

## Метамотивация жизни человека в зеркале коммуникативного подхода

// Материалы III Съезда Российского психологического общества. СПб, 2003. С. 78 – 81.

**Аннотация.** В данной работе рассматривается проблема метамотивации жизни человека. Приведены основные точки зрения на понимание этой проблемы. Описана суть коммуникативного подхода и представлен Метод Моделирования Коммуникативного Мира личности, который может в частности быть зеркалом ее метамотивационной сферы, самореализации и роста в целом. Описана экспериментальная программа исследования и полученные результаты, касающиеся особенностей метамотивационной сферы личности. На начальном этапе исследования решалась задача качественного анализа основного тезауруса ментальной сферы личности в области метамотивации. Исследовательская программа включала мозговой штурм в качестве разминки и тренинга погружения в проблему жизнеобеспечения и самоанализ по выше упомянутому методу. Ключевые вопросы в нем звучали так: «Ради защиты и поддержки каких событий и стратегий жизни Вы готовы изыскивать и резервировать ресурсы» и «Кого бы Вы хотели защитить и поддержать ресурсами».

Была выявлена представленность тематики и партнерства метамотивации и проведен сравнительный анализ в двух направлениях: молодые – взрослые; студенты – студентки. Кроме того, приведен общий анализ всей выборки. В конце работы представлены выводы, из которых следует, что метамотивационный вектор – весьма динамичная структура, которая непосредственно отражает понимание человеком своего места в жизненной перспективе в целом. В то же время, в ней запечатляется дух эпохи, связанной с сенситивным периодом формирования метамотивационной стратегии жизни человека.

Социально-экономические и социокультурные потрясения второй половины прошлого века, лавинообразное обнажение, раскрытие и доступность ранее закрытой информации о негативных и «ужасных» процессах в обществе, терроризм как «неожиданная» универсальная угроза безопасности личности и социуму в целом делают центральной проблему метамотивации бытия человека как проблему созидания уверенности, самоуважения и человеческого достоинства личности в межличностных отношениях и в обществе. Ее решение способствует по сути реализации глобальной идеи социального развития – повышению качества жизни человека и человечества.

Понимание метапотребностей метамотивации, оформившееся в современной гуманистической психологии, имеет, конечно, глубочайшие корни, идущие от идей Анаксагора и Платона. Нашим современникам привычно понимать феномен метамотивации как возможность человека активно переживать перспективу реализации намерений, планов, надежд... вплоть до смысла жизни. Попытки строго простого определения метамотивации, например, как желание желаний – опасны. По В. Франклу указанное психологическое состояние чревато экзистенциально-невротической импотенцией.

В то же время, стремление к абсолютно релевантному пониманию ее как таинственной духовно-трансцендентной интенции интуитивно весьма привлекательно и кажется правдоподобным. По Ф. М. Достоевскому, она рождается из спора жизни и судьбы: что сильнее? А у нашего современника постмодерниста И. Ефимова, она – странный плод страха, провокации и соблазна монстра из вечности, прикидывающегося будущим и внезапно поражающего в настоящем несчастьем, катастрофой или нечаянной радостью и удачей.

По К. Ясперсу она возникает в глубине совести как глас(з) божий в человеческой душе, отважившейся открыться своему вечному высшему Я (Р. Ассаджиоли, П. Тиллих, Ван Каам).

В наших же исследованиях мы ограничиваемся пока относительно операциональным пониманием метамотивации как намерения осуществить основные ценности жизни, определяющие ее смысл и качество. Таким образом, обозначается экзистенциально-гуманистическая ориентация исследования – определить собственно человеческое в человеке, как достойное его самобытия-и-события-в-мире...

Коммуникативный подход явился методологическим основанием исследования так понимаемой проблемы. В рамках этого подхода основой любого коммуникативного события является встреча в сугубо психологическом ее осуществлении. Поэтому феномен встречи не ограничен количеством участников и, в конечном счете, образует уникальный коммуникативный мир личности.

Таковы исходные идеи, положенные в основу разработки Метода Моделирования Коммуникативного Мира личности, который может в частности быть зеркалом ее метамотивационной сферы, самореализации и роста в целом. В структуре разработанного нами метода соотнесены два измерения жизненного мира: значимые темы общения с другими и с самим собой и конкретные значимые партнеры, к жизни которых этот конкретный человек неравнодушен.

Здесь мы представим результаты последней экспериментально-исследовательской программы, реализованной в ноябре 2002 года мной, аспирантами и студентами-волонтерами. В эксперименте участвовали студенты – психологи и их родители; а также представители страховых агентов (всего 85 человек). Исследовательская программа включала мозговой штурм в качестве разминки и тренинга погружения в проблему жизнеобеспечения и самоанализ по выше представленному методу. Ключевые вопросы в нем звучали так: «Ради защиты и поддержки каких событий и стратегий жизни Вы готовы изыскивать и резервировать ресурсы» и «Кого бы Вы хотели защитить и поддержать ресурсами».

