

УДК 159.947.5

Барсукова О.В.

ЧЕСТОЛЮБИЕ: ВОЗМОЖНОСТИ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ

Ключевые слова: честолюбие, мотивация, обыденные представления, эмпирическое исследование, диагностика честолюбия.

Для современной отечественной психологии в последние два десятилетия характерны исследования различных феноменов – доверия, зависти, циничности, ответственности и др. Предметом нашего исследования является честолюбие. Честолюбие – это мотивационное образование, это стремление человека стать признанной и значимой для других людей личностью за реальные дела и поступки [3].

На данный момент вопрос о целенаправленной диагностике честолюбия в психологии не поднимался. Тем не менее мы можем говорить, как минимум, о двух косвенных направлениях в диагностике честолюбия, уже сложившихся в психологии¹, – на основе беседы и наблюдения и по уже существующим методикам. Кроме того, представляется необходимым разрабатывать целенаправленные методики диагностики честолюбия.

Диагностику честолюбия на основе беседы и наблюдения предлагают психотерапевты и психоаналитики. На основе беседы, изучения биографии клиента, наблюдения за его поведением можно определить, является ли человек честолюбивым или нет. Примером такой диагностики честолюбия являются описания случаев с пациентами, представленные в работах А. Адлера.

В случае диагностики честолюбия на основе других методик по наличию каких-либо особенностей личности можно говорить о том, что тот или иной тип личности в большей или меньшей степени является честолюбивым или что честолюбие как одна из черт присуще некоему типу личности.

¹ Честолюбие также можно диагностировать и по ненаучным источникам – гороскопам, значению имени, инициалам и пр.

Одной из методик, позволяющих диагностировать честолюбие, является психогеометрическая методика, разработанная С. Деллингер. Согласно этой методике, честолюбие присуще людям-«треугольникам», которым также свойственны стремление к лидерству и власти, стремление достичь высокого положения, приобрести высокий статус, желание сделать карьеру. У «треугольников» сильно выражена потребность быть правым и управлять, его доминирующая установка – это установка на победу, успех, выигрыш. К власти «треугольник» может пойти «по головам других», используя любые средства для ее достижения. Из «треугольников» получают блестящие политики. «Треугольнику» также необходимо чтобы все и всё вращались вокруг него, быть в центре внимания. Свое рабочее место «треугольники» окружают символами статуса и успеха.

Другой методикой, диагностирующей честолюбие, является тест цветочных выборов М. Люшера. М. Люшер отмечал, что человеку, предпочитающему зеленый цвет, свойственно честолюбие, тщеславие и желание быть значимым, высокий уровень притязания, стремление к самовыражению, успеху, власти и др.

В человеке, выбравшем зеленый цвет, постоянно и одновременно действуют и определяют его поведение непомерное честолюбие или тщеславие (непомерное стремление к значимости) и чувство неполноценности¹. Их равновесие достигается знанием реальности и адекватным поведением в ситуации.

¹ Такое понимание взаимосвязи честолюбия (тщеславия) с чувством неполноценности соответствует определению А. Адлера, который считал, что честолюбие – это проявление стремления к превосходству как компенсации чувства неполноценности.

Притязание влияет на самосознание, которое зависит от степени реализации притязания. Притязания заставляют человека играть определенную роль, окружать себя символами статуса, чтобы убедить окружающих (и себя) в собственной значимости. Также честолюбие (как непомерное стремление к значимости) заставляет человека играть роль героя, жертвовать имуществом и даже жизнью.

Такой человек использует любые средства для достижения значимости, он стремится достигнуть позиции престижа, ему присуща настойчивость и напористость в поведении, упрямство. Тактика людей «зеленого» типа поведения заключается в самоутверждении с целью превосходства. В одежде и украшениях эти люди предпочитают классический стиль, претендующий на авторитет, престижную позицию и эксклюзивность, таким образом, одежда подчеркивает притязание на значимость и особенность. Внешний вид «зеленого» человека говорит другим о себе «Я тот, кем ты никогда не станешь, так как я обладаю тем, чего ты не имеешь» [4, с. 91]. Честолюбие и тщеславие проявляются и в особенностях речи и манере говорить отчетливо, громко, напористо, иногда с оказанием давления или отрывисто.

