

УДК 159.9.001.5

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ МЕТОДА ПОСЛОВИЦ В ИССЛЕДОВАНИИ
ПСИХИКИ И ЛИЧНОСТИ ЧЕЛОВЕКА**

А.А.Моисеева

**PSYCHOLOGICAL POTENTIAL OF THE METHOD OF PROVERBS IN THE INVESTIGATION
OF HUMAN MIND AND PERSONALITY**

A.A.Moiseeva

Институт непрерывного педагогического образования НовГУ, manna13@mail.ru

В статье рассматриваются результаты теоретического и эмпирического анализа применения метода пословиц в исследовании психики и личности человека, оцениваются возможности данного метода в преодолении феномена социальной желательности.

Ключевые слова: социальная желательность, монотематический текст, контент-анализ, личность, альтруистическая направленность, социально значимое поведение

The results of theoretical and empirical analysis of using the method of proverbs in the investigation of human mind and personality are discussed and the potential of using this method in overcoming the social desirability phenomenon is estimated.

Keywords: *social desirability, monothematic text, content-analysis, personality, altruistic orientation, socially significant behavior*

На современном этапе развития психологическая наука обладает широкими возможностями применения различных методов исследования личности. Среди них главенствующее место занимают наблюдение и эксперимент. Довольно распространенным является также тестирование. Но наравне с доминирующим преобладанием этих методов исследования ученые постоянно указывают на ряд проблем, связанных с их применением. Рассматривая поведение человека, исследователю постоянно необходимо учитывать тот факт, что человек живет в обществе. Мы постоянно на протяжении всей своей жизни взаимодействуем с людьми. И существуют факты, свидетельствующие о том, что люди иногда преподносят себя не такими, каковы они на самом деле. И это отчасти обусловлено тем, что мы желаем получить одобрение со стороны окружающих. В данном случае речь идет о феномене социальной желательности как предрасположенности или установке человека давать на самооценочные вопросы социально одобряемые ответы, чтобы казаться себе или другим лучше, добрее, умнее, чем они есть на самом деле. Проявляется социальная желательность, когда оцениваются характеристики, значимые для социального окружения, делающие их обладателя социально привлекательным. Для того чтобы избежать социальной желательности, некоторые авторы создают шкалу лжи (например, Айзенк в тестах ЕРІ и ЕРQ), в которую вводят особую группу заданий для выявления тех лиц, которые склонны давать социально одобряемые ответы. Они состоят из вопросов, касающихся незначительных проступков, которые, увы, иногда совершаются большинством людей. Набравший наибольшее количество баллов по такой шкале рассматривается как дающий социально одобряемые ответы, а поэтому его показатели по тесту могут быть проигнорированы. Однако эти приемы не всегда достигают желаемого результата. Споры вокруг социальной желательности и ее преодоления продолжаются. Одним из методов, позволяющим обойти склонность людей представлять себя в выгодном свете, является метод пословиц.

Психологи справедливо утверждают, что «личность» – понятие многогранное. Крылатые народные изречения, являющиеся плодами многовекового осмысления людьми окружающей их действительности, не позволяют в этом усомниться. В пословицах и поговорках отражены абсолютно все черты и свойства человеческой личности, как положительные, так и отрицательные. Различные психологические качества, сочетаясь в одном индивиде, создают неповторимость, сложность, а часто и противоречивость его характера. Несмотря на их древнее происхождение, пословицы и в современной речи не теряют своей актуальности и могут определять духовные и мировоззренческие ценности общества и личности как универсальное средство отражения национального

менталитета в целом, а также отношение к отдельным аспектам человеческого существования.

Особенность пословиц состоит в том, что они сохраняют два плана – буквальный и переносный. В науке о языке пока еще не сложилось общепринятого взгляда на пословицы и поговорки. Чаще всего под пословицей понимают меткое образное изречение (обычно назидательного характера), типизирующее самые различные явления жизни и имеющие форму законченного предложения. Целесообразно указать на различия, существующие между пословицами и поговорками. Пословица выражает законченное суждение. Поговоркой именуют краткое образное изречение с назидательным содержанием. От пословицы ее отличает незавершенность умозаключения [1, с. 568]. Таким образом, под пословицами в широком смысле слова мы понимаем краткие народные изречения, имеющие одновременно буквальный и переносный (образный) план или только переносный план и составляющие в грамматическом отношении законченное предложение. Исследователи [2,3,4,5] перечисляют следующие основные достоинства пословиц:

