отношению к нему). Данная четверть включает в себя личностные характеристики человека, его умение общаться, наличие верных друзей, успех у противоположного пола, семейное благополучие, детей (их наличие или их успехи). Кроме детей, малоценность которых исключена и которые попали в эту категорию, вероятнее всего, по причине достаточно большого количества респондентов молодого возраста (51,8%), все остальные характеристики являются достаточно субъективными. Это принципиально отличает их от «насуточных» предметов зависти. О таких предметах зависти, как положительные личностные качества, мастерство общения, успех у противоположного пола и даже семейное благополучие, нельзя сказать однозначно, есть они или нет. Можно предположить, что человеку в какой-то мере необходимо осознавать, что ему кто-то завидует для подтверждения собственной значимости. Это предположение находит свое подтверждение как в философских высказываниях – «Ничего не стоит тот, кому не завидуют» (Эпихарм), так и в психологических научных изысканиях: Человек стремится к созданию «круга» завидующих ему людей. Без такой оценки со стороны других субъекту трудно прослыть успешным [3]. На наш взгляд, выискивая и не находя у себя объективных предметов для зависти других, субъект находит у себя иные и декларирует их: «У меня это есть – завидуйте!»

Обсуждая предложенную двумерную модель, необходимо отметить, что она полностью согласуется с факторной структурой предметов собственной зависти. Все предметы, входящие во второй фактор (зависть к социальному превосходству человека и его материальным благам), попали во вторую четверть двумерной модели («насуточные» предметы зависти). Предметы зависти, образующие третий фактор (зависть к физическим данным человека), отнесены в третью четверть («малоценные» предметы зависти). Что же касается самого многочисленного первого фактора – зависть к высокоразвитой личности с успешными межличностными и семейными отношениями, то все предметы зависти, входящие в него, попали в правую полуплоскость и разделились на две четверти. В первую («универсальные» предметы зависти) вошли интеллектуальные и профессиональные качества, а в четвертую («малоценные, но демонстрируемые») – личностные качества человека, характеристики его межличностных отношений и благополучие в семейной жизни. Общим для предметов зависти, входящих в правую полуплоскость, является то, что субъект предполагает, будто именно они являются предметами зависти других к нему.

Подводя итоги исследования, сформулируем выводы:

– уровень собственной зависти субъекта к другим оценивается ниже, чем предполагаемый уровень зависти других к нему. Вероятнее всего, причин этому несколько: во-первых, собственная зависть не всегда осознается субъектом; во-вторых, у человека присутствует желание выглядеть лучше перед самим собой, в-третьих, худшее ожидается чаще со стороны;

– «предметное поле» зависти неоднородно: количество предметов зависти, одновременно являющихся (или не являющихся) предметами собственной зависти и зависти других («я завидую – мне завидуют» или «я не завидую – мне не завидуют»), меньше, нежели рассогласованных предметов зависти («я завидую – мне не завидуют» или «я не завидую – мне завидуют»);

– все предметы зависти представляется возможным отнести к четырем группам: «универсальные», «насуточные», «малоценные», «малоценные, но демонстрируемые».

Литература

1. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. СПб.: Питер, 2001. 752 с.
2. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погорельца В.М. Межличностное общение: Учеб. СПб.: Питер, 2003. 544 с.
3. Лабунская В.А. О соотношении зависти, безнадежности и надежды как способа преобразования пространства общения субъекта // Сб. материалов междунар. конф. «Психология общения – 2006»: На пути к энциклопедическому знанию. М., 2006.
4. Лабунская В.А. Субъект зависти как субъект затрудненного общения // Сев.-Кавк. психол. вестн. Ростов н/Д, 2005.
5. Муздыбаев К. Психология зависти // Психол. журн. 1997. Т. 23, № 6. С. 3–11.
6. Психология эмоций / Г.М. Бреслав. М.: Смысл, 2007. 544 с.

FEATURES OF THE «SUBJECT FIELD» OF ENVY
Beskova T.V. (Saratov)

Summary. The article presents some results of empirical research on revealing distinctions in direct and indirect ways of an estimation of envy of respondents; points out the basic subjects of envy to other persons and also notions about the subjects of prospective envy of others to themselves; suggests the bidimensional model of the subjects of envy, which demonstrates the heterogeneity of the «subject field» of envy.

Key words: envy; notions; superiority; subjects of envy; structure; bidimensional model.