

ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ИСТОРИЯ ПСИХОЛОГИИ

ТЕОРИЯ ПОИСКА ЗНАЧИМОСТИ А. КРУГЛАНСКИ (SQT): ОТ ОЧЕВИДНОГО ДО НЕВЕРОЯТНОГО

© Лебедев А. Н.

Доктор психологических наук, Институт психологии РАН, Москва, Россия,
lebedev-lubimov@yandex.ru; ORCID: 0000-0003-1030-9709

Работа выполнена в рамках государственного задания Министерства науки
и высшего образования РФ (тема № 0138–2026–0015).

Для цитирования:

Лебедев А. Н.

Теория поиска значимости А. Круглански (SQT): от очевидного до невероятного // Ученые записки Института психологии Российской академии наук. 2026. Т. 6, № 1(18). С. 4-13.

DOI: 10.38098/proceedings_2026_06_01_01

Lebedev A.N.

A. Kruglansky's significance quest theory (SQT): from the obvious to the incredible. Proceedings of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. 2026, Vol. 6, No 1(18), Pp. 4-13.

DOI: 10.38098/proceedings_2026_06_01_01

В статье рассматривается теория американского психолога А. Круглански, которая называется «Теория поиска значимости» (*Significance Quest Theory, SQT*) и представлена в его последней книге «Поиск значимости: власть потребности, которая заставляет мир вращаться» (*The Quest for Significance: Harnessing the Need that Makes the World Go Round*), написанной в 2025 году в соавторстве с американским журналистом Д. Равивом. А. Круглански является лауреатом премии Американской психологической ассоциации за выдающиеся научные достижения 2019 года. Он известный мировой эксперт в области психологии насильственного экстремизма и политической активности. В книге А. Круглански и Д. Равив утверждают, что все люди испытывают фундаментальную потребность ощущать свою значимость и способны чувствовать, что их существование имеет некий «особый смысл». Стремление к значимости определяет большую часть наших мыслей, чувств и действий. Обсуждая вопрос о том, как возника-

ет способность переживать чувство значимости, авторы обращаются к теории сознания (*Theory of Mind*) Д.Г. Премака и Г. Вудраффа, которая пользуется большой популярностью в наши дни.

Ключевые слова: личность, мотивация, поиск значимости, опредмечивание потребности, теория психического, методология психологии

Введение

В последние годы среди работ специалистов в области социальной психологии и психологии личности особо выделяются труды известного американского психолога Ари Круглански (Arie W. Kruglanski). Привлекает внимание одна из его последних публикаций — книга «THE QUEST FOR SIGNIFICANCE. Harnessing the Need that Makes the World Go Round» (2025), написан-

ная в соавторстве с журналистом Дэном Равивом (Dan Raviv). Издание, рассчитанное на широкий круг читателей, иллюстрирует одну из наиболее известных теорий А. Круглански — теорию поиска значимости (*Significance Quest Theory, SQT*). Авторы приводят ссылки как на собственные исследования, так и на работы психологов прошлого века, что делает книгу легкой для восприятия и сближает ее с научно-популярной литературой¹.

¹ В отзыве на книгу хорошо известный в нашей стране американский психолог Р. Чалдини пишет: «В этом новаторском исследовании человеческой мотивации Ари Круглански и Дэн Равив раскрывают, как наша универсальная потребность чувствовать себя значимым формирует всё — от наших самых близких отношений до исторических событий, меняющих мир. Проливая свет на этот фундаментальный драйв, авторы дают универсальный ключ, открывающий глубокое понимание отношений, воспитания детей, карьеры, лидерства, психического здоровья, общественных движений и даже корней экстремизма, давая нам возможность ориентироваться в жизненных сложностях с большей мудростью, эмпатией и эффективностью. Эта книга изменит ваш взгляд на себя и других, предлагая мощную линзу, через которую можно понимать человеческое поведение в быстро меняющемся мире».

В книге много говорится о ярких личностях — политиках, ученых, актерах, бизнесменах. Однако определить, кому именно из соавторов принадлежат отдельные идеи, высказывания, комментарии или выводы, не представляется возможным: Дэн Равив — автор бестселлеров, 40 лет освещавший для CBS News темы войны, шпионажа, дипломатии и политики. Сложно также оценить достоверность некоторых фактов, приводимых в качестве иллюстраций SQT.

В данной статье мы не ставили перед собой задачу детально проанализировать книгу, теорию или творчество А. Круглански в целом. Представленная книга, скорее всего, не будет издана в нашей стране по ряду причин, которые становятся очевидны из текста. Тем не менее, учитывая уровень автора теории и ее высокую оценку ведущими психологами мира, важно знать о существовании этой публикации. Это необходимо, чтобы российские психологи могли составить собственное представление о теории, методологические и философские основания которой существенно отличаются от основ отечественной науки.