Психогеометрическая методика и цветовой тест позволяют диагностировать честолюбие и тщеславие как качество личности двумя способами: в форме стандартизированного варианта и через наблюдение (таблица).

Также честолюбие можно косвенно диагностировать с помощью следующих методик:

- методика «Мотивация к успеху» Т. Элерса, позволяющая оценить силу стремления к достижению цели и к успеху;
- методика «Мотивация успеха и боязнь неудачи», предложенная А.А. Реаном;

Критерии диагностики честолюбия на основе методик С. Деллиндер и М. Люшера

Критерий	Треугольник	Зеленый
Внешний вид	Модная, дорогая, элегантная одежда в тон ситуации	Классический или консервативный стиль, цвета мягкие и спокойные. Дорогие традиционные украшения (например, бриллиантовая булавка, кольцо с жемчужиной, рубином или сапфиром)
Речь	Логичная, ясная, властная, четкая, эмоциональная	Отчетливая, напористая, с оказанием давления, громкая
Дом	—	Дорогие антикварные или фамильные вещи (например, напольные часы), картины, иконы
Рабочее место или кабинет	Символы статуса и успеха	Дипломы, грамоты на стенах, фотографии семьи и самого себя на столе
Особенности поведения	Лидерство, стремление к победе, уверенность в себе, смелость, энергия, склонность к риску, высокая работоспособность	Настойчивость, напористость, упрямство

- методика «Мотивация профессиональной деятельности» (автор К. Замфир, в модификации А.А. Реана), направленная на выявление показателей внутренней и внешней мотивации профессиональной деятельности;
- методика «Диагностика мотивационной структуры личности» В.Э. Мильмана, позволяющая выявить некоторые устойчивые тенденции личности, и в частности – стремление к обеспечению социального статуса;
- методика «Опросник Лири» (авторы Т. Лири, Г. Лефорж, Р. Сазек), определяющая такие особенности личности, как тенденция к лидерству, уверенность в себе и др.;
- методика «Потребность в достижении», разработанная Ю.М. Орловым, измеряющая степень выраженности потребности в достижении успеха, степень «заряженности» на успех;
- опросник «МАС», разработанный М. Кубышкиной и выявляющий мотивацию к достижению цели, к соперничеству (азартности), к социальному престижу;
- методика «Экспресс-диагностика характерологических особенностей личности» (автор Г. Айзенк, в модификации Т.В. Матолиной);
- методика «Структура мотивации», позволяющая определить уровень и особенность мотивации достижения;
- тест-анкета Б.И. Додонова по определению эмоциональных переживаний (в данном случае нас интересуют глорические переживания);
- методика по определению ценностных ориентаций М. Рокича (и последующие методики Ш. Шварца и др.), в которой честолюбие относится к инструментальным ценностям;
- опросник терминальных ценностей «ОТеЦ», разработанный И.Г. Сениным (в данном случае следует обратить внимание на шкалу «Социальный престиж» и показатели выраженности данной шкалы в различных сферах);
- методика С. Бем на определение психологического пола.

Честолюбие в вышеприведенных методиках является одним из показателей различных особенностей личности. Так, например, в методике Т. Элер-

са – показателем стремления к успеху, в методике С. Бем – маскулинности, в методике К. Замфира – одним из показателей внешней положительной мотивации.

