

СПЕЦИФИКА ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О СЧАСТЬЕ В СТРУКТУРЕ ОБЫДЕННОГО СОЗНАНИЯ ЛЮДЕЙ РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП

Донская Оксана Александровна

аспирант, Московский государственный университет

им. М.В. Ломоносова

aad@inbox.ru

SPECIFICITY OF IDEAS ABOUT HAPPINESS IN THE STRUCTURE OF ORDINARY CONSCIOUSNESS OF PEOPLE OF DIFFERENT AGE GROUPS

O. Donskaya

Summary: The article is devoted to the study of the specifics of ideas about happiness in the structure of ordinary consciousness of people of different age groups. The author suggests that the ideas of happiness, on the one hand, correlate with the components of the value-need sphere of a person, acting in a specific case in the form of a specific hierarchy of individual needs formed through the prism of social processes, on the other hand, with a consciously accepted (recognized) person in a specific way of a happy person as a standard from the position of [ordinary] micro- and macrosocial experience. For the purposes of arguing this thought, the author presents the results of a study of the specifics of the idea of happiness in the structure of ordinary consciousness of representatives of three generations – Z, Y and X (n = 1186). As a result of the study, the range of values corresponding to the ideas about happiness of people of different ages was clarified, priority needs were identified, the implementation of which will allow them to feel happy, differences in the semantic meaning of the phenomenon of happiness were identified, the degree and criteria for changing the ideas about happiness in three age groups were determined.

Keywords: everyday consciousness, happiness, hedonism, eudemonism, the semantic meaning of happiness, stereotypes, generations, age groups.

Аннотация: Статья посвящена изучению специфики представлений о счастье в структуре обыденного сознания людей разных возрастных групп. Автором высказывается мысль о том, что представления о счастье, с одной стороны, коррелируют с компонентами ценностно-потребностной сферы личности, выступающей в конкретном случае в виде специфической иерархии индивидуальных потребностей, сформированных через призму общественных процессов, с другой – с осознанно принятым (признанным) человеком конкретным образом счастливого человека в качестве эталона с позиции [обыденного] микро- и макросоциального опыта. Для целей аргументации этой мысли, автором представляются результаты исследования специфики представлений о счастье в структуре обыденного сознания представителей трех поколений – Z, Y и X (n = 1186). В результате исследования, были уточнен спектр ценностей, соответствующих представлениям о счастье людей разных возрастов, определены приоритетные потребности, реализация которых позволит им чувствовать себя счастливыми, выявлены различия в смысловом значении феномена счастья, определена степень и критерии изменения представлений о счастье в трех возрастных группах.

Ключевые слова: обыденное сознание, счастье, гедонизм, эвдемонизм, смысловое значение счастья, стереотипы, поколения, возрастные группы.

Несмотря на то, что проблема интраспективизации счастья во все времена выступала предметом исследования представителей различных областей научного знания, задача объективного взгляда на его структуру (концептуальное содержание) и по сей день остается нерешенной, что, на наш взгляд, обуславливается системным изменением ценностно-смысловых кодов этого феномена. В структуре обыденного сознания индустриального общества представление о счастье перестает быть чем-то исключительно [интра-] субъективным, приобретая характер экстра-субъективного и (или) принудительного [1, с. 19], нивелируя границу гедонизмом и эвдемонизмом. В обоих случаях, как утверждал А. Уотерман, счастье есть высшее благо, однако, в первом оно сводится к балансу положительных и отрицательных эмоций, тогда как во втором – дополнительно вводятся

иные измерения, относящиеся к добродетели, деятельности, соответствию подлинного «Я» [2].