А. Круглански и его вклад в науку

А. Круглански (род. 1939) — американский психолог польского происхождения, заслуженный профессор психологии Мэрилендского университета (Колледж-Парк). Он известен работами о системах целей, регуляторных механизмах и когнитивной закрытости, а также является ведущим специалистом в области психологии насильственного экстремизма и политического активизма. Сфера его научных интересов охватывает психологию мотивации и познания, групповые процессы и межличностные отношения.

А. Круглански сформулировал ряд значимых теорий, в частности, в 1989 году — теорию обыденной эпистемики (и ее аналог — теорию эпистемических мотиваций), в 2000 году совместно с Э. Тори Хиггинсом — теорию регуляторных режимов, в 2002 году — теорию систем целей, в 2021 году — психологическую теорию экстремизма и в 2022 году — теорию поиска значимости (SQT). Эти теории стимулировали эмпирические исследования в различных областях психологии и привели к разработке шкал для измерения потребности в когнитивной завершенности (совместно с Донной Вебстер, 1994) и регуляторных механизмов локомоции и оценки (совместно с Э. Тори Хиггинсом, 2000).

А. Круглански — лауреат премии Американской психологической ассоциации (APA) 2019 года за выдающийся научный вклад (Award for Distinguished Scientific Contributions), высшей награды APA, при-

суждаемой за значительный вклад в развитие психологии. Эта награда подтверждает его статус одного из самых влиятельных теоретиков и исследователей в мировой социальной и когнитивной психологии.

После терактов 11 сентября А. Круглански стал соучредителем центра передового опыта START (Мэрилендский университет), занимающегося изучением терроризма и противодействием ему. Он проводил исследования в области психологии терроризма и радикализации в различных регионах мира, включая Шри-Ланку, Филиппины, Индонезию, страны Магриба, Ближний Восток, Европу и США. На основе своих работ он разработал модель радикализации 3N, включающую три ключевых параметра: потребность (*need*), нарратив (*narrative*) и сеть (*network*).

В своих исследованиях А. Круглански и его сотрудники используют разнообразные методы, в том числе лабораторные эксперименты, нейробиологические подходы, компьютерное моделирование, анализ текстов и опросы. Ученый занимал пост главного редактора журналов *Journal of Personality and Social Psychology* и *Personality and Social Psychology Bulletin*, был заместителем редактора *American Psychologist*, а также президентом Общества изучения мотивации (2014–2015). Он входит в состав нескольких редакционных коллегий, включая редколлегию *Psychological Review*.

Книга о потребности в значимости, которая заставляет мир вращаться

Как бы сказали в СССР, книга А. Круглански и Д. Равива «THE QUEST FOR SIGNIFICANCE» — классический продукт сугубо «западных» авторов. В ней предлагается рассматривать личность, особенно выдающуюся и известную, сквозь призму реализации потребности в субъективно определяемой личностной и социальной значимости. Феномен поиска значимости, анализируемый в этой книге и в более академических работах А. Круглански, привлекает особое внимание, поскольку до появления SQT его проявления изучались многими психологами на теоретическом и эмпирическом уровне, хотя и в иной терминологии.

Как отмечают сами авторы, данный феномен рассматривался при изучении близких явлений: мотивации достижения успеха и избегания неудачи, Я-концепции, самооценки, социальных сравнений, самодетерминации, высших социальных эмоций, уровня притязаний, комплекса неполноценности и других.

В начале книги авторы вспоминают знаменитый бестселлер Дейла Карнеги «Как делать друзей и оказывать влияние на людей» (1936). Кни-

га Д. Карнеги, приобретенная 30 миллионами читателей, переведенная на десятки языков и занявшая 19-е место в списке 100 самых влиятельных книг XX века по версии *Time*, стала известна в СССР лишь в начале 1980-х. Долгое время ее полный текст находился в библиотеках под грифом «для служебного пользования» и рассматривался как литература «буржуазного влияния». Сегодня она доступна каждому. По содержанию и стилю работа Д. Карнеги близка книге А. Круглански и Д. Равива: речь идет о схожем феномене, но под иным углом зрения и без использования термина «значимость». Например, Д. Карнеги фактически учит читателей отказываться от собственных амбиций и тщеславия ради достижения цели.

А. Круглански и Д. Равив утверждают, что всем людям свойственна фундаментальная потребность ощущать себя значимыми, чувствовать, что их существование имеет «особый смысл». Стремление к значимости является центральным элементом психики и определяет большую часть мыслей, чувств и поступков. Эта потребность универсальна и не связана с психической патологией (нарциссическим, истерическим расстройством или эгоцентризмом).

Рассматривая природу этого феномена, авторы отмечают, что антропологи обнаружили бесчисленные свидетельства того, что укрепление собственного имиджа сопровождается человеческое поведение с древнейших времен. В архаических обществах эффективным способом создания репутации была охота — выслеживание, преследование и умерщвление зверя. Основной мотивацией при этом было желание «покрасоваться» и продемонстрировать свою значимость для племени.