- пословицы представляют собой уникальный экспериментальный материал, так как их количество и тематика их очень обширна, и в связи с этим практически не ограничены возможности в подборе текстов на различные темы;

- пословицы можно дифференцировать по сложности, по структуре и по другим критериям;

- пословицы и поговорки, относящиеся к так называемому «мини-тексту», отличаются лаконичностью, что позволяет за короткий срок получить большой массив данных о работе с ним;

- пословица как отшлифованная временем народная мудрость способна дать некоторые нравственные ориентиры, указать диалектический подход к жизни.

Указанные богатые достоинства пословиц используются достаточно разнообразно. Прежде всего, понимание пословиц рассматривается как один из показателей развития мышления. Так, пословицы используются Б.В. Зейгарник в тестах на определение уровня умственного развития, для диагностики патологических изменений мышления. Отечественный психолог И.В. Дубровиной использовала пословицы для выявления особенностей мышления школьников. Они могут являться средством умственного развития в важном направлении – ориентировке в нестандартных ситуациях, самостоятельном поиске нужного обобщения, замаскированного яркими, но несущественными частностями [6].

Пословица как один из видов монотематического текста [7] характеризуется смысловой, структурной, коммуникативной целостностью, и модель ее понимания может выступать одной из моделей понимания текстов в целом. Пословица представляет собой «минимальный по величине художественный

текст, выражающий только одну мысль. Выражение этой мысли равно тексту, и нет ни растворения этой мысли в сюжете, ни мыслей, конкурирующих с главной» [8, с.53]. Понимание пословиц можно считать одним из критериев владения языком, развития речи.

Объяснение психодиагностической ценности пословиц дала отечественный психолог Б.В. Зейгарник: «Пословицы являются таким жанром фольклора, в котором обобщение... передается через обозначение какого-либо отдельного частного факта конкретной ситуации. Истинный смысл пословицы только тогда становится понятным, когда человек отвлекается от тех конкретных фактов, о которых говорится в пословицах, когда конкретные единичные явления приобретают характер обобщения. Только при этом условии осуществляется перенос содержания пословиц на другие ситуации. Такой перенос сходен по своим механизмам с переносом способа решения одной задачи на другую» [9, с.121].

В исследованиях О.Н.Арестовой и ее сотрудников (2005) было показано, что с помощью методики «Толкование пословиц» можно обнаружить область мотивационного конфликта, актуального в настоящий момент. Используя пословицы, являющиеся для испытуемого аффектогенными, можно наблюдать искажения в их понимании и толковании. Предполагается, что эти искажения связаны с попаданием пословицы в сферу личностного смыслового конфликта, актуального для данного испытуемого [10].

С помощью контент-анализа пословиц русского народа, изложенных В. Далем, отечественный ученый, специалист в области психологии труда Е.А. Климов изучал степень значимости различных сторон труда в народном сознании. Он выбирал из общего набора пословицы, имеющие отношение к сфере труда. Далее проводилось упорядочивание их в группы соответственно смысловому содержанию. Таким образом, была получена некоторая семантическая структура, которая соотносилась с сеткой понятий и проблем психологии труда как отрасли науки [11, 12].

Пословицы могут быть использованы и в социально-психологическом исследовании. Они легко соединяют и ярко характеризуют разные образы жизни людей: убеждения народа, жизненные трудности, наличие у людей отрицательных или положительных качеств, влияющих на межличностные взаимоотношения и многое другое. На заре развития социальной психологии русский ученый-психолог М.М.Ковалевский вслед за основателем «психологии подражания» Гордоном Тардом указывал на особую значимость изучения массовой психологии. В работе Г.М.Андреевой приводятся следующие выдержки из работы М.М.Ковалевского: «...единственное средство познать.....психологию масс – это изучить всю совокупность их верований, убеждений, нравов, обычаев и привычек». Ковалевский называет и методы этой дисциплины – анализ народных сказок, былин, пословиц, поговорок и т.д. «Этим-то длинным путем, а не прямым анализом, хотя бы и очень остроумным, чувств и душевных движений посетителей того или иного салона или клуба, и будут положены прочные основания коллективной психологии» [13, с.42].