Используя в своем знаменитом эссе категорию «принудительное счастье», П. Брюкнер показывает, что для общества консюмеризма понимание счастья – это важнейшая компонента «всеобщей программы тотального потребления», т.к. в таком качестве счастье выступает как требуемый культурный императив и ценностная установка, смысл которых заключается в получении максимума удовольствия, к чему, фактически и стремиться общество потребления. По мнению писателя, именно оно провозглашает «Будьте счастливы! Есть ли предписание более парадоксальное, более ужасное...? Трудно выполнить столь беспредметный наказ. Ибо как узнать, счастлив ты или нет? Кто определяет нормы? Почему

непрерывно, обязательно быть счастливым?» [3, с. 117]. Однозначных ответов на данные вопросы, безусловно, быть не может, по меньшей мере в силу того, что методы, модели и инструменты исполнения этого обязательства, обязательства «быть счастливым», в априори индивидуализированы и осознанной стереотипизации, гендерной, возрастной и проч. подвергаются лишь отчасти [4-6]. Вероятно, именно по этой причине измерить и определить четкие критериальные границы счастья как составляющей обыденного сознания не представляется возможным.

Д.А. Леонтьев объясняет это абсолютным характером самой категории счастья при понимании его как и субъективного блага, и как субъективного переживания. Счастье, по его мнению, «не может быть умеренным, половинчатым; оно всегда рассматривается как предельное состояние, которое не может быть большим или меньшим; количественно измерять можно только длительность или устойчивость его проявления в жизни человека» [7, с. 19]. В свою очередь, И.А. Джидарьян склонна полагать, что на уровне обыденного сознания имеет место некая эталонная система представлений о счастье, в соответствии с которой происходит оценка не только себя, но и других людей по критерию «счастливый – несчастливый» [8, с. 42]. Исходя из этой мысли, можно предположить, что индивид, заинтересованный в достижении счастья как высшего блага, в априори оперирует оценочными суждениями, ориентированными на социальный тренд, стремясь подвести модель своего жизнотворчества к некому единому, принятому в обществе знаменателю.

Одновременно с этим, доказательно, что удовлетворенность этой оценкой будет зависеть от понимания индивидом смысла счастья как такового, его интра-субъективной интерпретации [9]; в ином случае может произойти подмена идеи стремления к счастью, согласуемому с подлинным «Я», идеей стремления перенять масс-общественные ценности-тренды, выдать их за собственные, формулируя ложную реальность «подлинного» счастья, как осознанность [10, 11]. Иными словами, счастье начнет системно приобретать экстра-субъективный характер. Так, например, американский социальный психолог У.Л. Уилсон еще в конце 60-х гг. XX в. предпринял попытку уточнения коррелятов счастья и пришел к выводу о том, что счастливый человек – это человек преимущественно, «молодой, здоровый, с хорошим образованием, с хорошим доходом, экстравертированный, оптимистичный, свободный от тревог, религиозный, состоящий в браке, с высокой самооценкой, с высокой трудовой моралью, умеренными притязаниями, пол и интеллект которого могут быть любыми» [12, р. 294]. Несмотря на очевидную идеализацию образа счастливого человека, У.Л. Уилсон дал достаточно объективную характеристику причин дифференциации уровня счастья,

заключив, во-первых, что счастье порождает надлежащее удовлетворение потребностей, соответственно, несчастье – постоянное их неудовлетворение; во-вторых, что «степень успешности, необходимая для удовлетворенности, зависит от уровня адаптации или уровня притязаний, который обусловлен прошлым опытом, сравнением другими, личностными ценностями и иными факторами» [12, р. 302].

Исходя из этой мысли, можно предположить, что представления о счастье, с одной стороны, коррелируют с компонентами ценностно-потребностной сферы личности, выступающей в конкретном случае в виде специфической иерархии индивидуальных потребностей, сформированных через призму общественных процессов [13, с. 143], с другой – с осознанно принятым (признанным) человеком конкретным образом счастливого человека в качестве эталона с позиции [обыденного] микро- и макросоциального опыта. Безусловно, гипотезы У.Л. Уилсона впоследствии неоднократно доказывались и опровергались (М. Аргайл, Э. Динер, Д. Канеман, Дж. Кац, С. Любомирски, Д.А. Редельмайер, С. Уизи, Ф. Эндрюс и др.), однако, в большинстве своем подтверждались.