Эволюция человека заключалась не только в прямохождении или переходе от мычания к речи, но и в развитии мотивации быть значимым и важным. Это побуждало ранних людей вкладывать ресурсы в занятия, выходящие за рамки простого добывания пищи. Охота и искусство стали прекрасными примерами обретения чувства значимости.

Создание искусства, по мнению авторов, подпадает под форму затратной сигнализации (*costly signaling*), поскольку требует огромных усилий: добычи материалов, длительного созидания, росписи сцен охоты. Художник демонстрировал готовность тратить усилия ради эстетического удовольствия соплеменников, что само по себе указывало на действие поиска значимости. Поскольку искусство было редким навыком, высоко ценным в племени, художник сигнализировал о своей социальной ценности, становясь значимой личностью в глазах общества. Авторы ссылаются

на исследование предпочтений при выборе партнера, проведенное в 37 культурах мира, которое показало, что качество «быть творческим и артистичным» заняло шестую по важности позицию для женщин и седьмую для мужчин из 13 характеристик сексуальной привлекательности (Buss, Barnes, 1986). Те, кто прилагал больше усилий для создания общедоступного искусства, сообщали о большем количестве половых партнеров (Beaussart, Kaufman et al., 2012; Clegg, Nettle, Miell, 2011; Lagne, Euler, 2014).

Говоря о природе потребности в значимости, авторы не выдвигают идей, принципиально новых для российских ученых. Главный фактор повышенного стремления к значимости — генетика. Именно ею объясняется разница в амбициозности и силе желания обладать социальной ценностью. В качестве примера приводится известное миннесотское исследование однойцевых близнецов, выросших в разных семьях: около 70% различий в интеллекте было отнесено на счет генетических факторов, а около 30% — на влияние среды.

Второй фактор — воспитание. А. Круглански и Д. Равив много пишут о типах воспитания у разных народов, отмечая, что формируемое ими стремление к значимости положительно сказывается на экономическом развитии стран. Отечественные психологи, вероятно, усмотрели бы здесь противоречие, указав, что сам тип воспитания зависит от общественно-экономической формации и уровня развития рыночных отношений. С точки зрения отечественной методологии, опирающейся на исторический материализм, именно характер развития рынка создает условия для воспитания у людей стремления к значимости. В книге об этом тоже говорится, однако парадокс «яйца и курицы» придает SQT оттенок неполноты и незавершенности.

Третий фактор — окружающая среда, культура и субкультуры. Культуры, по мнению авторов, различаются тем, какие модели поведения и виды деятельности наделяют человека социальной ценностью, признанием и уважением. Такое признание всецело зависит от ценностей, важных для конкретной группы (общества, нации, организации и т. д.).

Обсуждая возникновение способности к переживанию чувства собственной значимости, авторы обращаются к популярной сегодня теории психического (*Theory of Mind*) Д. Премака и Г. Вудруфа (Premack, Woodruff, 1978), основы которой были заложены работами предшественников, в частности Ж. Пиаже. Модель психического позволяет человеку приписывать психические состояния как

себе, так и другим, понимая, что чужое сознание отличается от его собственного. Благодаря этому человек осознает свою значимость и ведет себя соответствующим образом. Важный аспект этой модели — осознание, что собственное психическое состояние не тождественно состоянию другого человека. Поскольку ментальные состояния непосредственно не наблюдаемы, допущение их существования у других является теорией. Считается, что модель психического появляется у ребенка в возрасте 3–4 лет, вместе с развитием грамматически правильной речи и других когнитивных способностей.

Настоящий поиск значимости, как считают А. Круглански и Д. Равив, развивается позже, примерно в 4–5 лет, когда у детей формируется способность понимать, что мысли других могут отличаться от их собственных. Обретя эту способность к социальному восприятию, ребенок начинает осознавать, что оценка окружающих может не совпадать с его самооценкой и что ему, возможно, нужно соответствовать неким стандартам ценности. Это осознание знаменует начало озабоченности ребенка тем, как его оценивают другие, пробуждая интерес к социальной ценности и закладывая семена стремления к значимости.

По мнению авторов, есть веские доказательства того, что желание быть значимым в глазах окружающих — важная часть человеческой природы, неотъемлемый аспект нашей социальности. Забота о своей социальной ценности — это то, что значит быть человеком. Свидетельства человеческих амбиций, желания произвести впечатление и «покрасоваться» в изобилии встречаются как в древних повествованиях, так и в современной литературе. Именно стремление к высокой значимости, считают авторы, стимулировало человеческую изобретательность и стало главной движущей силой развития культуры, искусства, науки и техники. Когда вы сыты и обеспечены, пишут авторы, остается лишь ненасыщаемая потребность в значимости. Она бесконечна. Здесь отечественный психолог, возможно, заметил бы, что единственная известная ему ненасыщаемая потребность — это потребность в знаниях.

Значимость, по мнению А. Круглански и Д. Равива, можно обрести разными путями (*Means of Significance*): через карьерные успехи, заботу о семье, творчество, спорт, альтруизм (просоциальные пути). Однако теория фокусируется на том, что, когда легитимные мирные пути кажутся недоступными или неэффективными, человек может обратиться к антисоциальным и радикальным способам обретения значимости. Экстремист-

ские группы и идеологии предлагают мощный и быстрый «нарратив значимости»: четкую цель (борьба за «священную» ценность), обещание уважения и героического статуса внутри группы, простую картину мира («мы» против «них»), где унижение объясняется действиями врага, и легитимизацию насилия как средства восстановления справедливости и обретения вечной значимости (мученичество).

А. Круглански и Д. Равив полагают, что поиск значимости лежит в основе не только романтической любви, дружбы и преданности, но также способствует ненависти и насилию. Он движет щедрой самоотдачей художников и гуманистов, но питает и ненасытную жажду власти тиранов и диктаторов. Поиск значимости подпитывает крупные социальные движения, войны и революции. Важные события происходят, когда одна группа людей — представители определенной национальности, расы, этнической, религиозной или гендерной принадлежности — чувствует, что другие лишают ее значимости или не придают ей должного значения.

То, что заставляет людей чувствовать себя значимыми, во многом зависит от ценностей, которые культура или субкультура используют для оценки значимости человека. Некоторые из этих ценностей — моральные (например, честность, щедрость, доброта), другие — материальные (деньги, состояние, власть).

Возможно, большинство ученых-психологов не найдет в этом подходе особой оригинальности или научной новизны. Однако для А. Круглански и Д. Равива поиск значимости — это не характеристика отдельных наиболее социально активных людей, а универсальная фундаментальная потребность, свойственная всем без исключения. Эта потребность опредмечивается относительно случайным образом. Выбор способов самовыражения для переживания собственной значимости, в соответствии с данной концепцией, присущ всем нормальным людям и определяется самой личностью. Более того, поиск значимости, направленность и мотивация личности могут кардинально меняться в зависимости от обстоятельств, например, если человек приходит к выводу, что достигнутые успехи не соответствуют его представлениям о собственной значимости.

Теория SQT

Теория поиска значимости, представленная в книге, как и многие современные зарубежные психологические теории, может быть сведена к нескольким простым формулировкам или по-

ложениям (чаще всего трем). Такова, например, теория личности З. Фрейда, теория социально-психологической установки М. Смита, теория межличностных отношений и психологической совместимости (FIRO) У. Шутца, теория «зеркального Я» Ч. Кули и другие. В одних случаях это связано с популярностью факторного анализа, в других — определяется «интуицией» автора. Поэтому теория А. Круглански почти традиционно также состоит из трех компонентов, обозначаемых символом 3N: потребность (*need*), нарратив (*narrative*) и сеть (*network*).

В отличие от многословных отечественных психологических теорий, зарубежные не требуют строгого соблюдения методологических принципов вроде историзма, детерминизма или системности, как, например, теория «разбитых окон» или теория «поколений» (Лебедев, 2025).

Науковеды и методологи обычно выделяют в психологии личности несколько типов теорий, сформировавшихся в рамках различных парадигм и подходов. В частности, *поведенческие теории* — рассматривают личность как совокупность поведенческих паттернов, сформированных через научение; *когнитивные теории* — фокусируются на роли мышления и личностных конструктов в восприятии мира и адаптации к нему; *диспозиционные теории* — изучают устойчивые личностные черты и их биологические основы; *гуманистические теории* — акцентируют внимание на стремлении человека к самоактуализации и раскрытию своего потенциала. В типологиях возможны варианты, но в целом выделяются именно эти типы (Лебедев, 2022).

Однако для А. Круглански в рамках практически любой теории личности и подхода можно выделить область поиска значимости. Например, люди легко усваивают лишь ту информацию, которая соответствует их представлениям о значимости, раскрывают свой потенциал только в социально значимых для них областях. Даже на бессознательном уровне проявляются неосознаваемые стремления достичь результатов, позволяющих эмоционально пережить собственную значимость в референтной *in*-группе. Авторы пишут, что люди быстро замечают стремление к значимости у других, но часто отрицают, что сами жаждут быть важными и замеченными.

В настоящее время, с появлением сложных технических средств и методов машинной обработки информации, крупные научные исследования проводятся на основе больших данных, преимущественно в рамках диспозиционных теорий и в традициях теории черт. Подход А. Круглански,

судя по его многочисленным работам, с одной стороны, предельно интегративен, поскольку в основу личности положена, по сути, одна ведущая потребность — в поиске значимости, основанная на чувстве собственного достоинства и регулирующая поведение человека во всех сферах жизни. С другой стороны, личность перестает быть целостной и может развиваться или деградировать (с точки зрения общепринятых культурных ценностей) в зависимости от того, с чем она сталкивается в определенные периоды жизни и что субъективно выбирает для себя как главную ценность и цель личностного роста из множества возможных вариантов.

Согласно теории А. Круглански, человек — существо, переживающее удовольствие от собственной значимости и неудовольствие от ее снижения. В этом случае вся иная мотивация оказывается лишь отражением динамики чувства собственной значимости. То есть чувства стыда, гордости, вины, справедливости, патриотизма и другие переживания суть вторичные проявления чувства собственной значимости.

Критика SQT с позиции отечественной социальной психологии личности

Как известно, в отечественной (и не только) психологии личность чаще всего рассматривалась как устойчивая и целостная система, формирующаяся в процессе усвоения социокультурного опыта. С.Л. Рубинштейн подчеркивал важность изучения не только отдельных психических процессов, свойств и состояний, но и того, как воспринимает и мыслит человек — личностный принцип, то есть зависимость всех психических процессов от личности как единого основания. По С.Л. Рубинштейну, в развитии личности непрерывно происходит формирование сознания и самосознания. Аналогичную позицию занимали Б.Г. Ананьев и многие другие советские психологи.

А.Н. Леонтьев предложил понятие личностного смысла как ключевую единицу анализа личности. По сути, это глобальная психологическая установка, обеспечивающая устойчивость личности во времени. При этом не исключалась возможность изменения негативных сторон личности. Личность, согласно теории деятельности, — относительно поздний продукт общественно-исторического и онтогенетического развития человека.

К.К. Платонов рассматривал личность как динамическую систему, развивающуюся во времени, изменяющую состав элементов и связи между ними, но сохраняющую основные функции. В.Н. Мясищев разработал концепцию личности

через отношения, определяя личность как «систему отношений, в которых она проявляется во всей полноте и целостности».

Ни один из перечисленных и других советских психологов никогда бы не стал рассматривать основную мотивацию развития личности так, как это делают А. Круглански и Д. Равив. Это не значит, что они не понимали важности этого феномена. Знаменитые слова А.С. Пушкина («Ай да Пушкин, ай да сукин сын!»), якобы произнесенные после создания драмы «Борис Годунов», часто фигурировали в научно-популярных статьях советских психологов при рассмотрении природы творческой мотивации, однако никому тогда не пришло бы в голову заявлять, что чувство собственной значимости — это универсальная потребность, а способы ее достижения выбираются относительно случайно, например, ради того, чтобы выделиться из «скучной серой массы» (Кон, 1967, 1978, 1984).

Более того, в тех идеологически непростых условиях многие советские ученые-психологи использовали жанр научно-популярной литературы, чтобы в доходчивой форме донести до широкой аудитории собственные идеи, которые не могли представить в академическом жанре из-за рецензирования на предмет соответствия советской идеологии и методологии. Не разрешалось позитивно использовать не рекомендованную терминологию (подсознание, бессознательное, авторитаризм, конформизм и т.п.), а также понятия, близкие к поиску значимости. Чтобы сделать доступными идеи западных ученых, некоторые советские авторы писали критические статьи и даже книги, чтобы их не обвинили в пропаганде «чуждых идей».

Принцип детерминизма при изучении личности был абсолютным еще и потому, что в советской психологии изучение реальной личности долгое время подменялось идеологической установкой на формирование личности «нового коммунистического типа», представление о которой полностью расходилось с тем, о чем сегодня пишут А. Круглански и Д. Равив (Лебедев, 2024а; Лебедев, 2025; Материалы XXII съезда КПСС, 1961).

Основу марксистско-ленинской философии и методологии науки составляло положение о том, что у всех экономических, политических и иных процессов («Политика — концентрированное выражение экономики») есть объективная материальная основа, не зависящая от субъективных (психологических) факторов. В их фундаменте лежит труд, а не поиск «дешевой популярности» или «самолюбование» не вполне идеологически подкованных творческих личностей.

Так, марксист Г.В. Плеханов в работах «Письма без адреса», «Искусство и общественная жизнь» и других отстаивал материалистическую теорию происхождения искусства (Плеханов, 1956). Он применял теорию исторического материализма к эстетике, критиковал идеалистические теории и «реакционные течения современного буржуазного искусства», подчеркивал связь искусства с экономикой: «Искусство всякого данного народа всегда стоит в теснейшей причинной связи с его экономикой».

Поэтому первое, что вряд ли примут отечественные ученые-психологи, особенно старой школы, — это идея поиска значимости как универсальной потребности любой личности, особенно когда этой потребностью объясняют поступки политических лидеров и руководителей стран. Поиск значимости, пишут авторы, — не что иное, как «мать» всех социальных мотиваций.

Здесь уместно вспомнить критику фрейдизма, которой уделяли значительное внимание советские ученые. Психоанализ как психотерапевтическую методику и даже как фальсифицируемую теорию принимали, хотя и со скрипом, но, когда инстинктом разрушения или сексуальным инстинктом объясняли культуру, политику и экономические явления (такие публикации, например в психологии маркетинга, встречались), это осуждалось и именовалось фрейдизмом (Лебедев-Любимов, 2007).

Значительную часть книги А. Круглански и Д. Равив посвящают отказу людей, находящихся в стрессовой ситуации, от «крысиных бегов» — приобретения благ цивилизации для демонстрации личных достижений, богатства и получения удовольствия от собственной значимости. Они пишут, что в последние десятилетия люди все чаще обращаются к альтернативному образу жизни, позволяющему забыть о своем эго и освободиться от бремени постоянного доказательства состоятельности.

Как отмечают авторы, эти альтернативы во многом восходят к буддийской философии, и те, кто изучает соответствующие техники, учатся отстраняться от забот, связанных со значимостью. Авторы пишут о медитации осознанности, отстраненности и других духовных практиках. Однако бросается в глаза, что уход от цивилизации в буддизм или дауншифтинг чаще всего приводит к переходу от одной системы ценностей к другой, где человек получает новые, но психологически аналогичные установки для переживания удовольствия от собственной значимости, попадая в зависимость от нее, пусть и в несколько измененной форме.

SQT и практика

При всей возможной критике SQT, предложенной А. Круглански, мы не можем отрицать не только ее научную значимость, но и практическую пользу, по крайней мере в социальной психологии и ряде прикладных отраслей. В 1990-е годы, когда Россия переходила от плановой экономики к рыночной, оказались востребованы исследования в области экономической психологии, а также психологии рекламы и маркетинга (Лебедев-Любимов, 2007). В то время зарождающийся бизнес только начинал знакомиться с западным опытом, и психология потребительского поведения была мало изучена.

Однако идеи, представленные сегодня в работах А. Круглански в виде теории, уже тогда находили широкое применение, особенно в такой области маркетинговых коммуникаций, как брендинг (Лебедев, Гордякова, 2015). В наших научных и прикладных исследованиях, выполнявшихся для частных компаний, этот опыт был описан в рамках концепции рекламы как «коммуникации для коммуникации» (C-to-C) (Лебедев-Любимов, 2007). Реклама C-to-C основана на психологическом механизме поиска значимости и маркетинговом приеме, суть которого заключается в организации презентации товаров и услуг таким образом, чтобы потребитель, приобретая их (прежде всего престижные), сам «становился рекламистом».

В результате товар, по сути, рекламируется дважды и бесплатно: сначала рекламным агентством, а затем самим потребителем в его референтном окружении. Приобретаемый товар становится средством самовыражения и удовлетворения чувства значимости. Одним из первых психологов, осознавших этот механизм, был основатель американского бихевиоризма и автор термина «Я-концепция» — Д. Уотсон, предложивший привлекать известных людей к рекламе товаров и услуг, что также основывалось на механизме опредмечивания значимости и сделало психологию рекламы востребованной прикладной дисциплиной (Лебедев-Любимов, 2007).

Принцип рекламы C-to-C сегодня повсеместно применяется в бизнесе для решения задач имиджа компаний и брендинга товаров с помощью таких инструментов маркетинговых коммуникаций, как сувенирная продукция. Потребителю дарят бейсболку или футболку (мерч), и он бесплатно рекламирует компанию или товар. Так же психологически точно работает реклама престижных товаров: потребитель, покупая мерседес, с удовольствием демонстрирует его символику широкой аудитории, получая удовольствие от собственной значимости.

В этом случае даже самые простые товары могут быть более востребованы, если они свидетельствуют о социальной состоятельности владельца и способствуют эмоциональному переживанию чувства собственной значимости.

Идеи, представленные в теории поиска значимости А. Круглански, всегда были нам близки и понятны, поэтому в 1990-е годы нам достаточно легко удавалось убеждать бизнесменов в целесообразности применения имиджевых приемов не только для рекламы престижных, но и самых обычных товаров, например, электронной техники, банковских услуг и даже медицинских препаратов (Лебедев-Любимов, 2007).

Заключение

Рассматриваемая теория поиска значимости А. Круглански (SQT) и написанная им в соавторстве с Д. Равивом книга, скорее всего, вызовут противоречивые чувства у российских ученых-психологов, хотя, без сомнения, могут привлечь практиков. С одной стороны, эта теория обобщает данные о явлении, которое с конца XIX века изучалось в мировой психологии с разных сторон многими исследователями. С другой — она удачно выделяется на фоне частных исследований и теорий и в сегодняшних реалиях воспринимается как вполне конкретная и самостоятельная, хотя и не совсем завершенная.

Значимость в концепции А. Круглански выступает скорее объяснительным принципом, чем предметом исследования. Именно поэтому авторы описывают любые психологические феномены преимущественно через термин «значимость», фактически не рассматривая его связь с другими психологическими понятиями и процессами (восприятием, мышлением, памятью и др.), хотя такая связь, несомненно, существует.

В книге нет ни глубокого анализа психологического механизма личностной значимости (скрытой последовательности причинно-следственных связей), ни механизмов развития, ни какой-либо типологии — то есть всего того, к чему привыкли российские ученые-психологи и что воспринимается ими как предмет глубокого научного исследования.

Авторы пишут о значимости в разных сферах деятельности и о ее проявлениях у разных людей, что на первый взгляд создает настолько поверхностное впечатление о феномене, что он может показаться очевидным и не заслуживающим внимания. Поэтому, возможно, многие читатели скажут, что в этой теории нет ничего принципиально нового, кроме удачного термина и заявки на глобальное понимание личности человека.

Однако большинство ученых, вероятно, согласятся с тем, что экономист должен смотреть на мир с позиции экономики, политолог — политологии, а психолог — психологии. Психологу необходимо рассматривать объекты своего исследования в системе психологических понятий, а для этого нужна такая система. Именно поэтому

теория А. Круглански нам интересна. Очевидно, что термин «поиск значимости» вполне удачно заполняет образовавшуюся в социальной психологии личности терминологическую лауну, а исследования в этом направлении, востребованные и наукой, и практикой, несомненно, будут продолжаться (Лебедев, 2024б).

Литература:

- Карнеги Д.* Как делать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Издательство АСТ, 2024.
- Кон И. С.* В поисках себя. Личность и ее самосознание. М.: «Политиздат», 1984.
- Кон И. С.* Открытие «Я». М.: Политиздат, 1978.
- Кон И. С.* Социология личности. М.: Изд-во политической литературы, 1967.
- Лебедев А. Н.* Проблемы и перспективы развития психологии личности в современной России // Ученые записки Института психологии Российской академии наук. 2022. Т. 2. № 3. С. 4–21. DOI:10.38098/proceedings_2022_02_03_02
- Лебедев А. Н.* Зарубежная и отечественная социальная психология советского периода: всеобщее — особенное — единичное // Учёные записки Института психологии РАН. 2025. № 1(14). С. 70–78.
- Лебедев А. Н.* Советский социалистический коллектив, национальный характер и аффективно-ценностная поляризация российского общества // Советская психология: этап истории науки и менталитет / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Д.В. Ушаков, А.В. Юревич. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2024а. С. 588–625.
- Лебедев А. Н.* Теория поиска значимости и методологические проблемы изучения феномена ценностно-аффективной поляризации социальных групп // Ученые записки Института психологии Российской академии наук. 2024б. Т. 4. № 3. С. 57–68. DOI:10.38098/proceedings_2024_04_03_06
- Лебедев А. Н., Гордякова О. В.* Личность в системе маркетинговых коммуникаций. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Лебедев-Любимов А. Н.* Психология рекламы. 2-е издание, переработанное и дополненное. СПб.: Питер, 2007.
- Материалы XXII съезда КПСС. М.: Госполитиздат, 1961.
- Плеханов Г. В.* Письма без адреса; Искусство и общественная жизнь / Послесл. и примеч. У. Гуральника. Москва: Гослитиздат, 1956.
- Beaussart M. L., Kaufman S. B., Kaufman J. C.* Creative Activity, Personality, Mental Illness, and Short-Term Mating Success // *Journal of Creative Behavior*. 2012. Vol. 46. P. 151–167.
- Buss D. M., Barnes M.* Preferences in Human Mate Selection // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1986. Vol. 50. No. 3. P. 559–570.
- Clegg H., Nettle D., Miell D.* Status and Mating Success Amongst Visual Artists // *Frontiers in Psychology*. 2011. Vol. 2. P. 310.
- Kruglanski A. W., Chen X., Dechesne M., Fishman S., Orehek E.* Fully committed: Suicide bombers' motivation and the quest for personal significance // *Political Psychology*. 2009. Vol. 30(3). P. 331–357.
- Kruglanski A. W., Gelfand M. J., Bélanger J. J., Sheveland A., Hetiarachchi M., Gunaratna R.* The psychology of radicalization and deradicalization: How significance quest impacts violent extremism // *Advances in Political Psychology*. 2014. Vol. 35(S1). P. 69–93.
- Kruglanski A. W., Jasko K., Chernikova M., Dugas M., Webber D.* The making of violent extremists // *Review of General Psychology*. 2017. Vol. 21(2). P. 107–120.
- Kruglanski A. W., Jasko K., Webber D., Chernikova M., Molinario E.* The making of martyrdom: A synthetic review // *Perspectives on Terrorism*. 2018. Vol. 12(6). P. 35–49.
- Lange B. P., Euler H. A.* Writers Have Groupies, Too: High Quality Literature Production and Mating Success // *Evolutionary Behavior Sciences (American Psychological Association)*. 2014. Vol. 8(1). P. 20–30.
- Premack D. G., Woodruff G.* Does the chimpanzee have a theory of mind? // *Behavioral and Brain Sciences*. 1978. № 1. P. 515–526.
- Webber D., Kruglanski A. W.* The social psychological makings of a terrorist // *Current Opinion in Psychology*. 2018. Vol. 19. P. 131–134.

A. KRUGLANSKY'S SIGNIFICANCE QUEST THEORY (SQT): FROM THE OBVIOUS TO THE INCREDIBLE

©Aleksandr N. Lebedev

Doctor of Psychological Sciences, Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russia,
lebedev-lubimov@yandex.ru; ORCID: 0000-0003-1030-9709

The work was performed within the framework of the state assignment of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation (topic No. 0138-2026-0015).

The article examines the theory of American psychologist A. Kruglanski, known as the Significance Quest Theory (SQT), presented in his latest book *The Quest for Significance: Harnessing the Need that Makes the World Go Round* (2025), written in collaboration with American journalist D. Raviv. A. Kruglanski is the recipient of the 2019 American Psychological Association Award for Distinguished Scientific Contributions. He is a renowned global expert in the psychology of violent extremism and political activism. In the book, A. Kruglanski and D. Raviv argue that all people experience a fundamental need to feel significant and are capable of sensing that their existence holds some “special meaning.” The striving for significance determines most of our thoughts, feelings, and actions. When discussing how the capacity to experience a sense of significance arises, the authors draw on the Theory of Mind by D.G. Premack and G. Woodruff, which is widely popular today.

Keywords: personality, motivation, Quest for significance (QFS), Significance Quest Theory (SQT), objectification of need, Theory of Mind, methodology of psychology

REFERENCES

- Carnegie D.* (2024). *How to Win Friends and Influence People*. Moscow: AST Publishing House.
- Kon I.S.* (1984). *In Search of Oneself: Personality and Its Self-Awareness*. Moscow: Politizdat.
- Kon I.S.* (1978). *The Discovery of the Self*. Moscow: Politizdat.
- Kon I.S.* (1967). *Sociology of Personality*. Moscow: Publishing House of Political Literature.
- Lebedev A.N.* (2022). Problems and Prospects of Personality Psychology Development in Modern Russia // Proceedings of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Vol. 2. No. 3. P. 4–21. DOI: 10.38098/proceedings_2022_02_03_02
- Lebedev A.N.* (2025). Foreign and Soviet Social Psychology of the Soviet Period: Universal — Particular — Individual // Proceedings of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. No. 1(14). P. 70–78.
- Lebedev A.N.* (2024a). The Soviet Socialist Collective, National Character, and Affective-Value Polarization of Russian Society // In «Soviet Psychology: A Stage in the History of Science and Mentality», ed. by A.L. Zhuravlev, D.V. Ushakov, and A.V. Yurevich. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences Publishing House. P. 588–625.
- Lebedev A.N.* (2024b). The Significance Quest Theory and Methodological Problems of Studying the Phenomenon of Value-Affective Polarization of Social Groups // Proceedings of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Vol. 4. No. 3. P. 57–68. DOI: 10.38098/proceedings_2024_04_03_06
- Lebedev A.N., Gordyakova O.V.* (2015). *Personality in the System of Marketing Communications*. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences Publishing House.
- Lebedev-Lyubimov A.N.* (2007). *Psychology of Advertising*. 2nd ed., revised and expanded. St. Petersburg: Piter. Materials of the 22nd Congress of the Communist Party of the Soviet Union. Moscow: Gospolitizdat, 1961.
- Beaussart M.L., Kaufman S.B., Kaufman J.C.* (2012). Creative Activity, Personality, Mental Illness, and Short-Term Mating Success // *Journal of Creative Behavior*. Vol. 46. P. 151–167.
- Buss D.M., Barnes M.* (1986). Preferences in Human Mate Selection // *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 50. No. 3. P. 559–570.

- Clegg H., Nettle D. Miell D.* (2011). Status and Mating Success Amongst Visual Artists // *Frontiers in Psychology*. Vol. 2. P. 310.
- Kruglanski A.W., Chen X., Dechesne M., Fishman S., Orehek E.* (2009). Fully committed: Suicide bombers' motivation and the quest for personal significance // *Political Psychology*. Vol. 30(3). P. 331–357.
- Kruglanski A.W., Gelfand M.J., Bélanger J.J., Sheveland A., Hetiarachchi M., Gunaratna R.* (2014). The psychology of radicalization and deradicalization: How significance quest impacts violent extremism // *Advances in Political Psychology*. Vol. 35(S1). P. 69–93.
- Kruglanski A.W., Jasko K., Chernikova M., Dugas M., Webber D.* (2017). The making of violent extremists // *Review of General Psychology*. Vol. 21(2). P. 107–120.
- Kruglanski A.W., Jasko K., Webber D., Chernikova M., Molinario E.* (2018). The making of martyrdom: A synthetic review // *Perspectives on Terrorism*. Vol. 12(6). P. 35–49.
- Lange B.P., Euler H.A.* (2014). Writers Have Groupies, Too: High Quality Literature Production and Mating Success // *Evolutionary Behavior Sciences (American Psychological Association)*. Vol. 8(1). P. 20–30.
- Premack D.G., Woodruff G.* (1978). Does the chimpanzee have a theory of mind? // *Behavioral and Brain Sciences*. № 1. P. 515–526.
- Webber D., Kruglanski A.W.* (2018). The social psychological makings of a terrorist // *Current Opinion in Psychology*. Vol. 19. P. 131–134.