Конкретный опыт использования метода пословиц может быть дополнен фактами применения его для изучения альтруистической направленности личности. В нашем диссертационном исследовании, которое проводилось в 2007 году, была разработана авторская методика «Пословицы» для комплексного изучения личности с альтруистической направленностью. Альтруизм входит в психологическую структуру личности как единица ее целостной системы. Альтруизм взаимосвязан с такими свойствами личности, имеющими специфическую проекцию на социальные взаимодействия и отношения человека с другими людьми как толерантность, благожелательность, стремление к стабильности в отношениях. Из-за того, что в обществе постоянно культивируются идеи помогающего поведения, изучение данного феномена было отягощено высокой степенью социальной желательности. Поэтому нами был выбран метод пословиц в качестве косвенной оценки изучаемого явления. Фольклор нацелен на трансляцию как позитивного, так и негативного мнения по поводу той или иной сферы деятельности людей. Текст авторской методики «Пословицы» состоит из 24 русских пословиц взятых из соответствующих сборников. Пословицы скомпонованы так, чтобы они попадали в одну из четырех групп поведения, содержательным образом связанного с социальным поведением личности. Такое поведение выражается в совокупности поступков и действий индивида или группы в обществе и зависит от социально-экономических факторов и господствующих морально-нравственных норм и традиций [13]. Данные группы были выделены в результате анализа социально-психологической литературы:

1. Деформированные виды поведения.

В данном случае имеется в виду помогающее поведение, имеющее корыстные мотивы (замаскированный эгоизм), а также полное отречение от себя, своих интересов и своей семьи в пользу других людей (мазохистский альтруизм).

2. Кооперативное поведение.

Эта группа пословиц раскрывает содержание взаимного оказания помощи и учет в полной мере как интересов другого человека, так и своих.

3. Поведение, направленное на себя.

Здесь представлены пословицы, пропагандирующие предпочтение личных интересов и убеждений, а также отказ от какого-либо стремления к помощи другим людям.

4. Поведение, направленное на других.

Подобраны пословицы, которые раскрывают содержание альтруистического (бескорыстного) поведения.

Выделение указанных видов поведения было основано на анализе теоретических источников. Проведение дифференциации пословиц на соответствие тому или иному виду поведения подвергалось методу экспертных оценок. В качестве экспертов выступали профессиональные психологи.

Методика «Пословицы» показала, что люди, ориентированные на альтруизм, чаще всего выбирают пословицы, в которых заключена идея бескорыстной помощи другим людям, эмпатии и отказа от публич-

ного объявления о совершенном поступке окружающим людям. Среди них самой популярной оказалась пословица «Доброму человеку и чужая беда к сердцу». Когда же был задан вопрос о самой неприемлемой пословице, 74% высоко альтруистичных респондентов указали на следующую «Всякий хлопочет – только себе добра хочет». Из четырех форм поведения, представленных в методике «Пословицы», личности с низкими показателями выбирали группу пословиц с направленностью на себя (например, «Ешь чужие пироги, а свои береги»). Им также близки пословицы, содержащие только внешнюю ориентацию на помощь с присутствием корыстных мотивов (например, «Услугу оказываю, сам себе место присматриваю»), что соответствует принципам замаскированного эгоизма, обсуждаемого нами в теоретической части работы. Самая часто выбираемая пословица в подгруппах с низкими показателями альтруизма (69% опрошенных): «Всем давать – самому горе горевать». Наименее популярной (73% опрошенных) оказалась пословица: «На себе понесем, а вас побережем». Таким образом, можно представить уровни предпочтения того или иного вида поведения в зависимости от степени развития альтруистической направленности.

Работа в данном направлении может быть продолжена, так как имеется возможность расширить тему исследования. Результаты проведенного исследования могут быть использованы для дальнейшего исследования феномена альтруизма, а описанный метод может стать частью тренингов, организованных с целью повышения уровня альтруистической направленности среди школьников.

Необходимо отметить, что при подборе пословиц для того или иного психологического исследования необходимо обратить внимание на особенности выборки испытуемых. Пословицы имеют массу специфических особенностей, заключенных в менталитете и значениях языка каждого народа. Поэтому если в выборке присутствуют испытуемые не только русской, но и другой национальности, применение чисто русских народных пословиц может быть воспринято неоднозначно и недостаточно хорошо понят их смысл.