Проблема представлений о счастье в отечественной научно-исследовательской практике достаточно хорошо разработана (Е.Е. Бочарова, И.А. Джидарьян, С.В. Жубарин, М.Н. Королева, М.В. Лапухина, Д.А. Леонтьев, Г.В. Липатьев, С.В. Миронова, Е.А. Мишутина, Л.Э. Семенова, В.Э. Семенова, Т.А. Серебряков, И.В. Фелева), однако, анализ существующих эмпирических исследований указывает на преобладание акцента на гендерных аспектах представлений о счастье или же объектом исследования выступает конкретная возрастная группа, в большинстве своем – молодежь. Авторы, объектом исследования которых становились участники разных возрастов, рассматривали проблему представлений о счастье преимущественно через призму смыслового сходства сопоставляемых с его образом понятий, таких как любовь, здоровье, независимость, материальное благополучие, успешная карьера и проч. Однако, следует согласиться с В.В. Богданова о том, что изменение экзистенциальных приоритетов человека современного общества, в частности, счастья [14], лежит в смене ценностей и мотивов, а также в постоянной необходимости постоянного поиска средств для удовлетворения насущных потребностей [15, с. 70].

В рамках настоящей статьи представлены результаты эмпирической оценки представлений о счастье в структуре обыденного сознания людей различных возрастных групп через призму их ценностей и потребностей. В силу отсутствия аналогичных исследований в отечественной источниковой базе, предполагается, что наши результаты смогут послужить вспомогательной основой для про-

ведения более масштабных опытно-экспериментальных работ, что, в свою очередь, позволит актуализировать феноменологию счастья в разрезе межпоколенных связей. Выборку нашего исследования составили 1186 человек, из которых 492 – представители поколения Z (возраст от 18 до 25 лет), 318 – представители поколения Y (возраст от 26 до 41 года), 376 – представители поколения X (возраст от 42 до 59 лет). Для целей проведения исследования была разработана электронная анкета, основная часть которой включала в себя четыре закрытых и два открытых вопроса:

1. Какие жизненные ценности соответствуют Вашему представлению о счастье? (по Ш. Шварцу) (*власть-богатство, достижения, универсализм, благожелательность, традиция, комфортность, безопасность, гедонизм, риск-новизна, самостоятельность*).
2. Реализация каких потребностей, с Вашей точки зрения является первичной для того, чтобы считать себя счастливым человеком? (по А. Маслоу) (*физиологические, потребность в безопасности, потребность в принадлежности и любви, потребность в уважении (почитании), познавательные потребности, эстетические потребности, потребность в самоактуализации*).
3. С какими из нижеперечисленных категорий у Вас ассоциируется счастье? (*любовь, благополучная семья, дети, успешная карьера, материальное благополучие, беззаботная жизнь, труд во благо других людей, здоровье, любимое дело, молодость и красота, независимость, власть*)
4. Считаете ли Вы себя счастливым человеком? (*да, нет*).
5. Оказывают ли влияние удачи (неудачи), достижения (провалы), действия, поступки или суждения друзей или членов семьи на Ваши представления о счастье?
6. Оказали ли влияние на Ваши представления о счастье события 2020-2022 гг. (экономического, геополитического, эпидемиологического и проч. характера)?

В соответствии с договоренностью с администраторами сообществ (14) в социальных сетях Vkontakte и Telegram, анкета размещалась на срок от 1 суток до 1 недели. Сбор данных производился автоматически с помощью инструментария Google Forms. Период проведения анкетирования – январь – март 2022 г.