На начальном этапе исследования ставилась задача качественного анализа основного тезауруса ментальной сферы личности в области метамотивации. Проводился сравнительный анализ в двух направлениях: молодые (19-20 лет) – взрослые (старше 25 лет); студенты – студентки.

Результаты исследования. Во всех выделенных группах были названы 11 тем (приводятся в порядке убывания значимости): индивидуальный личностный рост; здоровье; профессиональная деятельность; материальное благополучие; создание и сохранение семьи;

перспективы и качество жизни; образование; социальная защита; государство и общественные институты; пенсионное обеспечение (себя, родителей); экология.

Качественный анализ партнерства позволил выделить 13 типов социальных и лично значимых партнеров, которых респонденты готовы поддержать при реализации жизненных планов. Это друзья; родители; брат, сестра; дети; партнеры в профессиональной деятельности; окружающие; любимый человек; родственники; социально незащищенные люди; себя; общественные институты, государство; семья; супруг.

Только три (из 13) типов партнеров – «друзья», «родители», «себя» - оказались представлены в каждой группе респондентов. Тип «брат, сестра», оказавшаяся третьей по значимости, не присутствует во взрослой выборке.

Представленность тематики и партнерства во взрослой выборке по частоте встречаемости такова: на первые места оказались материальное благополучие своей семьи; сохранение здоровья и защита своей собственности; поддержка профессиональной деятельности; образование своих детей. Такие темы как обеспечение старости своей и родителей, приобретение жилья детям, быть социально защищенным ушли на последнее место по своей актуальности.

Во взрослой выборке определились 8 типов социально и лично значимых партнеров, которых они готовы поддерживать: детей; родителей; друзей; партнеров в профессиональной деятельности; себя; супруга; государство; семья. Взрослые не называют в качестве партнеров, которых они готовы поддерживать ресурсами брата, сестру, окружающих, любимого человека, социально незащищенных людей.

Представленность тематики и партнерства метамотивации в выборке студентов мужского пола выглядит так: на первых позициях – поддержка индивидуального личностного роста, здоровья, материального благополучия, получения образования, создание и сохранение семьи, а также профессиональная деятельность и развитие науки. На последних местах оказались поддержка государства и проблемы экологии.

В числе партнеров для студентов-мужчин значимыми являются друзья и родители; братья и сестры. Менее значимые – просто знакомые люди, любимый человек, государство.

Представленность тематики и партнерства метамотивации в выборке студентов женского пола выглядит таким образом: первые места занимают поддержка индивидуального личностного роста, здоровья, профессиональной деятельности, рождение и воспитание детей, обеспечение материального благополучия. Темы обеспечения достойной старости, защиты своей собственности уходят на последнее место.

Среди социально и личностно значимых партнеров студентками названы друзья и подруги, близкие родственники, а также знакомые, просто хорошие люди. Менее значима оказалась поддержка партнеров в профессиональной сфере и поддержка себя.

Общий анализ всей выборки выявляет следующие результаты: в отличие от студенческой выборки взрослые не готовы вкладывать ресурсы в защиту от насилия и терроризма, от чрезвычайных ситуаций, в поддержание и развитие науки, в решение проблемы беспризорности. Любовь и взаимоотношения также не являются актуальными для взрослых.

Для студентов мужского пола оказались неактуальны такие жизненные сферы как рождение и воспитание детей, спокойствие родителей, обеспеченность жильем. Также их не беспокоит уверенность в завтрашнем дне (безопасность жизни). Как и взрослых, студентов-мужчин не интересуют проблемы беспризорности, защита от несчастных случаев, творчество.

У студенток темы обеспечения своей профессиональной деятельности и получение образования представлены более значительно, несмотря на то, что они являются студентами классического университета. Это может быть проблемой, которая складывается в нашем обществе в настоящее время. Достаточно часто женщина, получившая высшее образование, устраивается на низкооплачиваемую работу по не престижным специальностям продавца, администратора, торгового агента.

Мотивация к поддержанию стабильности государства у студентов одинаково низкая, а у взрослых почти в 5 раз выше. Решение проблем экологии взрослые готовы поддерживать в два раза чаще, чем студенты.

Студентки называют в качестве партнера любимого человека. У взрослых такой партнер отсутствует, а для студентов мотивация для поддержки любимого человека встречается в три раза реже.

Таким образом, обобщая представленные результаты исследования можно отметить, что на уровне метамотивации жизни гендерные различия становятся менее существенными, а возрастные даже обостряются. Это может означать, что метамотивационный вектор – весьма динамичная структура, которая непосредственно отражает понимание человеком своего места в жизненной перспективе в целом. В то же время, в ней запечатляется дух эпохи, связанной с сенситивным периодом формирования метамотивационной стратегии жизни человека.