Таким образом, можно сделать вывод, что пословицы представляют собой уникальный экспериментальный материал, который можно и нужно использовать в психологических исследованиях. Личность – это не проблема исключительно для науки или для искусства, но это проблема и для того, и для другого. Поэтому для комплексного изучения всего богатства и многоаспектности личности необходимо объединение этих двух принципиальных подходов.

1. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
2. Арестова О.Н. Диагностика мотивационного конфликта личности с помощью метода пиктограмм // Вопросы психологии. 2007. №2. С. 161-170.
3. Граник Г.Г., Бондаренко С.М., Концевая Л.А. Когда книга учит. М.: Педагогика, 1991. 192 с.
4. Микулинская М.Я. Развитие лингвистического мышления учащихся. М.: Педагогика, 1989. 144 с.
5. Пермяков Г.Л. От поговорки до сказки (Заметки по общей теории клише). М.: Наука, 1970. 240 с.
6. Дубровина И.В. Об индивидуальных особенностях школьников. М.: Знание, 1975. 75 с.
7. Суховой И.Л. Перцептивные, мнемические и мыслительные компоненты понимания монотематического текста. Л., 1989. 211 с.
8. Граник Г.Г., Бондаренко С.М., Концевая Л.А. Когда книга учит. М.: Педагогика, 1991. 192 с.
9. Зейгарник Б.В. К проблеме понимания переносного смысла слов или предложений при патологических изменениях мышления // Новое в учении об апраксии, агнозии, афазии. М.;Л., 1934. 112 с.
10. Арестова О.Н. Диагностика мотивационного конфликта личности с помощью метода пиктограмм // Вопросы психологии. 2007. №2. С. 161-170.
11. Климов Е.А. Идеи системного подхода в народном сознании // Вестник МГУ. Сер. 14. Психология. 1993. №3. С.3-12.
12. Климов Е.А., Носкова О.Г. История психологии труда в России. Учеб. пособие. М.: МГУ, 1992. 221 с.
13. Андреева Г.М. К истории становления социальной психологии в России // Социальная психология в трудах отечественных психологов. СПб: Питер, 2000. 512 с.

Bibliography (Transliterated)

1. Ozhegov S.I., Shvedova N.Ju. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka. M.: Azbukovnik, 1999. 944 s.
2. Arestova O.N. Diagnostika motivacionnogo konflikta lichnosti s pomoshh'ju meto-da piktogramm // Voprosy psihologii. 2007. №2. S. 161-170.
3. Granik G.G., Bondarenko S.M., Koncevaja L.A. Kogda kniga učit. M.: Pedagogika, 1991. 192 s.
4. Mikulinskaja M.Ja. Razvitie lingvisticheskogo myshlenija uchashhihsja. M.: Pedagogi-ka, 1989. 144 s.
5. Permjakov G.L. Ot pogovorki do skazki (Zametki po obshej teorii klishe). M.: Nau-ka, 1970. 240 s.
6. Dubrovina I.V. Ob individual'nyh osobennostjah shkol'nikov. M.: Znanie, 1975. 75 s.
7. Suhovej I.L. Perceptivnye, mnemicheskie i myslitel'nye komponenty ponima-nija monotematcheskogo teksta. L., 1989. 211 s.
8. Granik G.G., Bondarenko S.M., Koncevaja L.A. Kogda kniga učit. M.: Pedagogika, 1991. 192 s.
9. Zejgarnik B.V. K probleme ponimanija perenosnogo smysla slov ili predlozhenij pri patologicheskikh izmenenijah myshlenija // Novoe v uchenii ob apraksii, agnozii, afazii. M.;L., 1934. 112 s.
10. Arestova O.N. Diagnostika motivacionnogo konflikta lichnosti s pomoshh'ju me-toda piktogramm // Voprosy psihologii. 2007. №2. S. 161-170.
11. Klimov E.A. Idei sistemnogo podhoda v narodnom soznanii // Vestnik MGU. Ser. 14. Psihologija. 1993. №3. S.3-12.
12. Klimov E.A., Noskova O.G. Istorija psihologii truda v Rossii. Ucheb. posobie. M.: MGU, 1992. 221 s.
13. Andreeva G.M. K istorii stanovlenija social'noj psihologii v Rossii // Soci-al'naja psihologija v trudah otechestvennyh psihologov. SPb: Piter, 2000. 512 s.