По результатам анализа ответов на первый вопрос мы пришли к следующим выводам: в спектр ценностей, соответствующих представлениям о счастье в группе «Z» вошли: самостоятельность (независимость в мышлении и принятии решений, творчество, исследование) (47%), достижения (личный успех через демонстрацию способностей, соответствующих социальным стандар-

там) (32%), риск-новизна (жизнь, наполненная острыми ощущениями, новизной, вызовами) (26%). Для группы «Y» преобладающими ценностями стали благожелательность (сохранение и повышение благополучия людей, с которыми человек часто общается) (61%), достижения (56%), безопасность (безопасность, гармония и стабильность общества, взаимоотношений и личности) (47%). Среди представителей группы «X» наиболее часто встречались следующие вариации базовых жизненных потребностей: безопасность (66%), традиция (уважением, приверженность и принятие обычаев и идей, которые исходят из традиционной культуры и религии) (58%), комфортность (избегание действий, которые могли причинить вред другим людям или нарушить социальные требования и нормы) (54%). Интересно заметить, что в данной группе на четвертой позиции доминирует ценность «гедонизм», что в определенной мере справедливо.

В результате изучения ответов на второй вопрос, мы выявили следующее: по мнению представителей группы «Z», для того, чтобы быть счастливым, приоритетна реализация потребности в самоактуализации (реализация своих целей, способностей, развитие собственной личности и проч.) (72%) в принадлежности и любви (принадлежность к общности, быть принятым, любить и быть любимым) (68%), физиологических потребностей (голод, жажда и проч.) (59%); познавательные потребности, заметим, оказались на четвертой позиции (51%). Для группы «Y» доминантами стали потребность в уважении, почитании (компетентность, достижение успеха, одобрение, признание) (69%), потребность в принадлежности и любви (64%) и потребность в безопасности (чувствовать себя защищенным, избавиться от страха и неудач) (48%); в 39% случаев в качестве приоритета для достижения счастья были выбраны физиологические потребности. Касаемо старшего поколения, то в результате в целом, соответствовали данным, полученным по предыдущему вопросу: потребность в безопасности отметили 71% участников исследования, потребность в уважении (почитании) – 65%, потребность в гармонии, порядке и красоте – 61%.

Оценка результатов, полученных в результате изучения ответов на третий вопрос указывает на некоторые сходства с результатами, полученными другими авторами [5]. Так, с образом счастья у представителей молодежи ассоциируется в большей степени «здоровье» (96%), «благополучная семья», (87%), «материальное благополучие» (75%), «независимость» (71%), «любовь» (70%). Как видно, концепт независимости не включается в основной ассоциативный ряд участников из группы «Z» (данный объект идентификации был отмечен в 36% случаев), что в определенной мере вступает в противоречие с результатами, полученными в рамках первого вопроса. По мнению представителей «Y» счастье ассо-

цируется с «благополучной семьей» (82%), «детьми» (78%), «здоровьем» (76%), «любовью» (69%), «материальным благополучием» (65%). В свою очередь, для старшего поколения счастье – это: «здоровье» (94%), «благополучна семья» (84%), «любимое дело» (76%), «молодость и красота» (67%), «труд во благо других людей» (64%).

К сожалению, несмотря на столь детальное понимание смысла счастья, большая часть участников исследования не считает себя счастливыми (57%). В силу ограниченности времени и ресурсов, мы не смогли выявить причины такой категоричности, однако, полагаем, что как тема отдельного исследования, этот вопрос представляет особый интерес для представителей социальной психологии. Одновременно с этим, интересно то, что подавляющее большинство опрошенных указало на наличие взаимосвязи их представлений о счастье с удачами (неудачами), достижениями (провалами), действиями, поступками или суждениями друзей или членов семьи. Молодые люди часто указывали на то, что их представления о счастье коррелируют и изменяются в зависимости от достижений и суждений их родителей, реже друзей и знакомых. В ряде случаев ориентиром становились кумиры или публичные лица. Для представителей группы «У» счастье в большей степени связано с успехами (неудачами), действиями, поступками детей (при наличии) или собственными достижениями и достижениями супругов (при наличии) на конкретный момент (период) их жизни, т.е. происходит оценка жизнестроительства в целом, степень достижения долгосрочных целей, а также сравнение с существующими «стандартами» (стереотипами). Представители старшего поколения, в некоторой степени сошлись во мнении с участниками из группы «У», однако, в целом, как такового влияния на их представления о счастье, по их мнению, с «извне» не оказывается, в частности, это касается и глобальных

факторов (экономического, геополитического, эпидемиологического и проч. характера). Стоит сказать, что в ответах на последний вопрос практически не просматривается связь событий последних лет на представления о счастье участников нашего исследования; в некоторых случаях (и в группе «Z», и в группе «У») акцентировалось внимание на вопросах здоровья и материального благополучия.