Честолюбие также входит в один из факторов черт личности «Большой Пятерки». Речь идет о факторе «Сознательность» (С). Данный фактор измеряет степень организованности, настойчивости и мотивированности в целенаправленном поведении, требовательности и тщательности в работе. Честолюбие является свойством тех лиц, которые получили высокие оценки по данному фактору. Такая личность наряду с честолюбием (мотивационное образование) характеризуется организованностью, настойчивостью, надежностью, усердием, самодисциплиной, пунктуальностью, педантичностью, аккуратностью, т.е. в основном регуляторными качествами. Соответственно, лица, получившие низкие оценки, характеризуются противоположными качествами – это нецелеустремленный, ненадежный, ленивый, беспечный, небрежный, нерадивый, слабовольный и любящий наслаждения человек.

В популярных тестах также диагностируется честолюбие. Например, в таком тесте, как «Честолюбивы ли Вы?», честолюбие связывается с карьерными стремлениями личности, ее социальной активностью. В аналогичных тестах «Ваше честолюбие», «Честолюбие» и пр. определяется выраженность честолюбия в зависимости от направленности личности на достижения и значимости для личности мнения окружающих. У женщин о наличии честолюбия можно говорить при их готовности ради карьеры пожертвовать семьей, домашним уютом и др.

Обобщая содержание достаточно однообразных популярных тестов «на честолюбие», можно сказать, что в них

предлагается, получив ответ на вопрос о том, честолюбивы ли вы и в какой степени, узнать, поможет ли честолюбие достичь высот и успехов. Следует подчеркнуть, что именно с успехом, первенством, славой и высотами, как правило, в карьере, связывается честолюбие.

Эмпирическое изучение и диагностика собственно честолюбия предполагают определенный методологический подход. Представляется перспективной методология интегративного подхода к исследованию честолюбия [2], что подразумевает два взаимосвязанных направления – разработку словаря честолюбия и разработку авторской методики исследования честолюбия.

Разработка словаря честолюбия включает в себя как изучение обычных представлений о честолюбии, изучение честолюбия с помощью лингвистических конструкторов – фразеологизмов и пр., так и уточнение смысла данного термина, употребляемого в психологических исследованиях, чтобы сформулировать исходное понятие для обозначения честолюбия как психологического явления.

В данном случае необходимо определить соответствие научной терминологии и житейских понятий. При этом, как подчеркивает В.Н. Панферов, «нужен такой термин, который бы объединял гносеологический, теоретически оправданный, смысл научного знания с онтологическим, житейски понятным, смыслом его употребления» [7, с. 5]. Это психосемантическое, психолингвистическое и контент-аналитическое исследование [4].

Изучение научных представлений направлено на анализ содержания термина «честолюбие» в психологической и педагогической научной литературе – словарях, учебниках, монографиях. Так,

например, в словарях по психологии и педагогике честолюбие определяется следующим образом [3]:

- стремление к общественному признанию, к лидерству;
- выраженность в личности мотивов достижения первенства;
- стремление к славе;
- стремление к престижу, к получению наград и привилегий, к почетному положению и высокому статусу в какой-либо области деятельности, сфере общественной жизни.

Обобщая данные определения, можно отнести честолюбие к мотивационному образованию [3; 4].

Изучение обыденных представлений предполагает разработку опросника. Нами предложен авторский опросник, включающий в себя блоки вопросов открытого или закрытого типа.

Блок 1 «Представление о честолюбии»: респонденты дают свое определение честолюбия, а также выбирают один из предложенных вариантов. Анализ результатов вопросов этого блока имеет принципиальное значение, поскольку, прежде чем продолжить дальнейшую работу по заполнению анкеты, респондентам необходимо знать значение понятия «честолюбие», чтобы избежать разночтений.

Блок 2 «Нравственная оценка честолюбия»: респонденты оценивают честолюбие как нравственную (этическую) категорию, с позиций «хорошо» и «плохо», уточняют особенности видов честолюбия с точки зрения нравственности.

Блок 3 «Социальная желательность честолюбия»: честолюбие оценивается с точки зрения социальной и профессиональной желательности и необходимости проявления честолюбия, уточняются половые и возрастные особенности честолюбия.

Блок 4 «Самооценка честолюбия»: респонденты оценивают собственное честолюбие (его наличие/отсутствие, степень выраженности).

Также с целью изучения представлений о честолюбии нами использовалась проективная методика – минисочинение на тему «Как я понимаю, что такое честолюбие». Ее обработка производилась с помощью количественного и качественного контент-анализа и экспертной оценки.

Исследование представлений о честолюбии проводится с 2005 г. по настоящее время в Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону, на данный момент выборка составила 1024 человека в возрасте от 18 до 62 лет. Выборку составили мужчины и женщины, студенты, взрослые люди со средним и высшим образованием.

Проведенное исследование с использованием опросника и минисочинений позволяет говорить об их эффективности в изучении представлений и сделать следующие выводы:

- Понимание честолюбия респондентами соответствует пониманию честолюбия в психологических источниках.
- Респонденты в целом дают позитивную оценку честолюбию как качеству личности и считают, что это качество необходимо как для преуспевания в жизни, так и для достижения профессионального, карьерного успеха.
- Большинство респондентов считают себя честолюбивыми людьми и оценивают уровень своего честолюбия как высокий или средний.

Разработка исследовательской методики должна опираться на конструкт честолюбия, а также дополняться комплексным исследованием с использованием других методик.

Разработка конструкта [3] или модели честолюбия включает в себя

выделение структурных компонентов честолюбия – внутреннего и внешнего. Внутренний компонент состоит из мотивационного (стремление), рефлексивного (самоотношение) и нравственного (отношение к другим людям) образований. Внешний компонент показывает проявление честолюбия в жизнедеятельности человека, реализацию стремления и его связь с другими личностными образованиями. Таким образом, данный конструкт является основанием для разработки методики.

В структуре честолюбия заключены установки личности на стремление к признанию, значимости и успеху, связанные с самоотношением и отношением к другим и проявляющиеся в социально конкурентных формах поведения. В связи с этим при апробации методики диагностики честолюбия и ее последующей валидации следует использовать методики, позволяющие изучить установки на успех и уровень притязания, изучить ценностные ориентации, самоотношение и локус контроля, отношение к другим, а также формы их проявления в поведении человека. Таким образом, процедура исследования предполагает эмпирическую регистрацию и измерение честолюбия и его качественных референтов. Анализ полученных данных в дальнейшем осуществляется с помощью математико-статистического метода. И наконец, производится, если необходимо, уточнение конструкта честолюбия, а затем его научная и практическая интерпретация.

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Психологическое исследование честолюбия как мотивационного психического образования на основе методологии интегративного подхода к психологии человека включает в себя разработку конструкта честолюбия и его эмпирическое изучение.

2. Перспективным представляется продолжение изучения социальных представлений о честолюбии как одного из направлений эмпирического изучения честолюбия.

3. Актуальной является разработка методики, диагностирующей честолюбие личности, его представленность и проявления во взаимодействии с другими людьми.

Литература

1. Барсукова О.В. Междисциплинарный подход к исследованию честолюбия в психологии // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. 2011. № 7. С. 111–115.
2. Барсукова О.В. Методология психологического исследования честолюбия // Ключови въпроси в съвременната наука: материали за 8-а международна науч.-практ. конф. София: Бял ГРАД-БГ, 2012. Т. 23. С. 51–53.
3. Барсукова О.В. Честолюбие: Представление о честолюбии в художественной литературе, религии и философии. СПб.: Речь, 2010.
4. Люшер М. Сигналы личности: ролевые игры и их мотивы. Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995.
5. Люшер М. Цветовой тест Люшера / пер. с англ. А. Никоновой. СПб.: Сова; М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.
6. Панферов В.Н. Классификация психологических качеств человека и методология исследования характера // Практическая психология. Методология и методики научных исследований: сб. статей. СПб.: Образование, 1996. С. 3–21.
7. Панферов В.Н. Психология человеческих отношений. Избранное. СПб.: АНО ИПП, 2009.