Как в свое время сказал французский писатель Ф.Р. де Шатобриан, «Если бы я имел безрассудство еще верить в счастье, я бы искал его в привычке». Действительно, представление о счастье – это формула, создаваемая человеком в течение всей жизни, в которую входят ценности, мотивы, потребности, субъективные суждения, зачастую основанные на опыте (собственном или близких людей), стереотипах, трендах и проч. Однако, стремление к счастью, высшему благу – это статичный концепт; человек либо стремиться, либо не стремиться быть счастливым. Безусловно, качество и «удельный вес» составляющих каждой из этих «неизвестных» меняется в зависимости от возраста, что очевидным образом просматривается в результатах нашего исследования. Каждый человек рано или поздно приходит к единому знаменателю, однако будет ли он этим удовлетворен или нет, зависит только от него самого. Мы уверены, что дальнейшее исследование проблемы представлений о счастье в структуре обыденного сознания людей разных возрастов должна стать предметом пристального внимания социологов, социальных психологов и представителей других научных областей, т.к., «счастье – это не станция назначения, а способ путешествовать», как очень точно сказал когда-то Константин Райкин, это своего рода гештальт, важное завершающее звено в смысло-жизненной картине каждого человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Калабекова С.В. Гедонизм и «принудительное счастье» общества потребления // Политика и общество. 2018. №7. С. 17-24.
2. Waterman A.S. Two Conceptions of Happiness: Contrasts of Personal Expressiveness (Eudaimonia) and Hedonic Enjoyment // Journal of Personality and Social Psychology. 1993. Vol. 64. No. 4. pp. 678-691.
3. Брюкнер П. Вечная эйфория. Эссе о принудительном счастье. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2007. 230 с.
4. Семенова Т.В. О некоторых половых различиях представлений о счастье // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2013. №1. С. 71-74
5. Семенова Л.Э., Серебрякова Т.А., Семенова В.Э. Гендерная специфика смыслового значения счастья в представлениях людей разных возрастов // Вестник Мининского университета. 2017. №4 (21). С. 8-24
6. Егорова М.Д., Гречушкина Н.В. Представление о счастье в молодежной индустрии // Гуманитарные исследования Центральной России. 2021. №2 (19). С. 76-87.
7. Леонтьев Д.А. Счастье и субъективное благополучие: к конструированию понятийного поля // Мониторинг. 2020. №1 (155). С. 14-37.
8. Джигарьян И.А. Счастье в представлениях обыденного сознания // Психологический журнал. 2000. Т. 21. № 2. С. 40-48.
9. Долгов А.Ю. Понятие счастья в социальной теории: классические и современные подходы к концептуализации // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11, Социология: Реферативный журнал. 2020. №3. С. 11-31
10. Deci E.L., Ryan, R.M. Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health // Canadian Psychology. 2008. No 49. pp. 182-185

11. Huta V., Ryan R.M. Pursuing Pleasure or Virtue: The Differential and Overlapping Well-Being Benefits of Hedonic and Eudaimonic Motives // *Journal of Happiness Studies*. 2010. No 11. pp. 735-762.
12. Wilson W.R. Correlates of Avowed Happiness // *Psychological Bulletin*. 1967. Vol. 67. No. 4. pp. 294-306.
13. Мантикова А.В. Потребности и ценности как психологические конструкты и поведенческие детерминанты // *Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири*. 2017. №2. С. 128-144.
14. Анашкин Н. Феномен счастья в экзистенциальной и христианской психологии // *Кронос: психология и педагогика*. 2021. №2 (25). С. 11-16.
15. Богданов В.В. Экзистенциальный характер обыденного сознания человека в информационную эпоху. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2007. 221 с.

© Донская Оксана Александровна (aad@inbox.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова